

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ
ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ЧЕРНІВЕЦЬКА МІСЬКА РАДА
ВГО УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ ЕКОНОМІСТІВ-МІЖНАРОДНИКІВ (М. КИЇВ)
СТАРОПОЛЬСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (М. КЕЛЬЦЕ, ПОЛЬЩА)
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
(М. БРАТИСЛАВА, СЛОВАЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ УНІОН (М. БЕЛГРАД, СЕРБІЯ)
КРАСНОЯРСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ СФУ
(М. КРАСНОЯРСЬК, РОСІЯ)
БІЛОРУСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ
(М. ГОМЕЛЬ, БІЛОРУСЬ)
УНІВЕРСИТЕТ ШТЕФАНА ЧЕЛ МАРЕ (М. СУЧАВА, РУМУНІЯ)

РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА У РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці
24-25 квітня 2014 року**

УДК 338.2+339.9
ББК 65.046(4 Укр)
Р 31

Регіонально-кластерна політика у розвитку світової та української економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 24-25 квітня 2014 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2014. – 368 с.

Одним із найперспективніших варіантів переходу економіки на інноваційний шлях розвитку є застосування кластерного підходу на різних ієрархічних рівнях економічної системи, у тому числі на регіональному.

У збірнику розглянуто проблеми формування та функціонування кластерів і кластерних технологій у національній економіці України з урахуванням закордонного досвіду. Визначено організаційно-економічні механізми управління кластерами, пріоритети та недоліки вітчизняної державної кластерної політики, проаналізовано особливості кластерної політики на регіональному та світовому рівнях.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються проблемами кластерної політики.

Відповідальні за випуск: *Р.В.Кравчук;*
К.Ю.Афоніна

Комп'ютерний дизайн і макетування: *С.О.Галамашевич;*

Коректор: *Н.С.Савельєва*

Роботи публікуються в авторській редакції

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2014

Підписано до друку 14.04.2014 р.

ЗМІСТ

РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Білецький Борис, Хитрова Ольга ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРИ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	13
Бокій Олена РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	16
Власова Тетяна, Чобанюк Неллі РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ПРАЦІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	18
Вудвуд Вікторія КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК НОВИЙ СПОСІБ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	20
Галушка Євген ПРОСТОРОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	22
Головачук Тетяна ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	25
Грицюк Ернест, Гнатишина Наталія ДО ПРОБЛЕМ ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ЗА ДОПОМОГОЮ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ	28
Долга Галина КЛАСТЕРИЗАЦІЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	31
Журба Ігор ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ЗА УМОВ СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	34
Ілюк Татуана THE IMPORTANCE OF A NATIONAL TRANSBOUNDARY CLUSTER POLICY FOR UKRAINE	36
Катана Альбіна ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ НА РІВНІ РЕГІОНУ	38
Кифяк Василь ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГАЛУЗЕВИХ КЛАСТЕРІВ	41
Коваль Наталія ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	43

Козменко Артем, Никифорюк Інна ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ	46
Колосінський Євген ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОГО ЕФЕКТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	48
Короп Богдана ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРІВ НА ЗАХІДНОМУ КОРДОНІ УКРАЇНИ	51
Матюх Сергій ОСНОВНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	55
Михайловська Оксана РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА У РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	58
Năstase Carmen, Chașovschi Carmen, Scutariu Adrian Liviu THE IMPACT OF TOURISM ON LOCAL DEVELOPMENT – MODEL OF CLUSTER	61
Науменко Наталія ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ІТ- КЛАСТЕРІВ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	71
Незвещук-Когут Тетяна ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	74
Никифорак Валентина ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	76
Павліха Наталія, Марчук Юлія РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	79
Панасенко Лариса ЕФЕКТИ РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНОЇ СТРАТЕГІЇ	82
Сілакова Наталя РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	84
Соколюк Оксана РЕЙТИНГОВІ АГЕНТСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИРІВНЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ	88
Федорова Валерія, Хитрова Ольга КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ТА КЛАСТЕРНІ СТРАТЕГІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	90
Хотинь Любов АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	93

Albu Angela CLUSTERS AND COMPETITIVE ADVANTAGE	96
Антонюк Ірина ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ	99
Бабінська Ольга БІОТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ	101
Бурдяк Олена КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЙ	104
Бутирська Ірина ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ТРАНСКОРДОННОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ	107
Вдовічен Анатолій ОСОБЛИВОСТІ ДИСПРОПОРЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	111
Гуменюк Анатолій ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖНАРОДНОЇ І НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	115
Zamsu Elena CLUSTERS AND CREATIVE INDUSTRIES FINANCING INSTRUMENTS IN THE CROSS BORDER AREAS	118
Затолгутская Наталья ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ	120
Иванова Оксана ИННОВАЦИОННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР, КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	123
Микитюк Мар'яна СВІТОВИЙ ДОСВІД КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	126
Stupak Maryna THE ADVANTAGES OF LOGISTICS CLUSTERS IN TERMS OF THE WORLD EXPERIENCE	129
Труфен Алла ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ	131
Хмара Марина КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	133
Шилепницький Павло ОБГРУНТУВАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ЧЕРЕЗ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ ІНСТИТУТІВ	135

Шкабара Тетяна ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	137
--	-----

*РОЛЬ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РОЗБУДОВІ
ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТИПУ*

Александрова Богдана РЕГІОНАЛЬНІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА РЕГІОНУ	141
--	-----

Бикова Наталія РОЛЬ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У РОЗБУДОВІ ІНФРАСТРУКТУРИ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА ЄВРОПЕЙСЬКИМ ТИПОМ	143
---	-----

Богуленко Олександр ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	145
---	-----

Богуленко Олена, Жалба Ілля ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАРКЕТИНГУ	147
--	-----

Бурак Інна ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ ТОРГІВЛІ	149
---	-----

Вардеванян Вардан ЗАСТОСУВАННЯ ШКАЛ СЕМАНТИЧНОГО ДИФЕРЕНЦІАЛУ У ВИМІРЮВАННІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ МЕБЛЕВОЇ ГАЛУЗІ	152
---	-----

Вдовічена Ольга, Олійнич Світлана ЗАСТОСУВАННЯ ПОДІЄВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ	155
--	-----

Гищук Роман ГОТЕЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	158
---	-----

Гомба Лучія ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	160
--	-----

Козменко Володимир АКАДЕМІЧНИЙ БІЗНЕС-ІНКУБАТОР ЯК ШЛЯХ РЕАЛІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИПУСКНИКІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	163
--	-----

Лошенко Ірина ПІДВИЩЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	166
--	-----

Маначинська Юлія, Євдошак Володимир РОЛЬ ГОТЕЛІВ У РОЗБУДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА АСПЕКТИ ПІДКОНТРОЛЬНИХ ПРОЦЕДУР	168
Мельниченко Світлана ПРО ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	171
Мустеца Ірина ПАРАМЕТРИЗАЦІЯ ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЇ ПОТУЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	175
Нікульча Валентин НОВІ ПРІОРИТЕТИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОЖИВАЧА	177
Розман Анна КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	179
Савицька Людмила, Кравчук Роксоляна КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	181

*ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ
КЛАСТЕРАМИ*

Адамова Ірина, Машталяр Галина ІНФОРМАЦІЙНА ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ АНАЛІЗУ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	185
Антохова Ірина АДАПТАЦІЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ ДО РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	186
Близнюк Надія ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕКИ МІЖНАРОДНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ КОРИДОРІВ УКРАЇНИ	189
Босовська Мирослава ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	191
Ватаманюк Ольга ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ЯК ФОРМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	194
Horzhu Lesya SOME ASPECTS OF CLUSTER-BASED TECHNOLOGIES' IMPLEMENTATION: INTERNATIONAL EXPERIENCE	196
Грінчук Микола ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРОМ НОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ОСНОВІ ПРОГНОЗУВАННЯ	199

Гут Любов ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ДИСПРОПОРЦІЙ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)	201
Дроне Євгенія, Заньковська Валентина СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ПРОСТОРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ	206
Замятіна Наталія ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ	208
Канут Наталія ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ «ДЕРЕВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ» ПРИ ВИКЛАДАННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ БЖД	211
Карпов Дмитро, Кучер Роман-Даниїл ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ НА РИНКАХ ЄС	214
Круглянко Андрій ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	216
Кшевецький Олег СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ПРИ АНАЛІЗІ ФОРМУВАННЯ І ДІЯЛЬНОСТІ КЛАСТЕРІВ	219
Мирончик Ирина, Герцева Татьяна УСЛОВИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	221
Москальов Максим ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ТЕОРІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	223
Носирєв Олександр ЕФЕКТИВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ	226
Поддубнова Светлана ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА	229
Фроловская Марина ВОЗМОЖНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА В РАЗВИТИИ РЕГИОНА	231
Чичун Валентина РОЛЬ КОРПОРАТИВНОСТІ У ВИКОРИСТАННІ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	234

Беляев Вячеслав МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИИ И УКРАИНЫ: КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ	236
Березовська Вікторія АНАЛІЗ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ	239
Кифяк Олександр МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ТУРИЗМІ	242
Крупенна Інга, Романюк Надія УРАХУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА В УПРАВЛІННІ РЕГІОНАЛЬНИМ ВНЗ	245
Липчук Василь, Шувар Богдан КЛАСТЕРИ В ПОЛІТИЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	248
Немогай Николай, Журавкова Екатерина, Фёдорова Ксения УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКАХ	250
Прокопеч Людмила, Білоскурська Олена ПОНЯТТЯ ТА ЮРИДИЧНІ ОЗНАКИ ДОГОВОРУ НА ГОТЕЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ	253
Саїнчук Тетяна УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ	255
Сідуняк Олександра НЕДОЛІКИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНО- ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ	259
Федорюк Анатолій ДЕЯКІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	261
Хохуляк Олеся СПЕЦИФІКА ПРОСУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	264
Чаплінський Юрій МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОВІДНОСИН У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	266

Андрейчук Уляна ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІЇ КОНТРОЛЮ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	269
Багрій Конон, Гержецький Олексій ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	270
Васильченко Галина, Васильченко Сергій, Гречаник Василь ТЕХНОЛОГІЯ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	273
Верстяк Оксана АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РИНКУ ЯК ОДНОГО З ВАЖЕЛІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	276
Елена Дубровская СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ	279
Антоніна Каспрук ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ МАЙНА В УКРАЇНІ	282
Дарія Ковалевич СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ЯК СКЛАДОВА РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	284
Лошенко Віктор, Лошенко Оксана МОНЕТИЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	287
Лук'янов Володимир ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ: СУЧАСНА ПАРАДИГМА Й КОМУНІКАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ	289
Москальов Анатолій МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ	291
Простебі Людмила СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	293
Рошило Віолетта ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВЛАСНИХ ДОХОДІВ БЮДЖЕТІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	295
Руснак Лариса АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОКРАЩЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	297
Руснак Марина, Липчинська Юлія ПРОБЛЕМИ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	301

Стужук Тамара ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	302
Ткач Ксенія СТАН ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО- ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОДИНИЦЬ ЗА РАХУНОК БЮДЖЕТУ РОЗВИТКУ	305
Томнюк Тетяна РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ У РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ	307
Черватюк Марія ОБ'ЄКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В РЕАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРИЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	309
Чорна Світлана АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА	311
Щурик Михайло ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОЇ СФЕРИ В КАРПАТСЬКОМУ МАКРОРЕГІОНІ	313
Якубова Ирина КОНСОЛІДІРОВАННОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛРАРУСЬ	315

*ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ*

Кравчук Віктор ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ПОДАТКОВИХ РІЗНИЦЬ З ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ	318
Рилєєв Сергій, Романчук Алла МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ	322
Скрипник Микола АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	325
Скрипник Наталія ДЕТАЛІЗАЦІЯ РАХУНКІВ З ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРИЙНЯТТЯ ОБҐРУНТОВАНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	328
Столяр Людмила ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТА РОЗПОДІЛУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ЛАКОФАРБОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	330

Барасюк Ярослав, Валецька Тетяна АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБМІНУ ІНФОРМАЦІЄЮ МІЖ WEB- ПРОГРАМАМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	334
Бурачек Віктор КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	336
Гімчинський Олександр ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ МЕТОДІВ СТАТИСТИКИ В МЕРЕЖЕВІЙ ТЕХНОЛОГІЇ WEB 2.0	338
Готинчан Ірина ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ ТА КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНУ У ВИПАДКУ РИЗИКУ	342
Григорків Василь, Іщенко Святослав МОДЕЛЮВАННЯ ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК НЕСІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	344
Григорків Василь, Кибич Галина ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ЦІНИ НА ПРОМИСЛОВУ ПРОДУКЦІЮ З УРАХУВАННЯМ ЛІЗИНГОВИХ ПЛАТЕЖІВ	347
Коляда Юрій, Пертен Сергій ПРИКЛАДНА ХАРАКТЕРИСТИКА КІНЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ ІНФЛЯЦІЇ	349
Королюк Юрій, Толуб'як Віталій ПРОГНОЗУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ПЕРСПЕКТИВНИХ КЛАСТЕРНИХ СИСТЕМ	351
Косяченко Сергій ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ МЕТОДАМИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ	353
Семчук Аркадій РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАДАЧ ІЗ УСКЛАДНЕННЯМИ	355
Середюк Володимир ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ПІДПИСУ	358
Ситник Наталія НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	360
Труфіна Жанна ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ОБЛІКУ В УМОВАХ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ	363
Чернов Володимир, Григор Наталія, Ащеулов Анатолій, Романюк Ігор ТЕРМОСТАТУВАННЯ ОБЧИСЛЮВАЛЬНИХ СИСТЕМ	365

Борис Білецький, к.і.н., Ольга Хитрова,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРИ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ УСПІШНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сьогодні світовий досвід більшості успішних регіонів розвинених країн світу пов'язують з переходом провідних галузей господарства на інноваційний шлях розвитку із перспективами забезпечення власної конкурентоспроможності на світовій арені, із забезпеченням довгострокового соціально-економічного зростання. Одним із дієвих факторів підвищення конкурентоспроможності економіки регіону в умовах прискорення інноваційних процесів та глобалізації економічних зв'язків є кластер.

Згідно з теорією М. Портера, кластер – це група взаємозалежних компаній, що географічно перебувають по сусідству (постачальники, виробники та ін.), і пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного регулювання, інфраструктурні компанії), що діють у певній сфері й взаємно доповнюють один одного [1, с. 28].

Інноваційний кластер – цілісна система підприємств і організацій з виробництва готового інноваційного продукту, що включає в себе весь інноваційний ланцюжок від розвитку фундаментальної наукової ідеї до виробництва та дистрибуції готової продукції. Інноваційний кластер формує певну систему поширення нових знань і технологій, забезпечує прискорення процесу трансформації винаходів в інновації, а інновації – у конкурентні переваги, розвиток якісних стійких зв'язків між всіма його учасниками. Виникнення таких кластерів – закономірний процес при наявності спільної наукової та виробничої бази. Стимулювання процесу формування інноваційних кластерів є необхідною складовою регіональної економічної політики. При цьому важливі такі основні фактори, як удосконалення системи утворення та професійної підготовки, створення можливостей для інновацій, удосконалювання інституціонального середовища та системи поширення знань і технологій. Таким чином, розробка нової концепції технологічного трансферу в регіональній інноваційній системі пов'язана з розвитком системи регіональних інноваційних кластерів [3].

Важливою характерною рисою кластера є його інноваційна орієнтованість. Найбільш успішні кластери формуються там, де здійснюється або очікується прорив у галузі техніки та технології виробництва з наступним виходом на нові ринкові ніші з новим товаром або новою послугою. У зв'язку з цим багато країн – як економічно розвинених, так і тих, що тільки почали формувати ринкову економіку – усе активніше використовують кластерний підхід у формуванні й регулюванні своїх національних інноваційних програм [5, с. 579].

Однак важливо розуміти, що кластери, як і будь-яка інша приваблива ідея, можуть принести результати тільки тоді, коли вони

вписані в більш широкий контекст стратегій економічного розвитку. Кластери інноваційної діяльності створюють новий продукт або послугу зусиллями декількох фірм або дослідницьких інститутів, що дозволяє прискорити їхнє поширення по мережі ділових взаємозв'язків. Інноваційна структура кластера сприяє зниженню сукупних витрат на дослідження й розробку нововведень із наступною комерціалізацією за рахунок високої ефективності виробничо-технологічної структури кластера. Це дозволяє учасникам кластера стабільно здійснювати інноваційну діяльність протягом тривалого часу.

Найбільш успішні інноваційні кластери формуються там, де здійснюється або очікується прорив в галузі техніки й технології виробництва з наступним виходом на нові ринкові ніші. У зв'язку з цим багато країн усе активніше використовують кластерний підхід у формуванні та регулюванні своїх національних інноваційних програм. Наприклад, одним з найважливіших національних пріоритетів США стало формування та зміцнення регіональних інноваційних кластерів. При цьому особлива увага приділялась визначенню та підтримці тих інновацій, які забезпечують довгостроковий розвиток.

Значна увага в США акцентується на створенні національної мережі центрів впровадження промислових технологій на базі університетів, що особливо цінно для малого бізнесу, який отримує доступ до сучасних технологій. Інноваційні кластери, характерні для промислово розвинених країн, починають з'являтися і у багатьох країн, що динамічно розвиваються. Це дає їм можливість розширювати інноваційну діяльність, у результаті якої на світові ринки просуваються нові конкурентоспроможні продукти й послуги. Щодо цього яскравим прикладом може служити Індія, де за останні десятиліття намітився значний прогрес у розвитку таких наукомістких видів діяльності, як програмування, інформаційні та комунікаційні технології, фармацевтична і електронна промисловість [3]. Визначення пріоритетних секторів і потенціалу розвитку інноваційних кластерів має відбуватися на основі детального аналізу наявних виробничих, фінансових, науково-дослідних, інноваційних та організаційних ресурсів економіки, що вимагає здійснення кластерних досліджень та побудови державної програми розвитку кластерів, яка має виступати складовою частиною національної стратегії інноваційного розвитку у промисловості. Типова європейська державна програма надає фінансову та організаційну підтримку 12–20 кластерам, членами яких є від 600 до 5000 підприємств та організацій, має щорічний бюджет близько 5–10 млн. євро та розрахована на період від 3 до 10 років.

Доцільність державної підтримки інноваційних кластерів має базуватися на вивченні результатів їхньої діяльності. Світовий досвід доводить, що ключовими критеріями оцінки діяльності інноваційних кластерів є такі:

- оцінка інноваційної діяльності: кількість компаній кластера, які розробили та впровадили нові продукти/послуги; кількість компаній, котрі отримали нові знання, що можуть бути використані для створення інновацій;

- оцінка співробітництва з науково-дослідними організаціями: кількість компаній кластера, які взяли участь у спільних проектах з науково-дослідними організаціями; кількість наукових установ, які є членами кластера;

- оцінка міжнародного співробітництва: обсяги залучених іноземних інвестицій; кількість іноземних компаній або мереж, які є партнерами кластера; кількість організованих у рамках кластера комунікативних заходів за участі іноземних експертів і партнерів;

- оцінка темпів нарощування членської бази: кількість компаній, які є членами кластера; частка малих і середніх підприємств, які є членами кластера; кількість компаній, які виявляють зацікавленість в участі у кластері;

- оцінка набуття нових знань компаніями-членами кластера: кількість компаній, які взяли участь у конференціях, семінарах та інших комунікативних заходах, організованих мережею [4].

Ключовим фактором ефективності інноваційного кластера є глибока інтеграція освітніх установ, дослідницьких інститутів і бізнесу. Міжнародний досвід показує, що дослідницькі розробки в комерційних компаніях ефективні тільки в рамках короткострокової перспективи, а університети мають перевагу для вирішення довгострокових завдань, є постійним джерелом нового знання і інновацій. Принциповою особливістю регіонального інноваційного кластеру є максимальне зближення освітніх і виробничих цілей, ефективне використання кадрового і науково-технічного потенціалу регіону [2].

Отже, для формування інноваційних кластерів принципове значення має формування інноваційного середовища. Під ним розуміємо систему інституціональних умов, групу взаємопов'язаних учасників (компаній, університетів, центрів, сервісних організацій тощо), здатних стимулювати виробничі та технологічні інновації.

Список використаних джерел:

1. Прушківський В.Г. Наукові підходи до формування регіонального інноваційного кластеру / В.Г. Прушківський, С.І. Бурма, В.І. Колесніков // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 9 (травень). – С. 28–32.

2. Доленко Л.Х. Кластеризація як ключовий напрям підвищення інноваційного потенціалу регіону / Л.Х. Доленко, М.О. Кононова // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 8 (квітень). – С.116–118.

3. Шовкалюк В. С. Створення та функціонування інноваційних кластерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dknii.gov.ua/?q=system/files/sites/default/files/images/Stvor_ta_funk_klasteriv.pdf

4. Шевченко А.В. Щодо державної політики підтримки розвитку інноваційних кластерів у промисловості України. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1069/>

5. Кластери в умовах глобальної конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/Varnalij/15.pdf>

Олена Бокій,

Інститут продовольчих ресурсів НААН України, м. Київ

РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Впровадження кластерного підходу до розвитку національної економіки підтверджує його ефективність та можливість подальшого вдосконалення, є одним із ключових завдань наукового потенціалу України. Досвід розвинених країн підтверджує доцільність впровадження регіонально-кластерної політики та значні резерви підвищення конкурентоспроможності продукції. За класичним визначенням М. Портера, кластер – це група географічно взаємопов'язаних компаній та організацій специфічної сфери, що характеризуються спільним видом діяльності та взаємодоповнюють один одного [1].

Видатними вченими країн Західної Європи та США доведено переваги впровадження кластерів на національному та регіональному рівнях. Зокрема, згідно з М. Портером і С. Стерном [2], зростання потужності кластерів у США призвело до позитивного впливу на підприємницьку діяльність, більш інтенсивної патентної діяльності, збільшення кількості новостворених підприємств у регіонах, які охоплено кластерами. Також досвід показує, що в означених регіонах більш високі показники зайнятості та рівня доходів [3; 4]. Взаємозв'язки між підприємствами, галузями, інвестиційними інститутами, які відносяться до групи кластерів, є предметом дослідження багатьох економістів.

Основними учасниками регіонального економічного кластеру в хлібопекарській галузі можна визначити: 1) державні інститути, органи державного та місцевого управління, що забезпечують умови для розвитку регіональних кластерів шляхом спрямування бюджетних коштів на інноваційні програми та програми розвитку інфраструктури, визначають законодавство щодо забезпечення умов функціонування учасників кластеру та цінову політику. Через диференціацію рівня рентабельності та торговельної надбавки на регульовані види хлібобулочних виробів створюються нерівні умови господарювання і, відповідно, різний рівень розвитку кластеру; 2) бізнес-підприємства, промислові виробництва, що взаємодіють на регіональному та державному рівні. Більш ефективно розвиваються регіональні галузеві кластери, які створено на базі замкненого циклу виробництва і мають більш сприятливі умови для логістики та оподаткування; 3) інвестиційні та інноваційні фонди, банківські установи, що фінансують та забезпечують розвиток технічної та технологічної оснащеності, впровадження інноваційних розробок; 4) навчальні заклади та наукові установи, що здійснюють підготовку фахівців та розробляють інноваційні продукти та технології з метою насичення ринку та

досягнення конкурентоспроможності виробництва; 5) обслуговуючі підприємства, що підтримують діяльність галузевих компаній; 6) споріднені кластери – складові зернопродуктового комплексу, що забезпечують постачання сировини.

Кластер хлібопекарської галузі можна розглядати в різних аспектах: продовольчої безпеки (наявність, доступність та якість продукції та сировини для її виготовлення), регіональному та муніципальному, просторовому (логістика) тощо. Йому притаманні компактне розташування підприємств та їх присутність в усіх регіонах України, незначні відстані від виробників до споживачів, низька цінова еластичність ринку. Кластерний підхід дозволяє групувати підприємства за пріоритетними ознаками, що виявляє шляхи розв'язання проблем на однорідних підприємствах та скорочує витрати на їх подолання порівняно з індивідуальною схемою.

Найбільш вагомий вплив на розвиток регіональних кластерів хлібопекарської галузі мають стан технічної бази виробників, достатність елементів інфраструктури, інвестиційно-інноваційний клімат, законодавче поле, соціально-політична складова.

Станом на 01.10.2013 р. найбільший обсяг іноземних інвестицій у виробництво хліба, хлібобулочних та борошняних виробів було вкладено в Закарпатську область (35,3 млн. дол. США що становить 28% загального обсягу), м. Київ (18,6 млн. дол. США, 23,4%) та Львівську область (17,4 млн. дол. США, 13,9%). Соціальну складову заробітної плати середнім рівнем заробітної плати. Найбільша заробітна плата в м. Києві (4783 грн. на місяць станом на 01.01.2014 р.), найменша – в Тернопільській області (2192 грн.) [5].

У внутрішньому середовищі регіонального кластеру спостерігається конкуренція між виробниками продукції, що призвела до виходу з ринку значної кількості підприємств та створення потужних комплексів із замкненим циклом виробництва. Крім того, складають не завжди добросовісну конкуренцію міні-пекарні, фаст-фуди та підприємства, що знаходяться поза статистичною звітністю та не дотримуються норм безпеки та якості продукції.

Включення хлібопекарської галузі та її підприємств в об'єднані кластери дозволить збільшити джерела доходів та досягти синергетичного ефекту.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Delgado M. Convergence, Clusters, and Economic Performance [Електронний ресурс] / M. Delgado, M. Porter, S. Stern // Working paper. – 2008. – Режим доступу : http://astro.temple.edu/~mdelgado/index_files/DPS_Cluster.pdf.
3. Spencer G. Do clusters make a difference? Defining and assessing their economic performance / G. Spencer, T. Vinodrai M. Gertler D. Wolfe. – Regional Studies, 2000. – Pp. 697–715.
4. Маркович І. Промислові кластери як інноваційна модель організації національного господарства / І. Маркович // Галицький економічний вісник. — 2012. — №2(35). — С. 82–87.
5. Офіційний сайт Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Тетяна Власова, к.е.н., Неллі Чобанюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ПРАЦІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

На сучасному етапі все більшої актуальності набувають питання формування національного ринку праці, пов'язані із забезпеченням належного рівня економічної активності і зайнятості населення, формування відповідної конкурентоспроможності робочої сили, соціального захисту, заробітної плати і доходів з метою наближення їх до стандартів економічно розвинутих країн світу.

Чернівецька область є аграрною областю, де питома вага жителів сільської місцевості складає приблизно 60%, тому регіональними особливостями ринку праці Чернівецької області є трудонадлишковість, професійно-кваліфікаційна і регіональна диспропорція між попитом роботодавців на робочу силу та її пропозицією на ринку праці, значні обсяги нерегламентованої зайнятості та необлікованої трудової міграції.

Формування та використання трудових ресурсів значною мірою залежать від величини, структури та динаміки чисельності населення. Впродовж останнього десятиріччя на Буковині зокрема і Україні загалом спостерігається тенденція до зниження відтворення населення, скорочення його чисельності. За даними Головного управління статистики у Чернівецькій області, на початок 2013 року чисельність постійного населення області порівняно із початком 2001 року скоротилася на 18,4 тис. осіб (із 922,5 тис. осіб на початок 2001 року до 904,1 тис. осіб на початок 2013 року) [4].

Водночас чисельність населення працездатного віку впродовж останніх 10 років зростала за рахунок переходу до цієї категорії громадян молодших вікових груп із років підвищеної народжуваності (80-ті роки). Надалі і в області, і в Україні загалом передбачається зменшення чисельності населення працездатного віку за рахунок зменшення народжуваності у 90-х роках.

На даний час в Україні основним джерелом визначення обсягів зайнятості населення є дані вибіркового обстежень населення у віці 15–70 років з питань економічної активності, які проводиться Державною службою статистики України за методологією Міжнародної організації праці (МОП) (табл. 1).

Протягом 2000–2012 років у Чернівецькій області спостерігається позитивна тенденція щодо зростання обсягів економічно активного населення, зайнятого населення та зменшення рівня безробіття [3, с.45].

За даними вибіркового обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності середньорічна чисельність економічно активного населення віком 15–70 років у 2012 році порівняно із 2000 роком зросла на 18,8%, або на 66,7 тис. осіб та становила

420,7 тис. осіб, з них 387,2 тис. осіб, або 92% були зайняті економічною діяльністю, а 33,5 тис. осіб відповідно до методології МОП класифікувалися як безробітні.

Таблиця 1

*Динаміка показників економічної активності населення
Чернівецької області у 2000-2012 рр.*

	Економічно активне населення у віці 15–70 років, тис. осіб					Рівень економічної активності, %				
	2000	2005	2010	2011	2012	2000	2005	2010	2011	2012
Все населення	354,0	401,2	418,0	419,6	420,7	53,6	60,4	62,7	62,9	63,0
Міські поселення	178,9	156,1	115,5	127,1	139,5	64,1	54,8	39,5	43,3	47,4
Сільські поселення	175,1	245,1	302,5	292,5	281,2	46,0	64,7	80,8	78,2	75,3

Рівень економічної активності населення віком 15–70 років зріс із 53,6% у 2000 році до 63% у 2012 році, або на 9,4 відсоткових пункти. Водночас, для Чернівецької області характерним є значне зростання рівня економічної активності серед населення у сільській місцевості та його зменшення серед жителів міських поселень. Незважаючи на те, що у 2012 році порівняно із 2011 роком зростання рівня економічної активності відбулося у міських поселеннях на 4,1 відсоткового пункту, а у сільській місцевості знизився на 2,9 відсоткових пунктів, за останній більш як десятирічний період загалом спостерігалася тенденція до зростання рівня економічної активності серед сільського населення [3]. Якщо у 2000 році рівень економічної активності сільського населення склав 46%, то у 2012 році – 75,3%, і навпаки, серед жителів міських поселень відповідно 64,1% та 47,4% [2, с. 65]. Зростання рівня економічної активності у сільській місцевості пов'язано із введенням в дію з 13 січня 2009 року Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо зменшення впливу світової фінансової кризи на сферу зайнятості населення». Згідно зі ст.8 цього Закону, «члени особистих селянських господарств є особами, які забезпечують себе роботою самостійно і відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» належать до зайнятого населення за умови, що робота в цьому господарстві для них є основною» [1]. Після введення в дію вищезазваного закону України, питома вага безробітних із сільської місцевості, які були зареєстровані в Чернівецькій обласній службі зайнятості, зменшилась майже з 80% до 62%.

Слід зазначити, що у 2012 році серед областей Карпатського економічного району рівень економічної активності населення віком 15–70 років у Чернівецькій області перевищував на 4,3 відсоткових пункти відповідний показник Івано-Франківської області, але був нижчий, ніж у Львівській області – на 0,2 відсоткового пункту.

Чисельність зайнятого населення у Чернівецькій області за період з 2000 року по 2012 рік збільшилась на 93,6 тис. осіб (з 293,6 тис. осіб у

2000 році до 387,2 тис. осіб у 2012 році) [2, с. 78]. Рівень зайнятості населення Чернівецької області за цей період збільшився на 13,4 відсоткових пункти (з 44,5% до 57,9%). По Україні темпи збільшення рівня зайнятості населення є дещо меншими та склали 3,9 відсоткових пункти (з 55,8% до 59,7%). Водночас, рівень зайнятості населення області залишається одним з найнижчих показників серед регіонів України.

Також значною є невідповідність потреби ринку праці у фахівців з вищою освітою обсягам їх підготовки, оскільки на даний час поширення вищої освіти орієнтується передусім не на потреби економіки, а на необґрунтований попит молоді на певні спеціальності. Це призвело до того, що ринок перенасичений бухгалтерами, юристами, економістами. За даними Чернівецької обласної служби зайнятості, у 2013 році співвідношення на ринку праці області між пропозицією і попитом на робочу силу для юристів склало 1:6, бухгалтерів – 1:38, економістів – 1:8.

Необґрунтований, а часто і помилковий вибір громадянами професій, які не мають попиту на ринку праці, призводить до випуску потенційних безробітних, переважно молодого віку, яким і без того складно на рівних конкурувати на ринку праці. Питома вага молоді у віці до 35 років на ринку праці Чернівецької області перевищує 40%.

Нагальними є питання вдосконалення механізму формування та розміщення державного замовлення на підготовку кадрів. Необхідно перш за все зорієнтувати його на задоволення поточних та перспективних потреб роботодавців.

Список використаних джерел:

1. Про зайнятість населення: Закон України від 05 липня 2012 року №5067-УІ.
2. Економічна активність населення України 2012 / Державна служба статистики, 2013. – С.54.
3. Економічна активність населення Чернівецької області у 2012 році. Статистичний збірник. – Чернівці, 2013. – 113 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Програма зайнятості населення Чернівецької області на період до 2017 року / Сайт Чернівецької обласної ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.cv.ua>

Вікторія Вудвуд, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК НОВИЙ СПОСІБ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Пріоритетами сучасного розвитку України є вихід з політичної та фінансової кризи, забезпечення високих темпів зростання ВВП, подальше збільшення ефективності виробництва та досягнення значного рівня якості життя населення. Для вирішення цих завдань особливого значення набуває розвиток окремо взятого регіону України.

Конкурентоспроможність регіонів визначається їх здатністю мобілізувати внутрішні ресурси для власного розвитку, а також ступенем привабливості для залучення зовнішніх ресурсів. Тому в основу вітчизняної промислової економіки має бути покладена інноваційна концепція розвитку кластерів.

Класично вважається, що поняття кластера в науковий обіг було введено американським вченим Майклом Портером. За його визначенням, кластер – це група географічно близьких взаємопов'язаних компаній і асоційованих інститутів у певній сфері діяльності, що характеризуються спільністю та взаємодоповненням один одного [4].

Те, що М.Портер називає кластерами, також називається іншими дослідниками «промисловими округами», «новими промисловими зонами», «регіональними виробничими комплексами» і т.д. залежно від конкретних характеристик таких агломерацій [3].

На думку О.П.Крайник, формування кластерів має здійснюватися на основі об'єктивних конкурентних переваг регіону з врахуванням їхніх можливих змін у перспективі. Кластер як елемент стратегії розвитку регіону повинен ураховувати й не суперечити загальній стратегічній лінії розвитку території [2].

Отже, можна стверджувати, що в основу кластерної політики держави мають лягти регіональні особливості та можливості економічного розвитку окремо взятих областей України. А кластерна стратегія надасть регіону значні переваги та перспективи. Насамперед така перевага проявиться у можливості спільної праці органів державної влади та окремих бізнесових структур.

Крім того, на думку О.П.Крайник, до переваг формування виробничих систем на основі кластерної моделі, можна також віднести: поєднання спеціалізації виробництва, з одного боку, та гнучкості цього процесу – з іншого; нарощування обсягів виробництва і надання послуг, а з використанням ефекту масштабу – зменшення витрат на виготовлення одиниці продукції та надання послуг; забезпечення ширшого використання інноваційних технологій; посилення процесів спеціалізації і розподілу праці, розширення міжфірмових потоків ідей та використання інноваційного потенціалу більшої кількості працівників інтелектуальної сфери; створення нових робочих місць та посилення соціальної відповідальності бізнесу; спрямування багатьох підприємств на виробництво одного виду продукту та надання одного виду послуги дозволяє ефективніше використовувати місцеві природні ресурси [2].

Зрозуміло, що головні цілеспрямовані заходи на пропагування і впровадження кластерної моделі розвитку регіонів лягають на державу та регіональні державні органи. Насамперед, державні виконавчі органи та органи місцевого самоврядування повинні визначити доцільність створення та забезпечення тривалого існування й розвитку кластеру на

даній території; діагностувати можливість створення певного кластеру та наявність виробничо-фінансового потенціалу в інфраструктур, що будуть забезпечувати функціонування його в регіоні; розробити регіональні програми сприяння розвитку кластеру та інфраструктур зокрема.

При розробці програм державної підтримки кластерів, на думку Х. Кетелса, найбільший ризик – це значний термін і висока вартість державних кластерних ініціатив, особливо якщо розглядати ситуацію неправильного вибору об'єкта державного втручання. Адже, по-перше, всі кластери тією чи іншою мірою важливі, оскільки продуктивність всередині кластеру визначає стандарти життя країни або регіону; по-друге, кластерна політика – це інструмент політики, спрямований на створення «локомотиву» економічного зростання; по-третє, кластерна політика направлена на стимулювання інновацій перш за все через стимулювання розвитку конкуренції[1].

Таким чином, можемо засвідчити, що кластерна організація пропонує достатньо новий спосіб отримання переваг від інтеграції ресурсів на користь розвитку території, дозволяє досягнути найбільшої ефективності господарювання суб'єктів інфраструктури кластеру, раціонального використання природних ресурсів краю, здобути «локомотивного» зростання економіки регіону та країни загалом. Однак, не можна вважати кластеризацію «панацеєю від всіх бід», адже існують певні ризики переходу на цю модель. Необхідно досить виважено дослідити всі переваги та недоліки її запровадження у конкретній сфері та визначити можливість паралельного існування вже функціонуючих бізнес-інкубаторів, технопарків та технополісів.

Список використаних джерел:

1. Ketels C. Clusters of Innovation in Europe / Structural Change in Europe 3 // Innovative City and Business Regions. – Bollschiwell: Hagbarth Publications, 2003.
2. Крайник О.П. Напрями державної регіональної кластерної політики [Електронний ресурс] / О.П. Крайник ; Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентів України. – 2012. – Режим доступу: www.kbuara.kharkov.ua/e...5/2012_05.pdf
3. Наконечна Т.Ю. Кластеризація як каталізатор економічного розвитку регіонів та підвищення конкурентоспроможності країни [Електронний ресурс] / Т.Ю. Наконечна // Режим доступу: www.kbuara.kharkov.ua/e...5/2012_05.pdf
4. Портер Майкл Э. Конкуренция / Э. Майкл Портер; [пер. с англ.] – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005 – 608 с.

Євген Галушка,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

ПРОСТОРОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Просторова організація економічних чи соціально-економічних систем є одним із визначальних чинників регіонального розвитку. В основі ефективної просторової організації регіонів лежить внутрішній взаємозв'язок складових елементів продуктивних сил та

інтенсивність їх взаємодії [3].

Сталий розвиток вимагає відповідної розбудови економічного, соціального та екологічного простору регіону, формування соціально-орієнтованої моделі його розвитку, забезпечення збереження екосистем, запровадження нових форм господарювання, застосування адекватних методів регулювання та управління. На жаль, ні сучасна регіоналістика, ні економічна теорія поки що не в змозі розв'язувати проблеми такого рівня. Продовжують наростати регіональні диспропорції, посилюється диференціація умов та якості життя населення, погіршується екологія, загострюються відносини між регіонами та між регіонами і центром.

Надзвичайної актуальності за таких умов набирає проблема забезпечення внутрішньої комплексності і пропорційності, цілісності та єдності господарства регіонів. Її розв'язання залежить від територіального поділу праці, розміщення і територіальної організації продуктивних сил, місцевих відмінностей у виробничих відносинах, розселенні людей, взаємодії з навколишнім природним середовищем, а також реалізації державної регіональної соціально-економічної політики. Розуміння механізмів взаємодії елементів соціально-економічної системи регіону дозволить утримувати систему на траєкторії висхідного економічного, соціального та екологічного розвитку. Просторова організація регіонів і сьогодні залишається актуальною, фундаментальною і багатоаспектною проблемою, недостатньо опрацьованою теоретично. Вона охоплює питання ресурсного забезпечення, відтворювального процесу, соціально-економічного та екологічного розвитку регіонів як самодостатніх регіональних систем тощо.

Просторовий розвиток нині широко досліджується в працях зарубіжних і вітчизняних учених. В Україні цій проблематиці присвячені роботи Б.Данилишина, М.Долішнього, С.Дорогунцова, А.Єпіфанової, А.Лисецького, А.Мазура, Л.Мармуль, В.Семиноженка, В.Пили, В.Поповкіна, М.Тимчука, М.Фащевського, Л.Чернюк та інших. Зміна умов функціонування господарства регіональних систем, активізація економічних та соціальних трансформацій, запровадження принципів сталого розвитку вимагає подальших досліджень проблем просторового розвитку. Предметом таких досліджень є методологія розвитку регіонів у сучасних умовах, оптимізація їх внутрішньої структури та територіальної організації, формування адекватної системи і механізмів регулювання та управління тощо.

Нині термін «простір» широко використовується в економічній теорії та господарській практиці. Економічний простір є складною, динамічною, поліструктурною системою реальних економічних відносин, що постійно розвиваються, разом з виробничими, трудовими, фінансовими, інформаційними потоками, каналами їх просування та

центрами управління. В економічний простір входять різні за масштабом та функціональним призначенням регіональні господарські системи [6].

Регіональна господарська система є частиною економічного простору країни. Саме як частина єдиного простору країни регіон є цілісністю природного середовища, населення та господарства, з економікою, заснованою на використанні місцевих факторів виробництва. Внутрішні взаємозв'язки визначають цілісність і стійкість економіки регіону, а взаємодія із зовнішнім середовищем – її розвиток. Регіон, як система, намагається саморозвиватися і досягати оптимального стану. При цьому зміна ентропії простору викликає нову зміну оптимуму, а інтеграція та розвиток окремих елементів системи – її внутрішні зміни [6].

Сучасний етап суспільного розвитку характеризується зростанням ролі простору та території. Поняття «територія» використовується частіше і сприймається як обмежена частина земної поверхні, що володіє природними та антропогенними властивостями і ресурсами. Територія є особливим видом просторового групування натурально-речових ресурсів і, на відміну від природних ресурсів, які можна замінити або втрату яких можна компенсувати, є незамінною [5]. Простір складається з різних територій, що функціонують в єдиному національному організмі, які мають різну просторову активність і ступінь доступності.

Регіон, як просторове утворення, характеризується переважно масштабним критерієм і уособлює собою область, район, територію чи частину країни з властивими йому природними, історичними економіко-географічними умовами і національним складом населення та культурними і духовними традиціями останнього. У ньому зосереджені природні ресурси і населення, виробництва і споживання товарів.

Процеси формування регіонів розпочалися, виходячи з практичної необхідності та господарської доцільності і з часом отримали необхідне теоретичне забезпечення. Відповідні наукові школи регіональної теорії склалися в Німеччині, Швеції, Великобританії, США, Франції, які сформували і розвинули такі її напрямки, як: географічний детермінізм; енвайронменталізм; штандортні теорії розміщення; регіональна наука; теорія ринків збуту; геополітика [4].

Не зовсім позитивний досвід переходу до територіальних принципів управління економікою ще в часи СРСР (створення раднаргоспів), як і адміністративно-територіального реформування у наш час, сформував загальний висновок, що макрорайонів у країні має бути небагато і вони повинні мати значний демографічний, природно-ресурсний та економічний потенціал, як і досить велику територію [1]. Нині основним об'єктом дослідження стали мезо- і мікрорегіони і побутує загальна думка про недоцільність зміни адміністративно-територіального устрою України на рівні областей [2, с. 140].

Сьогодні особливо необхідним є глибоке вивчення досягнутого рівня соціально-економічного розвитку та екологічної безпеки регіонів, потенціальних можливостей та перспектив їх розвитку з позиції сталого розвитку, формування інструментів та механізмів управління таким розвитком тощо. Цього можна досягти шляхом розробки регіональних комплексних цільових програм. В. А. Поповкін акцентував увагу на тому, що пріоритети таких програм повинні залежати не тільки від гостроти проблеми з позицій того або іншого регіону як такого, а й від ступеня впливу на стабілізацію політичної та соціально-економічної ситуації загалом у державі [7, с. 58]. Такі програми повинні охоплювати стратегії розвитку господарських комплексів районів в інтересах економічного зростання всієї України.

Таким чином, сталий розвиток вимагає відповідної розбудови економічного, соціального та екологічного простору регіону, формування соціально-орієнтованої моделі його розвитку, забезпечення збереження екосистем, запровадження нових форм господарювання, застосування адекватних методів регулювання та управління розвитком регіону. Наростання регіональних диспропорцій, посилення диференціації умов та якості життя населення, погіршення екології, загострення міжрегіональних відносин та відносин між регіонами і центром лишній раз є підтвердженням цьому.

Список використаних джерел:

1. Верменич Я. Моделі економічного районування в Україні: уроки радянського досвіду [Електронний ресурс] / Я. Верменич. – Режим доступу: <http://histsans.com/JournALL/xxx/12/8.pdf>
2. Ішук С. І. Територіально-виробничі комплекси і економічне районування / С. І. Ішук. – К. : ЕУФМБ, 1996. – 242 с.
3. Данилишин Б. М. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та мікрорегіональний рівень / Б. М. Данилишин, Л. Г. Чернюк, М. І. Фашевський. – Вінниця: Книга-Вега, 2007. – 572 с.
4. Дорогунцов С. І. Екосередовище і сучасність : моногр. : у 4 т-х. / С. І. Дорогунцов, М. А. Хвесик, Л. М. Горбач, П. П. Пастушенко. – К. : Кондор, 2006. – Т. 4. Стратегія регіонального розвитку і екосередовище. – 398 с.
5. Экономическое пространство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/geoprostranstvo-rossii.html>
6. Пепа Т. В. Просторовий розвиток регіональних соціально-економічних систем у контексті державної регіональної політики [Електронний ресурс] / Т. В. Пепа. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Aprer/2008_4_2/61.pdf
7. Поповкін В. А. До концепції державної регіональної економічної політики / В. А. Поповкін. – К. : НІСД, 1995. – 64 с.

Тетяна Головачук, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Наслідки глобальної економічної кризи обумовили зсув пріоритетів та пошук альтернативних механізмів щодо реалізації програм та планів регіонального розвитку. Ключовим напрямом розв'язання даної проблеми може стати підвищення конкурентоспроможності й активізація економічного розвитку регіонів на основі кластеризації.

Кластерний підхід здатний принципово змінити зміст регіональної промислової політики, оскільки зусилля органів влади спрямовуються не на підтримку окремих підприємств чи сфер економіки, а розвитку взаємовідносин між суб'єктами економіки та державними інститутами. Регіональні органи влади повинні сприяти формуванню кластерів, підтримці існуючих та створенню нових мереж, а також бути їх учасниками [2, с. 573].

Процеси кластеризації, насамперед щодо територіально-виробничих комплексів у ключових секторах економіки, є одним з важелів підвищення ефективності господарювання у сучасних умовах розвитку регіону.

Виробництво продукції та товарів є головним завданням економічного розвитку регіонів, що обумовлює надання переваги у формуванні територіально-виробничих кластерів. При цьому слід враховувати особливості окремого регіону, його економічну географію та роль в економіці країни.

У разі пріоритетності територіального принципу кластеризації територію кластеру можна визначити як адміністративно-територіальну одиницю чи сукупність адміністративно-територіальних одиниць. Такий підхід дозволяє поєднати інтереси діяльності кластеру з інтересами органів влади. Окрім того, виникає можливість здійснити моніторинг ефективності діяльності кластеру за даними офіційної статистики [3, с.25].

Між кластером та територією існує певний зв'язок, який знаходить прояв у наступному. Організації кластера є резидентами території, оскільки вони зареєстровані у відповідних адміністративно-територіальних одиницях, виконують вимоги регіонального або місцевого законодавства, сплачують податки. Резидентом території може бути як юридична особа, так і її територіальний підрозділ, що має права ведення самостійної господарської діяльності. Організації кластера контролюють об'єкти інфраструктури території на основі права власності, участі у капіталі, оренди чи іншої правової підстави, що забезпечує контроль. Кластер має домінуюче становище на ринку регіону, організації кластера домінують у господарсько-фінансових операціях в інфраструктурі території. Водночас, домінуюче положення кластера на регіональному ринку не має нічого спільного з монополією, оскільки за своєю сутністю кластер є не організацією, а множиною організацій, що знаходяться між собою у відносинах кооперації та конкуренції.

З урахуванням особливостей територіального розташування Чернівецької області, територіальні кластери можуть бути як регіональними, так і прикордонними. Причому можливим є розвиток не тільки територіально-виробничих кластерів, але й інших. Так, бурхливий розвиток сфери послуг потребує розвитку кластерів послуг.

Якщо зростання елементів спеціалізованих послуг відіграють домінуючу роль в економіці регіону, зокрема туризму, важливо розвивати кластеризацію у цьому напрямку. Оскільки транспортні системи займають особливе місце в економіці регіону, можливим є створення транспортно-логістичних кластерів, кінцевою продукцією яких є послуги з перевезень у вантажному та пасажирському секторах.

Між результатами кластерного розвитку та розвитку регіону на основі кластерних форм господарювання існує тісний зв'язок. Якщо розглянути чинники кластерного розвитку і переваги кластера для підприємств-учасників та для регіону, можна визначити основні групи переваг: підвищення продуктивності, упровадження інновацій, активізація підприємницької ініціативи, розвиток ефективних комунікацій, поширення інформації [4, с. 79].

Підвищення продуктивності для підприємств-учасників кластера забезпечують чинники: ефективний доступ до спеціалізованих ресурсів, полегшення координації та взаємодії між фірмами, швидке поширення найкращого досвіду, «здорова» конкуренція. У свою чергу, підвищення продуктивності як результат для регіону забезпечує: підвищення ефективності використання ресурсів регіону, зростання ВРП, підвищення рівня зайнятості у регіоні, поліпшення якості життя населення регіону.

Упровадження інновацій є перевагою кластера для підприємств щодо можливості розподілу витрат на НДДКР, полегшення апробації здобутих знань, розширення прогресивних ідей через неформальні комунікації. Це сприяє інноваційному розвитку регіону: реалізації інноваційного та наукового потенціалу регіону, посиленню практичної значущості наукових досліджень та освіти, поліпшенню товарної структури експорту, виходу регіону на нові світові ринки, довгостроковому зростанню регіону, екологізації виробництва.

Активізація підприємницької ініціативи як результат кластеризації для підприємств знаходить прояв через появу нових компаній та нових сфер бізнесу, наявність спеціалізованих знань, полегшений доступ до спеціалізованих ресурсів, налагодження каналів збуту. Перевагами кластера для регіону є те, що завдяки активізації підприємницької ініціативи відбувається створення нових робочих місць, зростання іноземних інвестицій, збільшення податкової бази, розвиток інфраструктури, відмова від субсидування неконкурентоспроможних підприємств.

Розвиток ефективних комунікацій у кластері здійснюється через діалог між бізнесом, наукою та владою, розвинутих каналів неформальних комунікацій, установлення довіри між людьми в рамках кластера. Для регіону розвиток ефективних комунікацій визначає баланс між ринковою ефективністю та соціальною гармонією, підвищення ефективного прийняття управлінських рішень, розвиток

соціального капіталу, підвищення уваги до суспільних цінностей.

Поширення інформації, як переваги для підприємств, здійснюється на основі створення єдиної бази даних для учасників кластера, розвитку неформальних комунікацій, що, у свою чергу, сприяє прискоренню інформаційного розвитку регіону [4, с. 83].

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене, можна визначити, що кластерний розвиток регіону може бути ефективним при ініціюванні його підприємствами на основі підтримки регіональної влади. Кластерні форми господарювання матимуть позитивний вплив на розвиток підприємств-учасників кластера та регіону, якщо врахувати означені чинники і залучити їх для одержання високих результатів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 27–30.
2. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : монографія / За ред. З. С. Варналія; Нац. ін-т стратег. дослідж. – К. : НІСД, 2007. – 768 с.
3. Егоров С. А. Промышленный кластер как развитая форма производственной кооперации / С. А. Егоров // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3 (27). – С. 24–28.
4. Ермакова О. А. Роль кластерів у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності регіону / О. А. Ермакова // Економіка промисловості. – 2009. – № 48 (5). – С. 75–87.
5. Федулова Л. І. Організаційно-інституційні передумови формування технологічних кластерів як точок росту економіки України / Л. І. Федулова // Наука та інновації. – 2011. – №2. – С. 25–34.

Ернест Грицюк, к.е.н., Наталія Гнатишина, к.е.н.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ДО ПРОБЛЕМ ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ЗА ДОПОМОГОЮ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ

У сучасній економічній ситуації, яка характеризується наростанням кризових явищ, а також враховуючи реальний стан з обмеженням ресурсного забезпечення як загалом в Україні, так і в окремих її регіонах, найбільш актуальним постає питання пошуку шляхів розвитку пріоритетних напрямів розвитку. На наш погляд, ця проблема має носити системний характер, а це означає, що визначення пріоритетів є можливим лише при умові застосування науково обґрунтованого підходу. Це означає, що у кожному регіоні України, у тому числі і в Чернівецькій області, є науковий потенціал, який складається, перш за все, з провідних науковців, які могли би взяти на себе вирішення цього питання. Тобто, на підставі сучасних економічних методик, які базуються на необхідних розрахунках, необхідно у найбільш короткі терміни дослідити, науково обґрунтувати і представити місцевим органам влади пропозиції щодо розвитку пріоритетних напрямів розвитку регіону.

Сучасна економічна думка прийшла до загального висновку, що найбільш доцільним і раціональним шляхом для досягнення цієї мети є

формування у регіонах виробничих кластерів, сутність яких полягає у створенні сукупності підприємств, що на умовах спільної кооперації можуть взаємодіяти у межах певних бізнес-процесів і використовувати конкурентні переваги мають бути орієнтовані на ті сегменти ринку, які на даний момент мають найбільш високі темпи розвитку.

Однією з проблем, що виникає на шляху наукового обґрунтування формування регіональних промислових кластерів, є проблема, що пов'язана з розумінням того, що має лягти в основу формування кластера: невелика група взаємопов'язаних підприємств, всі підприємства регіону, окремі галузі чи види економічної діяльності. На наш погляд, оскільки ми ведемо мову про регіональні кластери, з наведеного переліку має бути взятий один з двох останніх пунктів. Для прийняття кінцевого рішення щодо базового вибору формування кластеру ми маємо врахувати те, що поняття «галузь» на сьогодні є досить широким і згідно з Господарським кодексом України (стаття 260) його визначено як сукупність усіх виробничих одиниць, які здійснюють переважно однакові чи подібні види економічної діяльності. Користуючись терміном «галузь», треба враховувати, що подібність видів економічної діяльності не є чітко визначеною категорією і для різних цілей її можна розглядати як у більш загальному, так і в конкретному контексті. Так, наприклад, цілком правомірним є розгляд у загальному контексті як галузі економіки сільського господарства або переробної промисловості. До того ж даний термін більше підходить до масштабів країни, аніж до регіону і у сучасному інформаційному просторі все важче знайти дані щодо розвитку галузей економіки, оскільки загальнодоступні джерела державної служби статистики його майже не використовують.

З 2010 року в Україні використовують Класифікацію видів економічної діяльності (КВЕД), яка відповідає Міжнародній стандартній галузевій класифікації всіх видів економічної діяльності (ISIC). КВЕД побудована за ієрархічною системою кодування із застосуванням літерно-цифрового коду. Літерні позначки секцій використовують як рубрикатор і їх не використовують у кодуванні. Державна служба статистики формує свою інформаційну базу саме на основі КВЕД, тобто це дає можливість науковцям застосовувати методичний інструментарій, який повною мірою відповідає найбільш головному критерію наукового дослідження – співвіднесенню і реальності розрахунків і результатів. Таким чином, ми зможемо формувати регіональні кластери з різною базовою основою (вузькою або широкою), але обов'язково згідно з ієрархічною побудовою КВЕД.

Наступна проблема полягає у тому, що у дослідників, які займаються питанням обґрунтування формування регіональних промислових кластерів, може виникнути неправильне розуміння того, що будь-який розвинутий у регіоні вид економічної діяльності має бути пріоритетним, і

завдання вченого полягає у тому, щоб довести це за будь-яких обставин. Якщо наукові колективи, які займаються цією проблемою, підуть подібним шляхом, то це означатиме, що достовірних результатів дослідження очікувати не варто і рекомендації владним структурам, побудовані на такій основі, будуть хибними і можуть призвести до глибоких негативних наслідків в економіці регіону. Тому якщо у результаті проведеного наукового дослідження ми бачимо, що жодний вид економічної діяльності не відповідає критеріям пріоритетності, то про це треба відверто зазначити. Це зовсім не означає, що не слід приділяти увагу жодному виду економічної діяльності. Просто у таких випадках треба складати рейтинг цих видів економічної діяльності та з врахуванням інших важливих місцевих факторів (традиції, рівень зайнятості, важливість для економіки регіону тощо) вести мову про доцільність їхньої підтримки.

Спираючись на вищенаведене, можна сформулювати ще одну проблему, яка може виникнути при визначенні та обґрунтуванні формування регіональних промислових кластерів. Вона полягає у правильному підборі, застосуванні і трактуванні методологічних підходів щодо визначення регіональних кластерів. Необхідно зазначити, що сучасна економічна наука, на жаль, не має у своєму арсеналі єдиного методологічного підходу, що міг би визначити оцінку потенціальної кластеризації окремих видів економічної діяльності на рівні регіону. Створення такого методологічного підходу є найбільш актуальним завданням дослідників, які займаються проблемами регіональної економіки. На наш погляд, основної уваги заслуговують наукові методологічні підходи, які базуються на розрахунку коефіцієнтів локалізації, душевого виробництва та спеціалізації галузей промисловості, які були запропоновані В.М.Винокуровою. При цьому необхідно зазначити, що останній коефіцієнт, з врахуванням наведеного нами вище обґрунтування, доцільно перейменувати у коефіцієнт спеціалізації видів економічної діяльності з відповідною зміною його складових. Вказаний нами методологічний підхід, з певними поправками, вже сьогодні може застосовуватись з метою визначення регіональних промислових кластерів. Саме цим шляхом йдуть науковці кафедри економіки підприємства Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Список використаних джерел:

1. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України / Колектив авторів: Г. Л. Знаменський, В. В. Хахулін, В. С.Щербина та ін.; за заг. ред. В. К. Мамутова. – К. : Юрінком інтер, 2004. – 668 с.
2. Винокурова М. В. Конкурентоспособность и потенциал кластеризации отраслей Иркутской области // Эко. – 2006. – №12. – С. 73.
3. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации / В. И. Захарченко, В. Н. Осипов. – Ч. 2: Повышение региональной конкурентоспособности на основе кластерного подхода. – Одесса: Фаворит – Печатный дом, 2010. – 236 с.
4. Хіменко О. Національні інноваційні кластери як механізм забезпечення реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в Україні / О. Хіменко // Інтелектуальна власність. – 2009. – № 6. – С. 4–8.

Галина Долга, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

У сучасних умовах розвитку світового господарства кластери виникають в традиційних галузях економіки і у високотехнологічних, у сфері виробництва і у сфері послуг. Актуальним є впровадження кластерного підходу і в туристичній галузі.

Туристична галузь залишається важливим фактором забезпечення економічного росту країни і її регіонів. Експерти відзначають постійне зростання її ролі в структурі глобальної економіки. Туризм є одним з найперспективніших галузевих напрямків активізації економічного розвитку України.

Процесами ефективної кластеризації охоплені практично всі розвинені країни ринкової економіки та частина держав третього світу, чий економічний розвиток йде прискореними темпами.

Туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [1, с.45].

Туристичний кластер – це, насамперед, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що прямо або опосередковано пов'язані із наданням туристичних послуг.

Границі туристичного кластеру досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації. Туристичний кластер повинен складатись із комбінації галузей, що створюють турпродукт і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Границі туристичного кластеру можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання.

У структурі типового туристичного кластеру виділяється чотири основних сектори: сектор виробництва туристичних послуг; сервісний сектор; допоміжний сектор; сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру.

Сектор виробництва туристичних послуг включає підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують туристичні послуги: туроператорські фірми та турагентства, заклади з розміщення, оздоровлення, перевезення, харчування та організації дозвілля туристів [2].

Сервісний сектор об'єднує банківсько-кредитні та страхові установи, навчальні заклади туристичного профілю, наукові установи, а також бізнес-центри, лізингові компанії.

Допоміжний сектор, по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів, по-друге, поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії, поштова, органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми.

Сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру зв'язує між собою інші сектори і координує їхню діяльність. Він включає маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний та юридично-аудиторський відділи [3].

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є:

- підвищення економічної ефективності і конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;

- зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації;

- стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації;

- формування локального галузевого ринку праці, що дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації;

- покращення інвестиційної привабливості регіонів;

- кластеризація туристичної діяльності при правильній організації стимулює зростання і розвиток інших виробництв;

- кластерні технології сприяють налагодженню зв'язків між державними і бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів [4, с. 124].

Перспективним є створення кластерів у сільських і депресивних районах. Переваги створення кластеру суб'єктів господарювання сільського туризму полягають в тому, що із розрізних підприємств – власників садів, місцевих майстрів, представників сфери послуг, громадськості та місцевого самоврядування – утворюються об'єднання, які шляхом координації спільних зусиль створюють та реалізують туристичний продукт сільського туризму, що у підсумку веде до всебічного розвитку села за рахунок ефективного використання ресурсів.

Кластерний підхід у туристичній галузі активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних,

природно-рекреаційних, трудових, фінансових і матеріальних ресурсів у забезпеченні якості туристичних послуг, що надаються. Об'єднання в кластери посилює роль дрібного і середнього підприємництва, дозволяє використовувати його виробничий потенціал. Діяльність туристичних кластерів також сприяє максимальному використанню інноваційних і комунікаційних технологій, підвищенню рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників.

Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись в туристичний кластер, як правило, ефективно взаємодіють з науковими закладами та органами місцевої влади для підвищення конкурентоздатності своїх туристичних послуг. Вони отримують можливість ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні органів місцевої влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах [5].

Для забезпечення формування сприятливих умов розвитку туристичних кластерів необхідним є здійснення в державі комплексу заходів, а саме:

- розробка й удосконалення законодавчої бази організації туристичних кластерів в Україні;
- проведення інформаційної компанії серед потенційних учасників і зацікавлених осіб з роз'яснення конкурентних переваг кластерів;
- державна підтримка процесів кооперування, приєднання і інтеграції серед туристичних підприємств;
- підвищення ефективності системи навчання і підготовки спеціалістів зі створення і впровадження кластерної моделі у сфері туризму;
- створення промислових парків і технопарків як інфраструктури для розвитку кластерів, заохочення використання технологічних інновацій в роботі підприємств туристичного бізнесу;
- реалізація заходів податкового регулювання для учасників кластерів;
- зниження адміністративних бар'єрів.

При цьому довготермінова стратегія розвитку туристичних кластерів повинна визначатись в тісному контакті органів державної влади і ключових підприємств туристичного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристичних послуг в Україні : навч. пос. / Л. Г. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
2. Світовий і національний досвід формування інноваційних кластерів: IV національний форум з питань регіонального розвитку [«Стратегії конкурентоспроможності регіонів в умовах глобалізації: український та закордонний досвід»], м. Київ, 12.11.2008 р. / Соколенко С.І. ; МФСР, СЕУ, ІЕП НАНУ.
3. Стан туристичної інфраструктури регіону: проблеми і перспективи. – <http://val.ua/culture/Culture/>.
4. Стеченко Д. М. Інноваційні форми регіонального розвитку / Стеченко Д. М. – К.: Вища школа, 2006. – 254 с.
5. Формирование инновационных кластеров в Украине: роль Торгово-промышленных Палат: международный форум [«Развитие инновационного пространства СНГ. Роль и место Торгово-промышленных Палат стран содружества»], г. Казань, 16–17 апреля 2009 г. / Соколенко С.И.

Ігор Журба, д.е.н.,

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ЗА УМОВ СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

На початку третього тисячоліття науковцями Європейського Союзу було обґрунтовано сучасну парадигму просторового облаштування території по різні боки національних кордонів як основи транскордонного співробітництва. Вона характеризується особливістю використання механізмів та інструментів в усуненні диспропорції прикордонного розвитку, в ефективній мобілізації потенціалу природних ресурсів і запровадженні засад субсидіарності. Застосовуючи цей принцип, сусідні прикордонні території ЄС налагодили взаємозв'язки на різних рівнях ієрархічної підпорядкованості між гілками законодавчої і виконавчої влади, об'єднавши транскордонний потенціал для розв'язання спільних проблем.

У транскордонному співробітництві відбувся перехід від взаємовідносин за окремими угодами до співпраці у межах єврорегіонів. Так, у країнах Центральної та Східної Європи (ЦСЕ) на кордонах по всій їх довжині створено єврорегіони, що сприяє розвитку євроінтеграційних процесів.

Доведено, що основою формування транскордонних виробничо-економічних систем є транскордонні енерговиробничі цикли та кластери. З'ясовано, що транскордонні енерговиробничі цикли – це вся сукупність виробничих процесів, які послідовно розгортаються у транскордонному економічному районі на основі поєднання певних видів енергії та економічної сировини від первинних форм добування і збагачення до одержання всіх видів готової продукції, які можна виробляти на місці, виходячи з наближення виробництва до джерел сировини й енергії та раціонального використання усіх компонентів сировини й енергетичних ресурсів по різні боки кордону сусідніх держав [1, с. 68].

На основі дослідження зроблено такий висновок: формування транскордонних кластерних моделей в економіці перебуває між двома умовно окресленими «трикутниками»: кластероутворюючим – три „К” (концентрація, комунікація й конкуренція) і кластеропідтримуючим – три „С” (спеціалізація, співробітництво й синергія) (рис. 1).

Три «К» є додатковими умовами глобалізації та транскордонного співробітництва, що об'єктивно приводять до появи в окремих адміністративно-територіальних одиницях нових утворень типу кластерів.

Під впливом даних «трикутників» трансформаційний кластер координує господарську діяльність та формує прикордонну кооперацію між сусідами. Отже, кластери стають полюсами транскордонного зростання.

У країнах Центральної ЦСЄ існує два типи єврорегіонів:

а) модель, що базується на адміністративному управлінні (єврорегіони „Карпатський”, „Буг”, „Німан”, „Балтика”);

б) модель, що функціонує на засадах самоуправління (єврорегіони „Нейсе-Ниса-Ніса”, „Нейсе-Шпрее-Бобер”, „Про Європа Віадрина”, „Померанія”, „Глаценсіс”, „Прадід”, „Сілезія”, „Бескиди”).

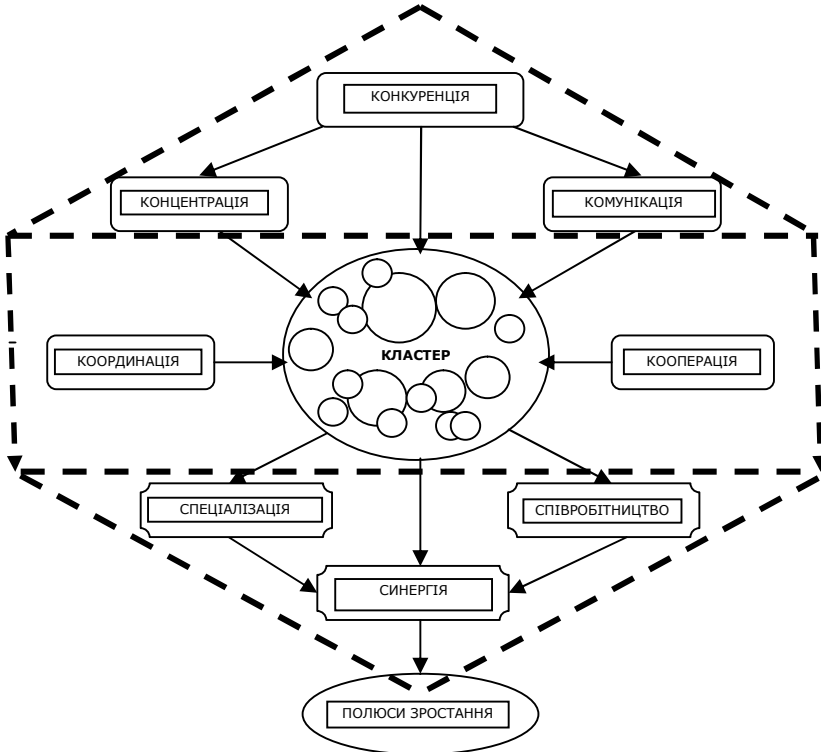


Рис. 1. Складники діяльності транскордонних кластерних об'єднань

Узагальнюючи, зазначимо, що перша модель базується на інституціоналізації „згори” (утворенні міжрегіонального зв'язку, укладанні угод, централізованому управлінні); друга модель – це інституціоналізація „знизу” (самоуправління, ініціатива місцевих громад та органів самоврядування) [1, с. 257].

Для групування (аналізу) транскордонних регіонів країн ЦСЄ у роботі застосовані такі параметри: індекс сталого розвитку (субіндекси економічний, екологічний, соціальний); ступінь гармонізації; індекси якості та безпеки життя; ВВП (загальний); ВВП на одну особу; валову додану вартість. Це дало можливість визначити спільні характерні

соціально-економічні ознаки, необхідні для процесу формування сучасної транскордонної політики.

Серед найбільш розповсюджених нових ефективних форм функціонування транскордонного співробітництва на кордонах України є „транскордонні кластери” та „транскордонні промислові зони”. Їхній подальший розвиток та підвищення ефективності функціонування, зокрема у західних областях України, сприятимуть відродженню економічної активності та стимулюватимуть економічне зростання, що позитивно впливатиме на вирівнювання показників соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності прикордонних регіонів України.

Список використаних джерел:

1. Журба І. Є. Сучасні засади формування концепції транскордонного співробітництва України / І. Є. Журба // Вісник Донецького університету. Серія В. Економіка і право. – 2011. – № 2. – С. 67–74.
2. Журба І. Є. Наукові та прикладні засади транскордонного співробітництва в сучасних євроінтеграційних процесах / І. Є. Журба // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 6, Т. 1. – С. 256–259.
3. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці / С.Соколенко- К.: Логос, 2004. – 848 с.

Tatyana Ilyuk,

Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNTEU, Chernivtsi

THE IMPORTANCE OF A NATIONAL TRANSBOUNDARY CLUSTER POLICY FOR UKRAINE

The main purpose of economic policy in every country today is to increase national competitiveness and improve the performance of companies. One of the arrangements for increasing country's competitiveness is to adopt innovative strategies at all levels – federal, regional, branch-wise, and corporate level of companies. The competitiveness of modern, knowledge-based economy depends not only on the technical achievements, inventions, knowledge creation but also on organizational adjustments that contribute to the commercialization of scientific and technical developments, as well as the marketing of innovations. Therefore, the cluster approach has some more obvious benefits as one of the methods of improving the innovation distribution system and technology transfer.

In western literature the concept of clusters was introduced into economic theory by M. Porter, according to which the clusters are geographically concentrated groups of interconnected companies, specialized suppliers, service providers and companies in their respective industries, as well as organizations with related activities (e.g., universities, standardization agencies and trade associations) in certain areas, competing, but at the same time leading collaborative work.

In the Ukrainian clusters' context the issues to be faced are challenging but can be seen in a positive light:

- Geographically boundary clusters are easy to isolate within Ukraine as it has a small number of cities divided by extensive agricultural areas. It also benefits from a COMECOM specialization history that naturally led to scientific and machine building specialism.
- Existing organizations, especially R&D institutes, are well-developed in Ukraine – but these could hamper ‘new-build’ clusters, as well as provide initial support for early stages of cluster meetings and introducing companies to the cluster.
- Since there are massive competitive pressures, in order for companies to grow it will be a challenge to inject innovation and entrepreneurship into Ukrainian companies. The concept of clustering is a necessary experiment to hasten the speed of global competitiveness to an unspecified percentage of Ukrainian companies.
- There is no doubt that there is a high degree of well-qualified talent within the Ukrainian workforce.

The transboundary cluster policy will give the Ministry of Regional Development and Construction (MRDC) as well as other administrative bodies a clear and realisable policy framework for the improvement of the border regions competitiveness with regard to the instrument of cluster development. To meet these objectives, the policy will describe the envisaged goals and objectives as well as a set of interdependent priorities for its implementation. The policy will additionally identify an organizational structure and measures to monitor and evaluate the implementation process as well as the results. At the same time the MRDC is targeting a coherence and compliance of this strategy with other national and European strategic plans in the field of transboundary economic cooperation and adjoining policy papers.

Bearing in mind the EU Cohesion policy 2007-2013, which recognizes the importance of cross-border, transnational and interregional cooperation as one of its key objectives in the enlarged Europe, the Ukraine defined a broad strategy to increase the competitiveness of the country and achieve sustainable growth to meet the expectations of its citizens.

The overall goal of the transboundary cluster policy for Ukraine is to strengthen competitiveness of the transboundary regions, their territorial cohesion, and sustainability of its development by setting the framework for a better exploitation of cross-regional economic potentials by fostering transboundary cluster growth.

Some of the problems regarding cluster development may be:

- The development challenges and problems arising from the overall development situation in the country.
- The inadequacy of the state regional policy and the need for a new one.
- The recognition of clustering and cluster development as a successful policy tool for achieving regional development objectives, optimizing

development potential of the regions.

International experiences show that clustering and support for development of clusters can be seen as a powerful policy tool for growing international competitiveness and sustainable development of regions. Many countries are successfully implementing cluster policies and policy tools to stimulate clustering with the main objective to strengthen competitive advantages of firms and regions. The policies are defined to support firms and regions in developing their capabilities for integration into broader international networks and markets.

Selected bibliography:

1. MIKULA, Nadiya. Inter-Territorial and Cross-Border Cooperation : Monograph. – Lviv : IRD National Academy of Sciences of Ukraine, 2004.
2. Report from the programme "NACHHALTIGETSCHAFTSENTWICKLUNG", Reference No.: 444657-3599 of the German Technical Assistance (GTZ) regarding: "REGIONAL ASSESSMENT OF THE CLUSTER SUPPORT POTENTIAL FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES" from Sept. 2009.
3. Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe, OECD Publishing, 2005.

Альбіна Катана,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ НА РІВНІ РЕГІОНУ

На шляху до євроінтеграції основним завданням для України постає побудова конкурентної економіки. Налагодження ефективного виробництва, зокрема в АПК, є одним із основних завдань на даному етапі розвитку економічних відносин. Основною причиною низької конкурентоспроможності підприємств вітчизняного агропромислового комплексу можна вважати значні перепони у їхній діяльності та недосконалість державного регулювання на ринку сільського господарства. Закордонний досвід стверджує, що шляхом подолання вищезазначених проблем є дієва регіональна політика, заснована на кластерах. Кластерна політика передбачає розвиток економіки держави загалом і регіону зокрема за рахунок об'єднання підприємств у мережеві структури, що дозволяє стимулювати конкурентну боротьбу, інноваційні процеси тощо.

Кластерна політика знаходить свій розвиток у кластерній стратегії. Кластерна стратегія повинна розроблятися для досягнення поставлених цілей в умовах нестабільного, конкурентного, ринкового середовища на основі діагностики стану економіки, стратегічного планування та реалізації обраної стратегії.

Система заходів, терміни виконання, відповідальні виконавці та засоби виконання утворюють кластерну програму. Такий вид програм допомагає повністю визначити методологію здійснення кластеризації регіону: визначення пріоритетних напрямків, в яких розвиватиметься кластерне утворення та його безпосередня організація, реалізація діяльності кластеру, визначення ефекту від діяльності.

Загалом, треба згадати про позитивний ефект діяльності підприємств у рамках кластера – синергетичний ефект. Проектуючи такі ефекти на сучасний стан економіки, можна стверджувати, що вони проявляються у процесі використання механізмів взаємодії підприємницьких структур (підприємницькі сітки, стратегічні альянси, довгострокові контракти, створення інтегрованих утворень). Джерела ефекту: зниження операційних витрат, фінансових ризиків, підвищення ефективності менеджменту, поліпшення конкурентної позиції на ринку, підвищення прибутковості виробничої діяльності, підвищення ефективності інвестицій.

Кластери мають можливість розвиватись на різних рівнях: міждержавні утворення, національні кластери, регіональні кластери, кластер на рівні міста, кластер на рівні села.

Хотілося б навести приклад існування кластерів різного рівня на прикладі західного регіону України. Перші кластерні утворення були сформовані у Хмельницькій області. Центрами об'єднання стали три різні за розмірами і розташуванням територіальні одиниці: м. Хмельницький (обласний центр), м. Кам'янець-Подільський (один із райцентрів) і с. Гриців (сільський центр). Дані утворення принесли найбільший ефект у розвитку будівництва, швейної сфери та сільського туризму. З часом у хмельницькій області почався новий етап створення кластерних структур: виробництво будівельних матеріалів, органічне землеробство, садово-городнє господарство, інформаційно-освітня сфера і ін.

Що стосується Чернівецької області, то розвиток Буковинського регіону на рівні кластеризації вимагає окремої уваги як з боку науковців, так і з боку органів державного управління. Основними напрямками утворення мережевих структур в області, згідно з кластерними дослідженнями, слід вважати деревообробний кластер, плодоовочевий кластер, туристично-рекреаційний кластер. Ландшафтні особливості рельєфу дають можливість говорити про переважання сільськогосподарських угідь. Із загальної площі області (809,6 тис. га) сільськогосподарські землі становлять 484,3 тис. га (59,8% від загальної площі області), ліси та інші лісові землі – 257,0 тис. га. (31,7%) тощо. Слід зазначити, що в області однією з найперспективніших галузей є садівництво. Сьогодні при 1,3 відсотка землеволодінь країни Буковина має 3,5 відсотка садів України. У нас найвищі темпи посадки молодих садів, площа під якими щорічно зростає на 450-500 гектарів, що дозволить в найближчі три роки забезпечити валове виробництво плодоягідної продукції близько 200 тис. тонн, з якої значну частину можна буде експортувати в свіжому та переробленому вигляді.

Особливістю аграрного сектора Буковини є те, що значну роль у виробництві сільськогосподарської продукції відіграють господарства

населення. Тому формування кластерів повинно здійснюватись «знизу», тобто за ініціативи самих фермерських господарств. Відповідно, враховуючи політичне та економічне становище в країні, не можна відмежовувати утворення кластерів Буковинського регіону від загальнодержавної економічної політики. Надання кластерній політиці ліберального характеру, враховуючи реалії сьогодення, не принесе позитивного результату та матиме згубний вплив на уже сформовані кластери у регіоні. У даному випадку ефективною могла б вважатись дирижистсько-ліберальна кластерна політика, яка дала б можливість розвиватись кластерам за допомогою державної підтримки та на засадах самокерованості. Розробка кластерної політики на рівні Чернівецької області повинна включати механізми впливу держави на витратно-розподільчу сферу та кредитно-коопераційну, податково-оптимізаційну, інноваційну, інформаційну сфери життєдіяльності регіону [2, с.40].

Створення кластерів у сільськогосподарській сфері області дозволить вирішити завдання, що стоять перед очільниками області вже довгий період, а саме: відсутність необхідних коштів на закупку сільськогосподарської техніки, добрив тощо; відсутність належних потужностей для первинної і глибокої переробки сільськогосподарської продукції на місцях; відсутність дистриб'юторів сільськогосподарської продукції; неврегульованість механізмів збуту сільськогосподарської продукції, виробленої у фермерських та індивідуальних господарствах; неефективний паритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію.

Отже, кластеризація на рівні Чернівецької області, враховуючи іноземний та вітчизняний досвід, може принести достатньо позитивний ефект. Слід зазначити, що кластер не можна характеризувати як об'єднання, яке складається тільки з підприємств. Кластери передбачають співпрацю суб'єктів підприємницької діяльності з науково-дослідними і проектними установами, вищими навчальними закладами, органами місцевої влади. Така співпраця різних сфер життєдіяльності регіону сприятиме покращенню становища Буковини загалом.

Список використаних джерел:

1. Загорський В. С. Кластеризація. Економіка країн світу й України: досвід і проблеми / В. С. Загорський, М. О. Кизим, В. Е. Хаустова // Проблеми економіки. – 2010. – №1. – С.3–6.
2. Панкова М. О. Кластерна політика як інструмент стратегічного менеджменту / М. О. Панкова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. – Вип. 6(2). – С.38–43.
3. Портер М. Конкуренція / М. Портер; [пер.з англ.]. – М., 2005. – 608 с.
4. Тищенко О. П. Кластерний підхід до управління регіональним економічним розвитком і перспективи його впровадження в Україні / О. П.Тищенко // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013. – №2. – С.25–30.
5. Ульяновченко Ю. О. Методологічні засади формування кластерної політики в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Ю. О. Ульяновченко. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2010-2/doc/1/06.pdf>

Василь Кифяк, д.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГАЛУЗЕВИХ КЛАСТЕРІВ

Пошук оптимальних форм організації господарської діяльності окремих галузей економіки і регіону загалом та механізмів реалізації конкурентних переваг окремо взятої території, завжди є актуальним для зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків. Одним з таких механізмів, що сприяє підвищенню продуктивності, інноваційній активності, зростанню конкурентоспроможності, залученню інвестицій, розвитку малого і середнього бізнесу у регіоні, є територіально-галузеві кластери.

Майкл Портер, відомий американський фахівець з кластерних теорій, вважає, що конкурентоспроможність країни або регіону необхідно розглядати через призму міжнародної конкурентоспроможності не окремих її фірм, а кластерів – об'єднань фірм різних галузей, причому принципове значення має здатність цих кластерів ефективно використовувати внутрішні ресурси. Розроблену ним систему детермінант конкурентних переваг країн можна використовувати і на регіональному рівні. До них відносяться: факторні умови (природні та людські ресурси, капітал, інфраструктура, науковий та інформаційний потенціал, фактори якості життя тощо); умови внутрішнього попиту (якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на національному та світовому ринках, розвиток обсягів попиту); суміжні та обслуговуючі галузі (сфери надходження сировини і напівфабрикатів, постачальники обладнання, технологій тощо); стратегія і структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція (цілі, стратегії, способи організації, менеджмент фірм).

Останні дослідження, проведені зарубіжними та українськими вченими, підтверджують, що і в світі, і в Україні кластери сприяють регіональному розвитку і, зокрема, конкретної галузі та підвищенню конкурентоспроможності в майбутньому.

На нашу думку, об'єднання в кластер підприємств окремо взятої галузі на певній території або в регіоні максимально сприятиме впровадженню інноваційних технологій, залученню інвестицій, ефективному менеджменту, раціональному використанню природного та кадрового потенціалу, зростанню зайнятості тощо.

Аналіз діяльності подібних кластерів в інших регіонах України та за кордоном засвідчує, що найбільш зручною в управлінні та правовому забезпеченні є географічно-адміністративна форма кластеру в поєднанні з фокусною формою, які передбачають формування просторового кластеру на основі територіально-адміністративної одиниці.

Для прикладу, опитування керівників туристичних підприємств Буковини підтвердило, що найбільш ефективними організаційно-економічними засадами створення і функціонування туристичного кластеру є територія Чернівецької області, а також об'єднання зацікавлених підприємств навколо одного центру, яким може бути Асоціація «Туристична Буковина», що вже протягом багатьох років об'єднує велику кількість працівників сфери туризму, галузеві та супутні підприємства, владні структури та громадські організації.

На відміну від горизонтальної, вертикальної або латеральної форми побудови кластеру, які передбачають об'єднання декількох галузей господарського комплексу регіону або об'єднання однорідних підприємств незалежно від місця розташування, в тому числі і по вертикалі, та суміжні етапи виробництва, для географічної та фокусної форм кластеру головним завданням є формування туристичних продуктів на основі природних рекреаційних ресурсів та культурно-історичної спадщини Чернівецької області і згрупування їх навколо одного центру.

Важливим елементом у виборі саме географічно-адміністративної форми побудови туристичного кластеру Буковини є географічне та геополітичне розташування Чернівецької області. Це наявність кордонів з Румунією та Молдовою, а отже можливість транскордонної співпраці в сфері рекреації і туризму, організація спільного виробництва туристичних продуктів з використанням ресурсів сусідніх країн та запровадження європейських стандартів, транзитність території краю тощо.

Організаційними основами формування територіально-галузових кластерів є: обґрунтування необхідності об'єднання галузових підприємств, владних структур, наукових установ і громадських організацій в кластер; аналіз передумов формування та функціонування кластеру; порівняльна оцінка переваг та недоліків для бізнесу, влади, науки, громадськості; вибір і оптимізація базового варіанту створення кластеру; підготовка пропозицій щодо створення кластеру.

Важливою складовою формування територіально-галузового кластеру є економічне обґрунтування, яке поєднує наступні етапи: 1) аналіз функціонування підприємств конкретної галузі і можливості формування кластеру; 2) визначення умов та факторів розвитку підприємств окремо взятої галузі; 3) вибір альтернативних варіантів, пошук оптимального варіанту.

Зарубіжний досвід свідчить, що формування територіально-галузових кластерів дає низку переваг, які поширюються за декількома напрямками зв'язків: підвищується ефективність управління та координація робіт всіх галузових підприємств; відбувається вільний обмін інформацією та швидке поширення інновацій серед підприємств,

що об'єдналися в кластер; здійснюється певна спеціалізація окремих підприємств за виробництвом та наданням послуг, внаслідок чого підвищується якість, знижується собівартість товарів та послуг. Підприємства диверсифікують виробництво товарів та послуг, прискорюють свій розвиток, стимулюють пошук сучасних інноваційних технологій, проведення науково-дослідних робіт та забезпечують необхідні кошти для впровадження нових стратегій; взаємозв'язки кластеру з зовнішнім середовищем постійно розширюються та набувають вагомості, підвищують конкурентоспроможність товарів та послуг, створюють нові можливості; об'єднання розрізаних фінансових, матеріальних, трудових ресурсів регіону сприяє ефективному їх розподілу та залученню інвестицій в галузі економіки, на основі яких сформовано кластери.

Отже, створення територіально-галузевих кластерів сприятиме об'єднанню галузевих підприємств та акумуляції фінансових, матеріальних, трудових й інших ресурсів, ефективному використанню ресурсів регіону та зростанню рівня якості послуг, залученню інвестицій і розбудові інфраструктури тощо.

Загалом, через збільшення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів, створення нових робочих місць, розвиток супутніх галузей відбуватиметься інтенсивний економічний розвиток регіону.

Функціонування територіально-галузевих кластерів активізує розв'язання не тільки проблем конкурентоспроможності товарів та послуг, але й цілої низки питань, пов'язаних з розробкою програм регіонального розвитку, стимулюванням інноваційної діяльності, взаємодії великого і малого бізнесу, підвищенням конкурентоспроможності і регіону, і країни загалом.

Наталія Коваль,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Питання активізації руху туристичних потоків можна вирішити за рахунок підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичної сфери. Одним із способів отримати конкурентні переваги на ринку, а також покращити привабливість території для потенційних туристів є створення такого територіально-галузевого об'єднання, як туристичний кластер.

Для України, яка прагне до європейської інтеграції, проблему конкурентоспроможності туризму на світовому ринку можна розв'язати за допомогою об'єднання зусиль окремих споріднених галузей та інституцій. Саме кластерна модель організації діяльності підприємств може бути інтегруючим елементом для таких галузей та інституцій,

які об'єднують свої зусилля для того, щоб отримати синергійний ефект від співпраці.

У туризмі кластер трактується як система взаємодії туристичних підприємств, що сконцентровані географічно і які використовують спільні туристичні ресурси. Кордони туристичного кластеру постійно змінюються, тому що завжди з'являються нові підприємства, розвиваються нові напрямки діяльності, змінюється ринок та умови його функціонування.

Створення кластерів є координацією спільних зусиль, що в підсумку веде до підвищення якості туристичних послуг та більш ефективного використання ресурсів.

Основними перевагами туристичного кластеру є:

- взаємовигідне співробітництво: обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників;
- максимальне та ефективне використання ресурсів;
- підвищення привабливості територій для інвестування;
- розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості;
- учасники кластеру отримують більше можливостей та вищі прибутки;
- створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів.

Важливим є те, що кластерна модель, окрім співробітництва, передбачає також і конкуренцію між підприємствами.

Європейський досвід показує, що туристичні кластери є дієвим інструментом зростання економічного розвитку регіонів, їх ефективної спеціалізації, максимального використання натуральних, матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів. Економічне процвітання різних регіонів європейських держав прямо залежить від рівня розвитку кластерів у них. Саме активна підтримка та розвиток кластерного підходу в туристичній галузі може розглядатися як один із можливих шляхів оптимізації діяльності цієї сфери, що забезпечить економічний ефект цих впроваджень.

В Європі країнами, які впроваджують кластерну модель організації туризму, є Італія, Франція, Норвегія. У Норвегії розвиваються кластери в галузі морського господарства. У Франції туристичний кластер «Ніцца» щороку відвідують декілька мільйонів туристів, що становить майже 1% світового торговельного обороту в галузі туризму. Подібні моделі на високому рівні функціонують в Греції, Шотландії, Бельгії, Іспанії, Ірландії. В Італії кластерна організація туризму має високий рівень наукового обґрунтування. Наприклад, в деяких областях країни встановлено особливі умови, які є підставою для їх створення: передумови для розвитку декількох видів туризму, значні туристичні ресурси, значущість туристичної зони тощо [1, с. 93].

Для України досить перспективними є кластери сільського зеленого туризму. Величезні передумови для розвитку цього виду туризму має Буковина, яка славиться своєю колоритністю, красою природи, великою кількістю пам'яток культури та архітектури.

Стратегією туристичного розвитку Чернівецької області на період до 2015 року задекларовано, що розвиток туристичної галузі є пріоритетним напрямком економіки краю. Сприятливі природно-кліматичні умови, вигідне прикордонне розташування, рекреаційні та лікувальні можливості району, попит на відпочинок і оздоровлення зумовлюють зростання обсягу туристичних послуг [2].

Однак на сьогодні існує низка проблем формування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі регіону, які можна об'єднати у дві групи проблем: теоретичні та прикладні. До теоретичних проблем слід віднести всі питання, пов'язані з формуванням теоретичних основ створення кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі регіону. Серед практичних проблем функціонування і формування кластерів у регіоні можна зазначити недостатню відлагодженість механізмів узгодження інтересів учасників кластера та реалізацію їх через комплексні програми.

Трансформації соціально-економічних умов у країні, регіоні, а також аналіз правової практики діючого законодавства у сфері туризму й рекреації підтверджують необхідність його змін та доповнень відповідно до сучасних вимог.

Формування кластерів вимагає окремої регіональної інноваційної політики, спрямованої на підтримку кластерів. Здійснення такої політики передбачає такі заходи: створення відповідної інфраструктури, що сприятиме ефективному та динамічному функціонуванню ринків; встановлення сприятливого політичного та економічного клімату в регіоні; стимулювання відносин (трансфер знань і технологій, стратегічна інформація) між різними суб'єктами інноваційної діяльності [3, с. 9–10].

Отже, для оптимізації запровадження кластерної моделі в Україні доцільно розробити відповідну законодавчу базу, прискорити розробку національної стратегії кластеризації економіки, визначити головні структури з виконання національних і регіональних кластерних ініціатив і пріоритети формування в Україні регіональних інвестиційно-інноваційних кластерів, внести зміни в освітній процес з метою підготовки фахівців для роботи у кластерних моделях тощо.

Список використаних джерел:

1. Ковальова Ю.М. Практичні приклади функціонування кластерів у світі / Ю.М. Ковальова, Н.В. Алишева // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №3 (2). Т.1. – С. 92–100.
2. Стратегія туристичного розвитку Буковини до 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.cv.ua>
3. Гуменюк О.І. Кластери як організаційна структура інноваційно-інвестиційної моделі розвитку промисловості / О.Гуменюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №5. – С.9–19.

Артем Козменко, Інна Никифорунок,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин одним із головних чинників впливу на рівень розвитку економіки кожної країни і світового прогресу загалом є міжнародне економічне співробітництво. Головною складовою цього співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) суб'єктів господарювання з різних країн. Розвиток ЗЕД забезпечує відкритість економічної системи, розширює ринки збуту товарів і послуг.

Загалом теоретичні основи ЗЕД досліджено у наукових працях О.П.Гребельника, Е.А.Зіня, О.А.Кириченко, Ю.В.Макогона, Н.Г.Георгіаді, М.Д.Пазуха, А.П.Рум'янцева.

Однак потребують більш детального вивчення питання ЗЕД на рівні окремого регіону. Цьому присвячено наукові праці П.Ю.Беленького, В.В.Максимова, Р.С.Осадчука, Г.Г.Фетисова та інших. До найбільш перспективних регіонів України, на нашу думку, належить і Чернівецька область.

Мета даного дослідження – проаналізувати основні показники розвитку системи зовнішньоекономічної діяльності Чернівецької області та на основі розрахованих показників довести перспективність розвитку Чернівецької області.

Розглянемо, насамперед, показники зовнішньої торгівлі Чернівецької області. Обсяг експорту товарів та послуг Чернівецької області за 2013 р. становив 140,9 млн. дол. США і збільшився порівняно з 2012 р. на 4,8%, а імпорту – 160,0 млн. дол. США, який скоротився на 9,9%. За цей період склалося від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу області в розмірі 19,1 млн. дол. США, проте даний показник суттєво скоротився порівняно з 2012 р. (на 55,6%).

У 2012 р. обсяг сукупного експорту області становив 134,5 млн. дол. США і знизився порівняно з 2011 р. на 7% та імпорту – 177,5 млн. дол. США, що на 8% нижче. За цей період склалося від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу області в розмірі 43,0 млн. дол. США.

У структурі зовнішньої торгівлі товарами Чернівецької області також відбулися позитивні зміни. Обсяг експорту товарів суб'єктами господарювання Чернівецької області за 2013 р. становив 125,3 млн. дол. США, а імпорту – 158,1 млн. дол. США. Порівняно з 2012 р. обсяг експорту зріс на 0,3%, а імпорту – скоротився на 9,6%. Тоді як у 2012 р. у структурі зовнішньої торгівлі товарами області відбувалися негативні зміни, зокрема, обсяг експорту знизився на 9% (становив 124,9 млн. дол. США), а імпорту збільшився на 7% (174,9 млн. дол. США).

У 2013 році в зовнішній торгівлі товарами області склалося від'ємне сальдо в розмірі 32,8 млн. дол. США, а це менше, ніж у 2012 р., на 34,4%. Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,79, який зріс порівняно з попереднім роком.

Сфера послуг у структурі зовнішньоекономічної діяльності Чернівецької області розвивається стрімкими темпами. Підтвердженням цього є дані Головного управління статистики в Чернівецькій області. Так, за останні 5 років експорт послуг зріс майже у п'ять разів, у 2008 р. він становив 3,3 млн. дол. США, а у 2013 р. – 15,6 млн. дол. США. У той же час, обсяг імпорту послуг суттєво скоротився з 3,9 млн. дол. США у 2008 р. до 1,9 млн. дол. США у 2013 р.. Зовнішньоторговельне сальдо було позитивним протягом всього періоду, крім 2008 року, в якому воно становило -0,6 млн. дол. США. Коефіцієнт покриття експортом імпортом становив: у 2008 р. – 0,85, у 2009 р. – 1,42, у 2010 р. – 8,75, у 2011 р. – 7,44, у 2012 р. – 3,69 та у 2013 р. – 8,21. Дана ситуація означає, що економіка Чернівецької області не є імпортозалежною й обсяги експорту покривають обсяги імпорту послуг.

Іноземні інвестиції є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності Чернівецької області. У 2013 р. в економіку Чернівецької області іноземними інвесторами вкладено 7434,1 тис. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу), що на 2221,0 тис. дол. США більше, ніж за 2012 р., протягом якого в економіку області вкладено 5213,1 тис. дол. США прямих інвестицій.

З країн Європейського Союзу надійшло 7163,0 тис. дол. США (96,3% від загального обсягу по області), з країн СНД – 79,7 тис. дол. США (1,1%) та з інших країн світу – 191,4 тис. дол. США (2,6%). Формами залучення прямих інвестицій були грошові внески – 7259,5 тис. дол. США (97,7% від вкладеного обсягу) та внески у вигляді рухомого і нерухомого майна – 174,6 тис. дол. США (2,3%).

Загалом інвестиції надійшли з 43 країн світу. До найбільших країн-інвесторів входили: Кіпр, Великобританія, Туреччина, Італія, Румунія, Ізраїль, Франція, Німеччина, Віргінські острови (Британські), Чехія, Естонія, Сейшельські острови, США та Польща, на які припадало 93,8% від загального обсягу інвестицій. Найбільше зріс акціонерний капітал нерезидентів з Великобританії – на 3087,8 тис. дол. США, Румунії – на 554,3 тис. та Домініканської Республіки – на 297,0 тис. дол. США. Крім того, відбувся перехід прав власності на акціонерний капітал нерезидентів з Швеції до нерезидентів з Кіпру на 16090,2 тис. дол. США.

Приріст іноземного акціонерного капіталу спостерігався на підприємствах сільського господарства, мисливства, лісового господарства (на 3296,7 тис. дол. США), сфери операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям

(на 364,9 тис. дол. США) та з надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльності у сфері культури та спорту (на 84,7 тис. дол. США).

З початку інвестування обсяг внесених в область прямих іноземних інвестицій на 31 грудня 2013 р. становив 69794,9 тис. дол. США, що на 8,6% більше обсягів інвестицій на початок 2013 року та в розрахунку на одиницю населення склав 77,1 дол. США. Значні обсяги інвестицій (акціонерного капіталу) зосереджено на підприємствах промисловості – 29755,4 тис. дол. США (42,6% від загального обсягу прямих інвестицій, внесених в область).

Міжнародна міграція є невід'ємною складовою у соціально-економічній системі Чернівецької області. У 2013 році ситуація із зовнішньою міграцією населення в Чернівецькій області має позитивний характер. Так, протягом року в область прибуло 5090 осіб, а вибуло 3690. Міграційний приріст населення становив 1400 осіб, відповідно, загальний коефіцієнт міграційного приросту населення у розрахунку на 1000 жителів – 1,54. Порівняно з попереднім роком він скоротився на 228 осіб. У 2012 р. міграційний приріст населення склав 1628 осіб, що у розрахунку на 1000 жителів – 1,8 особи.

Загальний міграційний приріст населення в 2013 р. зафіксовано в м. Чернівцях та більшості районах Чернівецької області, а міграційне скорочення населення – у м. Новодністровську, Заставнівському та Новоселицькому районах.

Отже, у структурі зовнішньоекономічної діяльності Чернівецької області відбуваються позитивні зміни. Значною мірою вони спричинені зростанням ділової активності в основних країнах-партнерах. Це дає можливість суб'єктам господарювання Чернівецької області розширювати напрямки міжнародного співробітництва, що, у свою чергу, повинно призвести до подальшого розвитку економіки регіону.

Список використаних джерел:

1. Соціально-економічне становище Чернівецької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/povidom.htm>
2. Соціально-економічний розвиток регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oblrada.cv.ua/passport/15/>

Євген Колосінський, к.е.н.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОГО ЕФЕКТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасності, коли глобалізація зайняла одне з визначальних місць у сучасній світовій економіці, перед керівництвом багатьох підприємств постають проблемні питання пошуку нових форм і методів адаптації до мутуючого (рушійна сила еволюції, де менш сприятливі мутації видаляються, тоді як вигідні прагнуть накопичуватися) економічного, соціального та політико-правового середовища. Швидкі

зміни факторів, які визначають конкурентоспроможність окремих фірм та цілих держав на світових ринках, динамічний розвиток глобальних відносин, змушують при формуванні умов економічного зростання вітчизняної економіки переходити на нові методи інноваційного розвитку. Залежність України від імпорту, надмірні масштаби якого обумовлюють вимивання в теперішній час з економіки країни величезних коштів в інтересах інвестування країн-імпортерів своєї продукції в Україну, унеможливають створення нових робочих місць, необхідних для забезпечення повної зайнятості робочої сили та сприяння інноваційному розвитку секторів економіки України, вимагає від менеджерів високого рівня замислюватись над встановленням високотехнологічної конкурентоспроможної держави на основі впровадження новітніх технологій.

Зміни, що проходять в соціально-економічному розвитку, розкривають модернізовані підходи до нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Таким чином формується інноваційний тип розвитку, що характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності, що стосується як мікро-, так і макроекономічних процесів розвитку – створення технопарків, технополісів, проведення політики ресурсозбереження, інтелектуалізації всієї виробничої діяльності, софтизації та сервізації економіки.

Важливу роль в житті суспільства стали відігравати об'єднання, що ґрунтуються на так званих «кластерних технологіях», що безпосередньо є складовою конкурентоспроможності малих та середніх підприємств.

Бізнес-кластер – це географічна концентрація підприємств різних галузей, споживачів, а також підприємств – елементів ринкової інфраструктури. Метою кластеризації є збільшення продуктивності, на основі якої підприємства збільшують конкурентоспроможність як на національному, так і на глобальному рівні. Кластер – дуже важливий аспект стратегічного менеджменту.

Термін «бізнес-кластер», який також розповсюджений під назвою «індустріальний кластер, або кластер Портера», був представлений та популяризований М. Портером у роботі «Національні конкурентні переваги» 1990 року [4]. Важливість економічної географії також було піднято на загальний розсуд П.Кругманом у роботі 1991 року «Географія та торгівля» [3]. З того часу почався розвиток поняття «кластеризація», який був фундаментом багатьох державних програм. Основа для формування концепції кластеру була закладена ще у 1890 році Альфредом Маршалом.

М.Портер стверджує, що кластеризація має можливість вплинути на конкуренцію трьома методами: збільшуючи продуктивність підприємств, що входять у кластер; заохочуючи інновації в межах кластеру; стимулюючи розвиток нового бізнесу в межах кластеру. За теорією М.Портера, в сучасній глобальній економіці порівняльні переваги – як на певній території за рахунок особливих ресурсів (трудові ресурси, дешева робоча сила, і т. д.) переkritи великі вхідні витрати – є менш важливими, а конкурентні переваги – як компанії продуктивніше використовувати вхідні ресурси при постійному впровадженні інновацій – займають перше місце.

Кластерний ефект може бути більш легко досягнутий у будь-якій міській (урбаністичній) місцевості, оскільки більшість видів комерційних структур будуть намагатись до ненавмисного групування за категоріями. Магазины взуття або одягу, наприклад, рідко ізолюються від своїх конкурентів, а подекуди у світі легше знайти цілі вулиці з такими конкурентами.

«Ефект кластеру» подібний (але не є ідентичним поняттям) до «мережевого ефекту». Він схожий в тому сенсі, що ціна, яка переважно формується на ринку та в його учасників, заснована на сприйнятті конкурентів, а не ринок формує ціну його учасників (на основі попиту та пропозиції), як це зазвичай буває. Таким чином, спонтанно створюючи більший ефект, ніж сума його причин, кластерний ефект зазвичай є ключовим.

Уряд і компанії часто намагаються використовувати кластерний ефект для просування конкретного місця, яке є вдалим для певного виду бізнесу. Наприклад, місто Бангалор (Індія) використовувало кластерний ефект, щоб переконати низку високотехнологічних компаній відкрити там магазини. Точно так само зробило керівництво Лас-Вегасу, коли були застосовані стратегії для досягнення кластерного ефекту від грального бізнесу. У Франції національна промислова політика включає в себе підтримку певної форми бізнес-кластерів під назвою «Pôles de Compétitivité», таких як Cap Digital. Ще один хороший приклад – Nano / Microelectronics and Embedded Systems («Нано/мікроелектроніка та вбудовані системи»), або, як називають скорочено «мі-кластер», що засноване при сприянні Corallia Cluster Initiative у Греції. Corallia представила нову програму, яка складалась з трьох фаз, для сприяння розвитку кластера, й опинилась серед фіналістів DG REGIO's RegioStars 2009 Awards у категорії «Дослідження, науково-технологічний розвиток та Інновації» [5].

На жаль, ефект кластеру не продовжується вічно [2]. Для підтримки продуктивності кластера в довгостроковій перспективі кластери повинні залишати відкритість для бізнесу поза кластером, спрощуючи сильні міжорганізаційні відносини з підприємствами, що входять у кластер. Його відносний вплив диктується також іншими ринковими факторами,

таких як очікуваний дохід, сила попиту, податків, конкуренції та політики. У разі Силіконової долини, наприклад, збільшення бажаних опинитись у долині призвело до гострої нестачі офісних і житлових площ, що в свою чергу змусило багато компаній перейти на альтернативні місця, менш відомі – Остін, штат Техас і Ролі-Дарем, Північна Кароліна, незважаючи на власні бажання залишитися в долині.

Іноді кластерні стратегії досі не генерують достатньо позитивного впливу, які визначаються при обґрунтуванні в певних галузях. Наприклад, Builders Square, ритейлер товарів для домогосподарства, не міг конкурувати з лідерами галузі, такими як Home Depot, коли постало питання встановити ті ж низькі ціни та виконувати контракти. У результаті він був змушений використати можливість злиття з іншим гравцем ринку роздрібною торгівлі, Hechinger, щоб поліпшити утворений бізнес-кластер і конкурувати з Home Depot та лідерами галузі. Однак, коли він не зміг зробити і це, він почав повільно накопичувати збиток і, врешті-решт, опинився на межі банкрутства. Хоча після злиття зробили спробу створити географічний кластер, щоб конкурувати з низькими витратами інших фірм, витрати не були знижені достатньо і в підсумку стратегія провалилась, змушуючи Hechinger до ліквідації та виходу з галузі [1].

Підсумовуючи викладене вище, варто зазначити, щоб бути насправді конкурентоспроможним на сучасному світовому ринку, кожне підприємство повинно усвідомити важливість уміння консолідувати свої зусилля з іншими динамічними компаніями, де кожний учасник доповнює один одного, створюючи свою частку даної вартості.

Список використаних джерел:

1. Bowie L. Hechinger merger could bring closings Builders Square in Pa., other states expected to spur consolidation / L. Bowie // The Baltimore Sun.
2. Eisingerich A. B. Group Analysis: Why Some Regional Clusters Work Better Than Others / A. B. Eisingerich, L. Boehm // The MIT Sloan Management Review Journal Report. – 2007. – №3. – Pp. 1–3.
3. Krugman P. Geography and Trade / P. Krugman. – MIT Press, 1991. – 142 p.
4. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations / M. E. Porter. – New York: The Free Press, 1990. – 857 p.
5. The EU regional policy report 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/doc/regiostars2009_leaflet.pdf.

Богдана Короп, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРІВ НА ЗАХІДНОМУ КОРДОНІ УКРАЇНИ

Формування транскордонних кластерів є перспективним напрямом співпраці прикордонних регіонів країн-сусідів у контексті реалізації євроінтеграційних прагнень України. Вони виступають як важливий елемент регіонального розвитку, як інструмент розв'язання проблем функціонування транскордонних регіонів і є викликом на нові тенденції

у розвитку співробітництва прикордонних територій. Зважаючи на те, що створення транскордонних кластерів базується на «інтеграції діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, які розташовані на території суміжних держав, що забезпечує їм додаткові переваги порівняно з відособленим їх функціонуванням», вони можуть бути визначені як механізм зближення української та європейської економіки.

Кластерний підхід у сучасній практиці управління витісняє галузеву логіку управління економічним розвитком, яка застаріла. Нові підходи до управління припускають непрямий вплив на промисловий розвиток через створення умов для розвитку бізнесу. Ефективність кластерного підходу визначається тим, що долається вузькогалузеве бачення економіки регіону, розвиток економіки регіонів шляхом кластеризації дозволяє збільшити приплив капіталів і технологій, прямих інвестицій, які привносять до регіону, крім фінансових коштів, і нові технології, і інтелектуальні ресурси, і управлінські навички, і всевітньо відомі торговельні марки [1, с.38–39].

Реальним свідченням зростання зацікавленості до використання кластерного підходу у транскордонному співробітництві виступають наступні факти: впровадження кластерного підходу вважається в Європі найкращим засобом забезпечення конкурентоспроможності регіональної економіки [2, с.228]; в умовах глобалізації спостерігається відхід від ієрархічних структур управління, які вже не можуть забезпечити високий рівень конкурентоспроможності будь-яких об'єктів [3]; ЄС підтримує розвиток трансєвропейської кластерної мережі та транскордонної кооперації у сфері виробництва та технологій [4, с.179]; світова практика свідчить про використання кластерних механізмів для подолання кризових явищ [5, с.222]; регіональні кластери представляють майже дві третини загальної зайнятості у відповідних секторах в 10 нових країнах-членах ЄС; вищі рівні спеціалізації та концентрації забезпечують вищу продуктивність та інновації; одна з чотирьох компаній в ЄС працює в середовищі, схожому на кластерне, використовуючи тісну співпрацю з іншими підприємствами в регіоні та сильними зв'язками з інфраструктурою місцевого бізнесу; впровадження кластерної стратегії в ЄС виконується на національному, регіональному та місцевому рівнях [6, с.10].

Визначення пріоритетних напрямів створення транскордонних кластерів між Україною та Європейським Союзом здійснюється на основі ідентифікації та реалізації конкурентних переваг прикордонних регіонів. Вибір моделі та сфери діяльності такого утворення інтеграційного характеру визначається ступенем розвитку взаємозв'язків між підприємницьким сектором, науковими установами, інфраструктурними елементами на рівні транскордонного регіону, часовими обмеженнями та регіональними особливостями.

До пріоритетних напрямів формування транскордонних кластерів у рамках євроінтеграційного вектора транскордонного співробітництва належать наступні сфери: логістика, екоенергетика, транскордонний туризм, освіта, бізнес-послуги, будівництво, лісовий комплекс, агросфера та культурна індустрія.

Проаналізуємо деякі із наведених пріоритетів.

Глобальним логістичним кластером може стати транскордонний кластер на західному кордоні України по осі Балтика – Чорне море. Як відомо, вплив міжнародних транспортних коридорів відчутний в околі 200 км, а логістичні центри, що формуватимуть транспортний логістичний кластер, розміщуються біля найбільших пунктів перепуску («Ягодин», «Рава-Руська», «Краківець», «Шегіні», «Чоп», «Ужгород», «Порубне», «Рені»). Таким чином, всі західні області можуть отримати значний імпульс для розвитку. Нині переважає більшість об'єктів ринку логістичних послуг в Україні оцінюється близько 2,5 млрд. євро [7].

Екоенергетична сфера є «точкою дотику» між західними регіонами України та прикордонними регіонами країн-членів ЄС. Зокрема, залучено українського учасника – Центр впровадження альтернативних та відновлювальних джерел енергії, СП «Тзов КомЕкоЛьвів» – до Люблінського екоенергетичного кластеру; ведеться співпраця між Львівським центром науки, інформації та інформатизації та Асоціацією інновацій і трансферу технологій «Горизонти» (м. Жешув, Польща) шляхом реалізації проекту «Енергозбереження – обмін досвідом у сфері системних рішень та успішних практик Польщі та України». Крім того, польське енергетичне агентство розглядає можливість розробки енергоефективних проектів в Україні, а також проведення семінарів як у Польщі, так і в Україні для фахівців в цій сфері.

Україна займає восьме місце в Європі за лісистістю, а лісовий сектор Карпатського регіону посідає четверте місце у структурі економіки областей, у якому працює 52 тис. осіб на більше, ніж 2 тис. підприємств (дослідження швейцарсько-українського проекту FORZA). На Закарпатті планується створити кластер будівництва дерев'яних будинків, що повинен об'єднати близько 22 типів підприємств-постачальників столярних виробів, підлогових і дахових покриттів, сантехніки, транспортних, фінансових та інших організацій. Тільки за першими підрахунками такий кластер може працевлаштувати до 850 працівників [8].

Беззаперечними конкурентними перевагами володіють західні прикордонні регіони України щодо формування кластерів бізнес-послуг. Так, Львів є одним з найбільших ІТ-аутсорсингових центрів в Україні, де працюють 22% всіх українських програмістів, і який займає третє місце після Києва та Харкова за кількістю компаній, що працюють у сфері ІТ-індустрії в Україні. Щороку львівські вищі навчальні заклади випускають понад 30 тис. висококваліфікованих спеціалістів, з них 1,5 тис. – ІТ-спеціалісти [3]. Місто фактично має вже сформований кластер,

представлений понад 100 компаніями, сферою діяльності яких є розробка та підтримка прикладних програм, кол-центри, аутсорсинг аналітичних процесів, локалізація програмного забезпечення, ІТ-консалтинг. Зважаючи на те, що м. Львів займає 89 місце у рейтингу «Top 100 Outsourcing Destinations», він у перспективі може стати провідним центром аутсорсингу в Центрально-Східній Європі.

Відсутність позиціонування м. Чернівці як центра ІТ-індустрії не заперечує можливість розвитку у ньому цього виду послуг. У місті функціонує 5 навчальних закладів, що готують фахівців у цій сфері, близько 15 ІТ-компаній та 300 працівників, що надають в основному послуги з віддаленої розробки програмного забезпечення. У транскордонному аспекті є можливість розвитку співпраці із компаніями з м. Бухарест (Румунія), яке зайняло 44 місце у рейтингу «Top 100 Outsourcing Destinations». Усього в ІТ-сфері Румунії працює близько 60 тис. людей, 16 тис. компаній. Оборот цієї сфери дорівнює більше 2,5 млрд. євро, з них 67 генерується 186 компаніями Бухаресту [9]. Розвиток цього транскордонного трикутника «Львів – Бухарест – Чернівці» може здійснюватися через використання потенціалу різноманітних транскордонних програм, підвищення поінформованості про існуючий потенціал, модернізацію освітньої сфери тощо.

Освітня складова транскордонних кластерів повинна стати домінуючою ланкою стимулювання постіндустріального розвитку українського суспільства. Підвищення якості відповідного кадрового забезпечення потребує розвиток транскордонного співробітництва у прикордонних регіонах України. Водночас, формування конкурентоспроможних транскордонних кластерів вимагає ще й посилення наукової бази регіонів. Загалом, у Західному регіоні сконцентровано 26 установ Національної академії наук України, 67 вищих навчальних закладів III та IV рівнів акредитації різних форм власності, понад 200 галузевих науково-дослідних та дослідно-конструкторських установ, в яких працює понад 14 тис. співробітників, в тому числі 10 академіків, 22 члени-кореспонденти НАН України, понад 1600 докторів наук, більше 7000 кандидатів наук [10].

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності прикордонних економік нерозривно пов'язане із ідентифікацією та реалізацією їхніх конкурентних переваг. У свою чергу, транскордонні кластери сприяють підвищенню конкурентоспроможності прикордонних регіонів, забезпечують реалізацію їх конкурентних переваг, налагодження тісних взаємозв'язків між підприємствами, науковими установами та органами державної влади прикордонних регіонів. Формування такого поля спільних інтересів між українськими та європейськими прикордонними регіонами та підкріплення їх кластерними механізмами співпраці веде до посилення інтеграційної взаємозалежності між економіками транскордонних партнерів.

Список використаних джерел:

1. Панкова М. О. Кластерна політика як інструмент стратегічного менеджменту / М. О. Панкова // Вісник Дніпропетровського університету. – 2012. – Вип. 6. (2): Серія «Економіка». – С. 38–43.
2. Мікула Н. А. Транскордонні кластери / Н. А. Мікула, О. І. Пастернак // Регіональна економіка. – № 2. – 2009. – С. 228–229.
3. Мікула Н. Стан та перспективи розвитку транскордонних кластерів в Україні / Н. Мікула // Геополітика України: стан і сучасність: збірн. наук. праць. Вип.2. – Ужгород : ЗакДУ, 2010. – С. 262–279.
4. Демченко В. В. Особливості формування транскордонних кластерів / В. В. Демченко // Регіональна економіка. – 2010. – №3. – С. 179–186.
5. Горблюк Р. В. Кластери: теоретичне підґрунтя та перспективи розвитку / Р. В. Горблюк // Регіональна економіка. – 2010. – №3. – С. 222–229.
6. Посібник з кластерного розвитку. – К., 2006. – 38 с.
7. Мікула Н. А. Пріоритети створення інноваційно-інвестиційних транскордонних кластерів та промислових зон у західних регіонах України: аналітична записка [Електронний ресурс] / Н. А. Мікула. – Режим доступу : <http://lv.niss.gov.ua/public/File/1/analit%20i%20klastery%20CBC.pdf>
8. Кластери у Карпатах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lvivpost.net/suspilstvo/n/7745>
9. Воробей В. Розвиток галузі ІТ в м. Чернівцях / В. Воробей, О. Піх [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eep.org.ua/files/Chernivtsi%20IT%20Development.pdf>
10. Західний науковий центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://znc.com.ua/ukr/about/index.php>

Сергій Матюх, к.е.н.,

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

ОСНОВНІ НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Серед основних проблем вищої професійної освіти виділяються наступні: недостатнє державне фінансування ВНЗ; збільшення технологічного розриву з розвиненими країнами; зниження конкурентоспроможності вітчизняної вищої освіти; низька частка цільового працевлаштування випускників державних ВНЗ; розрив у взаємодії ВНЗ з виробництвом і експериментальними базами; зниження престижу витратних наукоміських спеціальностей, зокрема природничо-наукового і технічного напрямів; невідповідність кількості випускників потребам промислового виробництва.

Освіта сьогодні стає продуктивною галуззю єдиного господарства країни, тобто в ній створюється продукт, що має певну споживну вартість і цінність, яка визначається через конкуренцію у рамках ринкових стосунків. Найвищі якості має найбільш конкурентоспроможна освітня послуга.

Традиційна система освіти не в змозі задовольнити потреби реального сектора економіки і соціальної сфери в високопрофесійних фахівцях, що відповідають вимогам нинішнього етапу наукового, технічного і соціального розвитку. Одним з таких механізмів є кластерний підхід. Йдеться про об'єднання, укрупнення, своєрідну агломерацію у функціональному, а найчастіше, об'єднання за географічним принципом різних установ та організацій навколо

інтелектуального «мозкового» центру. В основі освітнього кластера лежать права власності, а ринкові механізми базуються на «вигідності» «щільності» інтегрованої взаємодії, заснованої на формуванні зв'язків між різними елементами установ. Їхній характер безпосередньо пов'язаний з аспектами розвитку організацій. Зміна ж стосунків власності може при цьому мати місце й утворювати як позитивні, так і негативні синергії із стосунками «вигідності» [1, с. 154].

Основними напрямками модернізації є інтернаціоналізація вищої освіти, його регіоналізація і корпоратизація. Інтернаціоналізація вищої освіти охоплює широке коло питань, таких як навчальні програми, викладання/навчання, наукові дослідження, інституціональні угоди, мобільність учнів, співпраця в цілях розвитку тощо. У контексті інтернаціоналізації вищої освіти розвивається поняття інтернаціоналізації ВНЗ. У контексті корпоратизації вищої освіти ВНЗ розглядається як економічна корпорація, що пов'язана з виробництвом і поширенням знань, яка підпорядковується тим же нормам і правилам, що й інші господарюючі суб'єкти. Модернізація системи вищої професійної освіти в умовах сучасної кластерної економіки повинна здійснюватися через стратегію інтеграції вищих освітніх установ (інститутів, університетів, академій) в систему виробничих кластерів [1, с.154].

Кластерна концепція поступово отримувала визнання ділового співтовариства, привертаючи до себе увагу дедалі більшої кількості регіонів та фірм. На практиці багато кластерів виникли і розвивалися абсолютно природно, без якого-небудь поспіху, причому на їхнє формування пішли десятки років, перш ніж на світову економіку звалилася вже гігантська хвиля стратегічних кластерних утворень [2, с.74].

У результаті інтеграції ВНЗ у виробничі кластери виникають додаткові переваги, що визначають взаємну вигоду для усіх учасників:

1) для регіону і країни – збільшення доходів бюджету за рахунок росту податкових надходжень; підвищення частки зайнятості населення; скорочення виплат із безробіття; підвищення конкурентоспроможності регіону; підвищення інвестиційної привабливості регіону, приплив інвестицій; розвиток фінансово-кредитних інститутів (наприклад, надання кредитів під проекти); підвищення рівня конкуренції в економіці (активізація процесу міжнародної торгівлі й інвестування іноземного капіталу, посилення заходів із виконання вимог законів про конкуренцію); ріст прозорості, професіоналізму й ефективності державного регулювання і адміністративного контролю [3, с. 87] ;

2) для підприємств-учасників – збереження господарської самостійності; поліпшення показників діяльності; підвищення рівня кваліфікації кадрів; підвищення конкурентоспроможності підприємства;

створення інфраструктури для досліджень і наукових розробок; участь в обміні технологіями; можливість виходу на зовнішні ринки;

3) для освітніх установ, інтегрованих у кластер, – можливість участі у великих інвестиційних проєктах; підвищення рівня кваліфікації кадрів; перебудова системи освіти і професійної підготовки; розробка політики заохочення, підтримка результатів науково-дослідних і прикладних робіт, що проводяться у ВНЗ.

Кластер, що включає господарюючі суб'єкти, інтегровані з ВНЗ, має можливість добитися додаткових конкурентних переваг за рахунок: отримання підвищення якості людського капіталу; впровадження продуктивних інновацій і наукомістких бізнес-процесів; забезпечення припливу молодих кваліфікованих фахівців, підготовлених відповідно до вимог і інтересів кластера; отримання економічних і неекономічних вигод у результаті здійснення проєктів у рамках кластера; оптимізації структури і вдосконалення організації, змісту і форм професійної підготовки і перепідготовки кадрів для підприємств, що входять в кластер; впровадження системи освіти, спрямованої на формування компетенцій і соціальної відповідальності випускників – майбутніх працівників підприємств, що входять у кластер; формування економіко-правових знань у випускників інженерних спеціальностей, спрямованих на створення і ведення конкурентоспроможного виробництва на підприємствах кластера; формування професійних компетенцій у галузі ресурсозберігання, екологічної безпеки й інноваційних технологій у рамках основної і додаткових освітніх програм на підприємствах кластера; координації науково-дослідних робіт, виходячи з вимог навчального процесу ВНЗ і потреб промисловості, впровадження інтелектуальної власності в освітній процес і виробничу практику; розвитку системи науково-інноваційних, інжинірингових центрів і виробничих майданчиків; створення інтегрованих структур «освіта – наука – виробництво» на базі вищих навчальних закладів; формування консалтингового центру інноваційних технологій; забезпечення конкурентоспроможності учасників інтеграційного процесу на ринку виробничих і освітніх послуг.

У підсумку інтеграції ВНЗ і господарюючих суб'єктів, що входять в промисловий кластер, посилиться синергетичний ефект, який дозволить посилити економічний ефект, за допомогою зниження трансакційних витрат, зовнішніх і внутрішніх ризиків, підвищити конкурентоспроможність підприємницьких структур.

Список використаних джерел:

1. Покровский Н. Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка / Н. Е. Покровский // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Т.7. – № 4. – С. 152–161.
2. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко. – К.: Логос, 2004. – 848 с.
3. Грищенко І. М. Економічні умови забезпечення якості освітніх послуг у системі вищої освіти: монограф. / І. М. Грищенко. – К.: Педагогічна думка, 2012. – 87 с.

Оксана Михайловська, д.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА У РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Явища, які відбуваються у сфері міжнародних економічних відносин, у третьому тисячолітті концептуально дедалі більше набувають властивостей нелокальних процесів з пам'яттю. За таких умов традиційні аналітичні методи все частіше стикаються з проблемами, що не мають ефективного розв'язання в межах класичних парадигм, які розроблялися свого часу для описування стійких станів або станів, що характеризувалися плавною лінійною еволюцією. Саме тому серед економістів почала поширено вживатися термінологія з синергетики й інших наук, які передбачають нелінійність і незворотність процесів еволюційної динаміки (теорія катастроф, теорія детермінованого хаосу, фрактальної геометрії та ін.).

У дослідженні акцентовано увагу на посиленні системності глобальної економіки, що й обґрунтовує потребу у використанні синергетичного підходу для дослідження регіонально-кластерної політики у розвитку світової економіки. Такий підхід припускає наявність сукупності стійких станів – зразків, так званих аттракторів, у кожному з яких порядок функціонування системи різний. Перехід економіки на інший аттрактор можливий або лише через точку біфуркації, або за рахунок затрат внутрішніх ресурсів системи на самоорганізацію (континуальна самоорганізація). Збільшення ентропії системи (дезорганізації) виводить систему на точку біфуркації, де починають діяти процеси самоорганізації.

Регіонально-кластерна модель у розвитку світової економіки – це модель конкурентоспроможної та інвестиційно привабливої економіки, що забезпечує високий рівень та якість життя населення. Необхідність існування кластерів обґрунтовується тим, що процеси інновації вимагають ресурсів і компетенції, які перебувають часто за межами окремо взятої компанії.

Кластери – це: поєднання конкуренції та співробітництва, «колективна ефективність», «гнучка спеціалізація»; використання ефектів масштабу; полюси зростання; кластери – частина більш широкої концепції конкурентоспроможності. Кластерні механізми або локальні мережі територіально-виробничі системи є джерелами та факторами економічного зростання територій.

Світова економіка функціонує як набір коливних циклів, на які впливають регіонально-кластерні моделі розвитку. При цьому аттракторами, що задають параметри коливних циклів для окремих країн і регіонів, є окремі потужні національні економіки США, Японії та Китаю, розвинутих країн ЄС.

Механізм аттракції полягає в тому, що процес утворення регіонально-кластерних інститутів є досить рідкісним явищем. Утворюючись в окремих країнах, вони відтак запозичуються іншими країнами. Тому кожна значуща у світовому масштабі економіка (наприклад, США чи Японії) є своєрідним зразком, який більшою чи меншою мірою копіюється іншими економіками через упровадження конкретних кластерних моделей тих або інших економічних інститутів.

Динаміку розвитку світового господарства зумовлено тим, який з чотирьох аттракторів домінуватиме і наскільки важливим буде ступінь домінування. Виокремимо динаміку деяких аттракторів. Для цього послідовно інтерполюємо довгоперіодичні (низхідна хвиля Кондратьєва) та середньоперіодичні коливні цикли для економік Європи (Великобританії, Німеччини та Франції), США, Японії та Китаю. Для побудови прогнозних даних виходимо з того, що послідовним є очікування закінчення середньострокового циклу в 2013 році. Це означатиме перехід циклу Кондратьєва у низхідну фазу. Остання фаза тривала 38 років (1974–2012 рр.). Враховуючи глобальну тенденцію до скорочення циклів Кондратьєва, припускаємо, що низхідна фаза триватиме 12 років (три середньострокових цикли по 4 роки).

Для окреслення сфер впливу основних країн-аттракторів проведемо кореляційний аналіз між динамікою ВВП країн світу з динамікою США, країн ЄС, Японії та Китаю та розглянемо географічні межі дії аттракторів і відзначимо наступне.

У межах американсько-європейської регіонально-кластерної моделі очікувано еволюціонують європейські економіки, деякі країни Північної Африки. Мода, притаманна США, також домінує в економічній системі Канади. Існує також група країн, економічна динаміка яких щонайбільше корелює з відповідною динамікою США, однак для таких країн характерний і досить щільний зв'язок з коливними модами потужних європейських економік.

Японська регіонально-кластерна модель домінує в обмеженому географічному ареалі (Індонезія, Корея, Малайзія), однак натомість її вплив досить вагомий на країни, де домінує американсько-європейська коливна мода. У низці випадків тісна кореляція вбачається і для острівних країн, і для країн Африки. У зазначених країнах очікується швидший вихід з низхідної фази та менша глибина депресивного економічного спаду, ніж у країнах Європи та Північної Азії, але більша, ніж у США та країнах, економіка яких «тяжіє» до даного аттрактора.

Найбільшим буде вплив регіонально-кластерної моделі Китаю, на нашу думку, на економіки, в яких велику частку ВВП створюють експорт природних ресурсів, оскільки, за прогнозами фахівців міжнародних організацій, у найближчі 10–20 років китайська економіка стане головним споживачем енергоресурсів, залізної руди, руд кольорових металів тощо. Отже, очікується, що під довгостроковий

коливний режим зазначеної країни перебудовуватимуться економіки таких країн, як Індія, Австралія, Чилі, Малайзія, Росія, меншою мірою Україна, країни Перської затоки.

Те, за рахунок яких технологічних пакетів (ТП) буде забезпечено прорив і вихід на наступну хвилю Кондратьєва, визначатиме, цикл яких країн домінуватиме у світовій економіці принаймні на 25–30 років (висхідна фаза циклу Кондратьєва) в середині XXI століття. Саме ці країни задаватимуть регіонально-кластерну політику та середньострокову динаміку світового розвитку.

На нашу думку, за будь-яких умов у майбутньому важливим і затребуваним буде розвиток сучасних інформаційних технологій – ІТ. Хоч які б ТП були «проривними», їх розвиток у будь-якому разі ґрунтуватиметься на інфраструктурах та інструментах, пропонуваніх ІТ. Іншим базовим технологічним пакетом, на нашу думку, є розвиток технологій природокористування – наслідок низки кризових викликів. У будь-якому зі сценаріїв технології природокористування в тому чи іншому вигляді розвиватимуться, інакше економіка входить в режим деструктивних ентропійних процесів. Є можливості проривного розвитку цього пакета, що спричиняють насамперед зміну парадигми ставлення до природи та біологічної системи. У разі прискореного та системного розвитку технологій природокористування на зміну екології (охоронний підхід) приходить інженерний (творчий) підхід до ландшафтів, екосистем тощо.

Ще одним базовим пакетом слід вважати біотехнології, які отримують самостійний статус, що спричиняє створення низки нових самостійних продуктів, зокрема етичних і правових, зокрема розпочнеться робота з людською ДНК, унаслідок чого від генетичної модифікації окремих органів дослідники перейдуть до генної модифікації самої людини.

Нанотехнології – теж основний технологічний пакет. Прорив у сфері нанотехнологій – революція в матеріалах, прискорений розвиток космічних програм. Нова революція матеріалів дозволить виготовляти матеріали, що не існували в природі і володіють принципово новими властивостями. У перспективі з'явиться можливість створювати матеріали з чіткими функціями під певне завдання.

Проведений аналіз регіонально-кластерних моделей найбільших економік світу дозволяє сформулювати гіпотезу щодо подальшої динаміки поточного довгого циклу глобальної економічної системи:

1) останній європейсько-американський довгий цикл, розпочатий у 1975 р., на рубежі 2012–2013 рр. перейде з висхідної фази в низхідну; азіатський довгий цикл уже перейшов з висхідної фази в низхідну на рубежі 2001–2002 рр. Китайський цикл лише виходить на пік висхідної фази. Однак під дію зазначеного аттрактора потраплять переважно країни-експортери природних ресурсів, що означатиме їх перебудову та

переорієнтацію на економічні зв'язки з Китаєм;

2) найближчі 10–15 років характеризуватимуться слабкою економічною кон'юктурою, тривалішими й інтенсивнішими спадами, незначними та нетривалими підйомами, на що накладатиметься позитивний вплив китайського ринку;

3) у 2014–2015 рр. можливі економічні кризи в Європі та США, які характеризуватимуться завершенням чергового середнього циклу та висхідної фази довгого циклу загалом. Наступна криза спостерігатиметься наприкінці 20-х рр. XXI століття і виявиться суттєвішою, ніж події 2012–2015 рр. Однак у випадку подальшого інтенсивного розвитку економіки Китаю та підпорядкування китайському коливному режиму інших країн можливе амортизування вищезазначених негативних явищ у світовій економіці;

4) період нового розквіту світової економіки припаде на 30-ті роки XXI століття. Крім технологічного прориву в ці роки, очікується відкриття нових ринків, якими, на нашу думку, є внутрішні ринки Китаю та Індії, а також закриті ісламські країни;

5) коливний режим української економіки, швидше, близький до європейсько-американського, хоча ця економіка ще не цілком увійшла до глобальної економічної системи. Інакше кажучи, на початку XXI століття ще зберігається синфазність, і можливий резонанс; остання обставина свідчить про ризик «випадання» України зі світового циклу. Підвищенням цей ризик буде в 2012–2014 рр. і, насамперед, наприкінці 20-х років XXI століття.

Зауважимо, що ми не ставили за мету точно спрогнозувати початок нового коливного циклу та визначити середньострокові коливання. Вони мають фрактальну природу. Ми мали на меті окреслити основні можливі напрями трансформації світової економічної системи в умовах синергетичних закономірностей еволюції соціально-економічних систем.

Carmen Năstase, Professor PhD.,
Carmen Chaşovschi, Associate Profressor PhD.,
Adrian Liviu Scutariu, Lecturer PhD.,
Ştefan cel Mare University, Suceava, Romania

THE IMPACT OF TOURISM ON LOCAL DEVELOPMENT – MODEL OF CLUSTER

In the touristic field of activity, the sustainable development is as important as the degradation of nature and the cultural patrimony, which are the tourists' main motivations, would lead to the decrease of their interest, and so, to an activity's decrease. Taking into account the fact that, the tourists are more and more attracted by the unique places and the intact nature, it is necessary to preserve this natural capital, which can

consist in the Romania's competitive advantage in order to be on a long term used. Unfortunately, yet, not all the operators think of a long term development, but to their immediate profits, which are desired to be the greatest. The local community, through authorities, as well as the entrepreneurs themselves, should become aware of this aspect and even more than that, to contribute to the promotion of an ecological responsible behavior among tourists, by informing them. Clusters association are an important element in smart specialisation strategies, being recognised as drivers of industrial innovation and competitiveness. The cluster organisation provides the framework for cooperation activities, the strategically cooperation itself is made by the cluster members.

The politics and the plans of regional development in the last years took more and more into account the tourism's field of activity as a strategically domain in order to assure an economical dynamic and durable increase of some regions which possess an important touristic potential.

The tourism has the capacity to contribute to the generation of a region's internal development, the reduction of regional disequilibrium, the geographical redistribution of wealth from the metropolitan areas towards the least developed and the most remote areas. The tourism appears, thus, as a realistic alternative of different regions' development. In this context, by its geographical position and the rich natural and entropic potential, Romania will be able to become an area of great attraction for tourists, in the conditions in which a series of strategies of durable touristic development will be created, implemented and promoted, that include also a prevention component of the environment's destruction, at the national and the regional level.

The tourism does not affect the environment at a high level, such as other economical fields of activity, yet, to conserve the natural environment, it is necessary that the tourism's development to be a durable one. The durable development, according to the World Commission on Environment and Development responds to the necessities of actual generations, without destroying the future generations' chances to respond to their own necessities. Thus, the development can generate prosperity, if it regenerates the resources and it protects the environment. (World Commission on Environment and Development, 1987, p.43).

In the past, the tourism was perceived especially through its benefited effects, but simultaneously with its unprecedented development and its transformation into an element of economical development, also some negative effects appear, among which also the destruction of eco-systems or the loss of cultural patrimony. As a consequence of these realities, the need to create alternatives and practices has appeared which not deteriorate the environment in the development politics, gathered around the generic notion of 'sustainable tourism', or 'ecotourism'. The notion of durable tourism has its origin in the ideology of sustainable development,

simultaneously with the 'borrowing the sustainability' by the tourism in the report of World Commission on Environment and Development.

The notion of 'sustainable development' appeared in the 1980s, followed then by that of 'durable tourism', with its alternatives ecotourism, green tourism or responsible tourism. This paradigm refers to the fact that this type of touristic development has to possess economical advantages, to create social benefits for the local community and not to present negative effects on the environment, these aspects being real and for the future generations (McMinn, 1997, p.135). As a rule, these impacts are determined by external forces of community.

One of the challenges the sustainable tourism confronts to, is the one referring to the establishment of the development level or the maximum admitted capacity, beyond which the negative effects manifest. The admitted maximum capacity has to take into account the natural, social and cultural environment, the patrimony and the infrastructure's capacity. On the one hand, there is the every point of view of each component, a maximum capacity, but on the other hand, there is the difficulty and the subjectivity of measuring those components. Of all these maximum different capacities, the choice of a final one will be subjective, for example, the ones with high incomes will choose a lower value, compared to those with low incomes. Another important matter to be discussed is the determination of the prejudicial intergenerational potential. Being given the absence of information referring to the future technological possibilities, it is impossible to know which combinations of elements will be to offer the same level of wealth (Beckerman, 1992, pp.481-496.). Thus, it can only be inferred what the necessities for the immediate future will be, this is the reason why this matter remains a problem to be discussed.

Its consistency or its relative delimitation in practice has many critics. Among these, a certain problem can be remarked referring to the fact that this paradigm has not referred to a new form of tourism, but it can be used in an intelligent advertisement campaigns of some corporations in order to seem as being more ethical, in the promotion of the same touristic product. (Lansing and De Vries, 2007, p.77).

Even if the negative effects are regularly associated with mass tourism, in WTO (World Tourism Organization)'s vision, the durable tourism's norms and managerial practices take into account all forms of tourism. The principals of sustainability refer to the aspects regarding the environment, the economical and the socio-cultural aspects of tourism's development, and the creation of equilibrium between these to guarantee its durability on a long term. (According to the durable tourism's development conceptual definition, [HYPERLINK "http://www.world-tourism.org"](http://www.world-tourism.org) www.world-tourism.org; Lansing and De Vries, 2007, p.78).

From an economical perspective, one of the main preoccupations of the tourism's development is the effect of money losses from the local or

national economies. According to some studies (Mowforth and Munt, 2003), these losses refer to the goods acquisition and imported services by tourists, the goods' imports and the touristic institutions' services, and to the redistribution of profits in the original country in the case of foreign proprieties of some touristic capacities. In order to minimize these losses, a more active involvement of local actors is necessary.

The tourism's development should be an integrated one, that can include all important points of view (ecological, social, economical and others), and their combination can be accomplished through the community's involvement in order to find a satisfactory equilibrium for all the implicated actors. The matter to be discussed consists in the level in which the community can evaluate and express its necessities, being sustained the fact that a higher level of community's participation can lead to a greater sustainability, but also to a larger distribution of benefits (Mowforth and Munt, 2003, in Lansing and De Vries, 2007, p.82). However, this fact is not generally true, because a unique vision does not exist in the quantification of durability, and the perceived necessities by those from a community are different.

Regarding the environment, the tourism's durable development takes into account the conservation, as much as it is possible, of the flora, fauna and natural resources. The limiting of the tourists' number is to be imposed. Especially, mass tourism and its increase create problems for the environment and the future development of this industry. It must not be forgotten and the fact that, the nature itself and the fresh air are among the touristic motivations, considering the everyday life which takes place in a relative polluted environment.

Even if, it may seem that, through the environment's conservation, the economical development is stopped, but, this is the only way a destination can be individualized compared to others. More than that, through the features' conservation of the local environment, the tourism's development will assure its longevity together with the economical benefits, because the tourism depends on the existence of natural, cultural and historical factors. Here, some actors' interests, apparently diametrical opposed, converge, the touristic operators and the community's representatives, the first want to conserve the environment in order to sustain the tourism, but the others being only interested in the environment matter and less in tourism, that, in case it exists, is wanted to be a sustainable one (McMinn, 1997, p.140).

A current tendency in tourism is the movement of tourists from the more developed countries towards the less developed ones, with benefits for both sides: the exploration of new destinations, and, respectively, the new jobs' evolution and the currency incomes. From the sustainable tourism's perspective, these touristic fluxes are in order to bring influences on the host area, being considered by some experts as a form of neo-colonialism (McMinn, 1997, p.141). The evolution of touristic activities in

some less developed countries, or in the least developed areas of other countries, brings with itself the danger as, the host population not to think anymore of sustainability and the environment protection, as long as the tourism can bring them an immediate income which can help them overcome the subsistence level. The state and different organizations must intervene here in order to contribute to being aware of the necessity of an ecological behavior.

Taking into account the fact that the ethics of durability is based on theory and practice, at a local level, as well as a global one, the industry should, finally, rethink its strategies in order to respect the limits of durable development.

The tourism's industry borrowed the concept of durable development and adopted the notion of durable tourism. Thus, the latter develops the idea of satisfying the actual tourists and touristic industry and, in the same time, protecting the environment and the future opportunities. The environment has a durable value which is extremely important for tourism; the future generations should benefit of it, and the tourism's evolution must not lead to the environment's degradation.

Such as there are cases of regions in Europe, not the presence of some top industries or some multinationals is the only capable to assure evolution. The agriculture and the services can contribute to the assurance of a satisfactory level of occupation, but what can be constituted as a basis element for development, is the tourism, this including also the promotion of original elements, that can change into economical goods. A problematical aspect of the area, respectively, the existence of a countryside archaic style of life can be changed into a competitive advantage, meaning that it can attract tourists, it can stimulate the craftsmanship activities, as well as, the evolution of investment activities.

This integrating vision of touristic activities, in the region's economy, reserves the tourism the role of stimulating and connect other fields of activities. There are many opinions about the report between tourism and the general development, and precisely: the evolution of this field of activity is a consequence of the general development of the region, the two develop simultaneously, and, respectively that, the tourism stimulates evolution. Regarding these points of views, we do not think that one of them should be considered absolute, even if there is the tendency to consider especially only the first two, whose truth is supported by the touristic movement much greater in the developed countries. There are, also, situations, as previously mentioned, the case of some unused resources that will be used thanks to tourism, or some regions which have no alternative from the economical point of view. In these situations, the tourism can contribute to the increase of the general development's level, this being the case of some areas of North-East region. In the countryside, the traditional ways of life were kept, many times, to an exaggerated

backwards, yet, the modernization will make room, undoubtedly, due to some imposed standards. In such a context, the problem which appears is how the rural tradition can be preserved, in the imposed modernization conditions, and which its limits are, in order not to affect this cultural component of rural areas (Botezat, 2009, p.495).

Bukovina region, as well as Romania in general, has a considerable potential for the rural tourism due to the best natural and the cultural resources. The regions from the neighborhood of mountainous touristic resorts and the important cities from the cultural point of view, are the places where the rural tourism develops. The agrotourism is a form of tourism tightly connected to the countryside, as a place for taking place, thus, providing the accommodation and other services, by the peasantry farmyard. It must be mentioned that it is not compatible to mass tourism, where the productivity is everything, a certain closeness, leaving it without the substance which gives its consistency and potential (customs, traditions, etc.). From this perspective, the rurality of some areas, such as the mountainous part of Suceava County can be changed into an advantage. A danger, which can threaten the traditions and the cultural values of people from the countryside, is constituted by some structural changes imposed by the E.U., having as an aim to get to some qualitative standards, even if, generally speaking, the diversity is promoted. The peasants should be aware of preserving the cultural inheritance, which has the capacity to sell the touristic product. Some components of tradition have the authenticity only if they are part themselves from this way of life, this will not happen if they are looked only as exhibits for tourists. Although European Union applies a series of exceptions in order to preserve the cultural values, the tendency towards modernization will express anyway, and the agro tourism's opportunity is the offer of the rural touristic product, simultaneously with the preservation of a traditional way of life, in the disadvantage of a luxurious one, permitted by the growing material possibilities.

The tourism of adventure does not represent a consistent part on the market, and, it has to remain the same, in other conditions, it would destroy its own sustainability. (Hall, Marciszewska and Smith, 2006, p.75). Here can be included those who look for individual experiences, which can be joined the practicing of some sports activities, such as: walking, alpinism, climbing, cycling, paragliding, sailing, fishing, horse riding, cave explorations, etc. For these, it is not necessary the existence of an elaborated infrastructures, but only an untouched nature and a less populated area.

One of the predisposed areas for tourism of adventure consists in the Austria's Alps, but the area of Central and East Europe has, similarly, potential (for example, the Carpathians, in Poland, Slovakia and Romania). Even if the destinations already classical attract the most part of the

tourists, the new regions from the Central and Eastern Europe can become attractive through the creation of some positive images, that, in some cases they would replace the negative perception which exists. The eco-tourism's itineraries and the tourism of adventure are organized by the specialized tour-operators, who can be found especially in the mountainous regions.

Bukovina region can remark itself from this point of view through the promotion of tourism of adventure: alpinism, paragliding on the Ouşorul Cliff from Suhard mountain, nordic-walking, mountain-biking, river-rafting down the Bistriţa river, based on some specific aspects: wild scenery, isolated mountainous villages and authentic peasants, the way it does not exist anymore in the occidental countries.

Health tourism is represented in the Central and Eastern Europe, by the resorts from the Sudeten Mountains (Poland and Czech Republic) and the Carpathian Mountains (Poland, Slovakia, Romania), these countries having a significant potential in this segment. There is local growth potential of this niche from Vatra Dornei, Gura Humorului, Suceviţa.

Rest and recreation tourism can also be practiced, due to favorable natural environment. This type of tourism is suitable for almost all rural mountainous part of Suceava county, due to special natural endowment and a rich natural environment in areas such as Gura Humorului, Vatra Dornei, Câmpulung Moldovenesc and others.

Romanian Cultural tourism takes place mainly around some objectives like the monasteries of Bukovina (which are also favorite destinations for religious tourism). To this other attractions are added, such as folk traditions, but, however, few tourists visit places of cultural remains, especially since they are not well promoted. In this case, tourists which go on vacation could be attracted, or those who seek only this type of tourism.

Clusters are an important element in smart specialisation strategies, being recognised as drivers of industrial innovation and competitiveness. This is largely due to their strong inherent capability to mobilise and bring together different innovation actors, fostering business-academia cooperation and facilitating internationalisation of enterprises, especially of SMEs "Ács, Zoltan J. (2010)". At the same time, clusters are increasingly seen in modern economies as strong building blocks for accelerating industrial transformation and developing new competitive advantages in a region that will speed up the creation of new companies and jobs and drive economic growth.

The cluster organisation provides the framework for cooperation activities, the strategically cooperation itself is made by the cluster members. Nevertheless, the experience from many European clusters shows that an efficient organisation and defined cluster processes are necessary to run successfully a cluster in traditional industries. Cluster in this context is defined as a geographic concentration of inter-connected

companies, specialised suppliers, service providers and institutions along an industrial value chain "Porter (1998)".

Clusters can be defined as a group of firms, related economic actors, and institutions that are located near each other and have reached a sufficient scale to develop specialised expertise, services, resources, suppliers and skills "Commission Staff Working Document SEC (2008)". Clusters differ in many dimensions: the type of products and services they produce, the locational dynamics they are subject to, their stage of development, and the business environment "Ketel, Christian H. M. (2003)". Clusters are referred to in the Europe 2020 strategy as instruments for 'improving business environment, especially for SMEs' in the context of the industrial policy flagship initiative. The Competitiveness Council of May 2010 stated that 'clusters play an important role for innovation, gathering researchers, creative people, enterprises and technology to create new products and services for the world market as well as improving regional attractiveness; the efforts need to be continued to remove barriers to trans-national cluster cooperation, and to encourage the emergence and consolidation of world-class competitive clusters across Europe' and this concept are agree in different cluster policies.

Recent research confirms the fact that competitiveness has a strong regional dimension and policies have to take account of regional and local circumstances and levels of development to operate successfully "Belussi F., Samarra A. (2010)".

Regions hosting high-tech industrial sectors and knowledge-intensive services are better equipped to master industrial change and to realise competitiveness gains by smart specialisation strategies. The top 20 regions with most employees in high-tech industries and knowledge-intensive service come from eight member states, in seven of which the capital region is included. Regions from Germany (5), the UK (4), France (3) and Spain (3) score highest in employment figures. However, between 2000 and 2006, employment growth rates were highest in regions from cohesion countries: Among the top 20 performers, 10 were 'convergence' regions and only three from the high-tech employers regions, which indicates a shift of certain of high-tech industries from the centre to the periphery "European Commission (2009)".

Economic practice has validated the model, known in the literature as "the triple helix", which joins together, within a cluster, representatives of: companies – representing the economic part of the cluster; universities and research institutes – representing the suppliers of innovative solutions, applicable to the real needs of the companies that are part of the cluster; local and regional public authorities, etc.

However, in Romania, experience has proved that the three natural partners of the "Triple helix" model not only do not cooperate, but they also do not know each other and do not get to discuss with one another.

There is a need for adapting the model and for turning it into a "Four clover" model, the fourth actor being the catalyst organizations – consulting firms, specialized in the technological transfer and innovation field, technological transfer centers, etc.

Since 2008, the Ministry of Economy, Commerce and Business Environment (MECBE), General Direction of Industrial Policy carried out a wide effort meant to identify the existing and emerging clusters in Romania. This has materialized in 4 main actions: the development of the chapter regarding clusters from the industrial policy document, with support from the German Agency for Technical Assistance (GTZ); the "Inov Cluster" Project (2008-2010), from the Sectoral Plan for Research and Development, which consisted in disseminating the concept of innovation clusters in Romania and the examples of good international practice, as well as stimulating economic operators in creating and developing innovation clusters through creating specific instruments (guides, gateways, consulting services); the "cluster mapping" exercise, developed by MECBE, with support from the German Agency for Technical Assistance (GTZ).

Tourism cluster can be consider as accumulation of tourist resources and attractions, infrastructures, equipments, service companies, other supporting sectors and administrative organism whose integrated and coordinated activities allow to provide the customers with the experience they expect from the destination they choose to visit.

In this context, one of the local initiatives, which we consider representative for the formation of a ecological behavior, is the "NAP Tourism - Bukovina – Nature Active Tourism Parks in Bukovina" project, conducted in 2008-2009 by Ștefan cel Mare University of Suceava with the following partners: the Society "Science" in Chernivtsi - "Znannya", Vatra Dornei City Hall, Gura Humorului City Hall, Sucevița City Hall (Project funded by the European Neighborhood Programme Romania-Ukraine 2004-2006, Phare CBC Component 2006/018.449, with a budget amounting to 528.887,625 Euros).

The project goal was to create a leisure alternative for tourists who come to Bukovina by developing Active Tourism Parks in Nature in the Vatra Dornei area, Humor-Humor Monastery, Sucevița. Basically, it was intended to develop networks of trails for hiking, biking and nordic-walking, developed on forest roads or existing hiking trails, with different degrees of difficulty and lengths. Through such initiatives one can contribute to the length of stay of tourists increase in the area.

Such actions were thought to fill in the context of sustainable development of tourism on good practices European models, in which, both the organizer and tourists are aware of the need of their environmental behavior. Thus, the goal of the mentioned project was to improve the leisure tourism infrastructure and active tourism supply in the border area,

for a sustainable development of tourism, based on European good practices ([HYPERLINK "http://www.turismactiv.ro" www.turismactiv.ro](http://www.turismactiv.ro)).

The cluster association can provide different activities in order to support the local development in the context of context of promote the region:

- Networking: Organisation of regular meetings of regional and national tourism stakeholders;
- Thematic working groups (development of new tourism products and services, quality management, events, tourism promotion etc.);
- Training to improve the regional tourism value chain (suppliers – agencies – service providers);
- Participation to trade fairs, organisation of road shows;
- International cooperation/ international benchmark with leading tourist destinations;
- Consulting: Advisory function to public authorities.

The importance of sustainable tourism development has increased, because of the danger of natural and cultural heritage degradation and of the conservation necessity, on which even the future of tourism activities depends. This is especially important, because ecotourism is increasingly preferred, instead of mass tourism, so the touristic potential conservation is essential. In this context, initiatives from the community and operators in promoting environmentally responsible behavior and spread good practices, appear to be necessary and welcomed.

Putting into practice of such initiatives took many shapes, one if them being the NAP project conducted in the Bukovina area, which trained people working in tourism (guides, instructors, employees) in line with good practices and nature conservation. These people, who interact directly with tourists, have an important influence on them in the matter of encouraging the protection of the surrounding nature. The mentioned project sought to improve tourism infrastructure in the border area recreation for sustainable tourism development on models of good practices in Europe.

We consider essential that support cluster association and tourism initiatives are designed so that they fit in the context of sustainable development, building and promoting models of good practices in Europe. Through this cluster associations we support the development and promotion of an authentic rural tourism. A good example is the promotion of regional food tradition and integration of local products into the tourism value chain. Partners in the alliance bring in specific strengths, not their business as a whole. They cooperate in specific fields and rest competitors in other fields.

Selected bibliography:

1. Beckerman, W. (1992) Economic growth and the environment: whose growth? Whose environment?, *World Development*, 20(4)
2. Botezat, D. (2009) O posibilă doctrină de dezvoltare regională a României. *Regiunea*

Bucovina, Teză de doctorat, Universitatea Al.I. Cuza, Iași

3. Candrea, A.N. (2008) Calitatea destinațiilor ecoturistice, Editura Universității Transilvania din Brașov

4. Chašovschi, C. et. al. (coord.) (2009) Turism activ în Bucovina, Volum conferință, Suceava, 23-25 decembrie 2009, Editura Didactică și Pedagogică, București

5. German MAB National Committee (2003) Full of Life UNESCO Biosphere Reserves — Model Regions for Sustainable Development, Springer

6. Hall, D.R., Marciszewska, B., Smith, M.K. (2006) Tourism in the new Europe: the challenges and opportunities of EU enlargement, CABI Publishing

7. Lansing, P., De Vries, P. (2007) Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy?, Journal of Business Ethics, 72

8. Matilainen, A., Weiss, G., Sarvasova, Z., Feliciano, D., Năstase, C. (2009) Co-Operation Strategies Enhancing The Innovation In Nature-Based Tourism Services, The Annals of the "Ștefan cel Mare" University of Suceava. Fascicle of The Faculty of Economics and Public Administration, Volume 9, No. 2(10)

9. Mowforth, M., Munt, I. (2003) Tourism and Sustainability. Development and New Tourism in the Third World, 2nd edition, Routledge, London and New York, 2003

10. McMinn, S. (1997) The challenge of sustainable tourism, The Environmentalist, Volume 17, No.2

11. Năstase, C. (2010) Innovation in nature based tourism services Inno Natour, Editura Universității Ștefan cel Mare, Suceava

12. Năstase, C., Chašovschi, C., Popescu, M., Scutariu ,A.L. (2010). The importance of stakeholders and policy influence enhancing the innovation in nature based tourism services – Greece, Austria, Finland and Romania case studies, European Research Studies Journal, Volume XIII, Issue (2), pp.137-148

13. Saarinen, J. (2006) Traditions of sustainability in tourism studies, Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 4

14. Scutariu, A.L., Nedelea A. (2008) - The regional development and the durable tourism in Romania, Analele Universității din Oradea, secțiunea Științe Economice - tom XVII, Volumul 1 - International Business and European Integration

15. World Commission on Environment and Development (1987) Our Common Future, Oxford University Press, Oxford

16. HYPERLINK "<https://statistici.inse.ro/shop>" <https://statistici.inse.ro/shop> [Accessed at 20 september 2011]

17. HYPERLINK "<http://www.turismactiv.ro>" <http://www.turismactiv.ro> [Accessed at 10 september 2011]

Наталія Науменко, к.е.н.,

Східноєвропейський національний університет ім. Л.Українки, м. Луцьк

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ІТ-КЛАСТЕРІВ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Понад двадцять років тому назад Польща провела найжорсткіші і найефективніші економічні реформи, стала головним отримувачем коштів з загального європейського бюджету, останнє дало їй змогу найкраще за всіх сусідів пережити фінансову кризу. Проте останнім часом країна почала пошук більш привабливих економічних партнерів у напрямку східного кордону ЄС. Не останнє місце в цьому пошуку належить Україні, а саме її прикордонним регіонам.

Найпривабливішою сферою інвестування для Польщі є ІТ-технології, бізнес-послуги та туризм, що дуже швидко себе окупувають. Нині в країні понад 400 дослідницьких центрів. Лише в 2012 році у Польщі було відкрито 12 R&D науково-дослідних центрів. Заробітна плата молодого працівника в такому дослідному центрі вдвічі перевищує середньоринкову. Ця сфера займає третє місце за обсягом накопичених іноземних інвестицій. На другому – теж послуги з високою інтелектуальною складовою – bussines process outsourcing (BPO),

віддалене обслуговування бізнес-процесів великих міжнародних компаній. Лідирує за обсягом зарубіжних капіталовкладень автомобілебудування. Польщу називають коморою запчастин в Європі, тут виробляють акумулятори та інші запчастини, які розходяться по автосервісах Німеччини, Чехії, Франції, Італії. У 2012 році в цій галузі з'явилося 24 нових підприємства, в 2013 було заплановано відкриття ще 22.

Особливо цікавою, на наш погляд, є українсько-польська співпраця в сфері ІКТ у системі двостороннього транскордонного співробітництва. Так, Львівський кластер інформаційних технологій та бізнес-послуг – це асоціація провідних компаній з галузі інформаційних технологій (ІТ) та аутсорсингу бізнес-процесів (ВРО), які спільно взяли на себе ініціативу з проведення системних змін у бізнес-середовищі міста.

Східний Кластер ІКТ, м. Люблін – організація-об'єднання академічних установ і компаній, що працюють у сфері малого та середнього бізнесу в регіоні для отримання конкурентних переваг і розвитку інноваційного бізнесу.

Кластер ВРО, м. Катовіце – об'єднання підприємців, що працюють в сфері послуг, в тому числі: компанії, що працюють в сфері бухгалтерії та бухгалтерського обліку, фірми з консультацій в податкових питаннях, компанії з підбору персоналу, підприємства ІТ-сфери, а також університети, організації підтримки бізнесу та науково-дослідних установ.

Львівський кластер ІТ-ВРО підписав Договір про співпрацю зі Східним Кластером ІКТ з м. Любліна та Кластером бізнес-послуг м. Катовіце. Угоду підписано в рамках візиту представників Львівського кластеру до Любліна.

Предметом договору є намір налагоджувати співпрацю між кластерами в реалізації спільних проектів у сфері освіти, маркетингу, інновацій, досліджень, підтримки бізнесу, міжнародних проектів, розвитку кластеризації та партнерської мережі в обох країнах.

Також цим Договором кластери розділили межі обов'язків щодо майбутніх спільних проектів.

Так, Львівський кластер ІТ-ВРО та Східний Кластер ІКТ взяли на себе завдання сприяти підтримці проектів для полегшення процесу перетину кордону співробітниками українських компаній, що працюють з клієнтами у Польщі, підтримувати розміщення компаній Кластеру у Польщі та навпаки, а також створювати спільні освітні ініціативи.

У Львові працює понад 10 тис. фахівців у сфері ІТ. Велика частина працівників регулярно їздять за кордон та працюють з європейськими замовниками. Тому налагодження зв'язків з польськими колегами дає додаткові можливості для отримання віз та швидшого перетину кордону для працівників компаній кластеру, а також розширює можливості для реалізації спільних проектів [1].

Львівський кластер інформаційних технологій та бізнес-послуг нещодавно поповнився новими членами. У липні 2013 р. до Кластеру долучилася компанія **GlobalLogic** — лідер у сфері повного циклу розробки програмних продуктів. Мета цього приєднання – збільшення внеску у розвиток інноваційного та ділового потенціалу одного з найбільших центрів інформаційних технологій в Україні та Східній Європі — міста Львова [2].

GlobalLogic, як одна з найбільших ІТ-компаній в Україні з потужним інжиніринговим центром у Львові, вже протягом багатьох років сприяє збільшенню інноваційного потенціалу міста. Наразі компанія співпрацює приблизно з 400 технічними спеціалістами та стимулює приток інженерів з інших регіонів України до Львова. **GlobalLogic** активно залучається до розвитку технічної освіти у місті, проводячи навчальні курси на базі Львівської політехніки, організовує самостійно і підтримує сторонні заходи та ініціативи, які є важливими для технічної спільноти міста. Співпрацюючи з провідними міжнародними компаніями в різних галузях, **GlobalLogic** допомагає українським спеціалістам долучитися до найбільш сучасних та інноваційних технологій.

Львівський кластер ІТБП — це асоціація провідних компаній з галузі інформаційних технологій (ІТ) та аутсорсингу бізнес-процесів (ВРО), які спільно взяли на себе ініціативу з проведення системних змін у бізнес-середовищі міста. Серед стратегічних цілей кластера – перетворення Львова в один з конкурентоспроможних центрів бізнес-послуг у Центрально-Східній Європі, сприяння розвитку ділової екосистеми та створення у Львові сучасних висококонкурентоспроможних R&D-центрів міжнародного рівня.

Поряд з прогресом в ініціативах кластера ІТ та бізнес-послуг, а також в галузі туризму, Рада конкурентоспроможності м. Львова обрала у 2013 р. три нові кластери економіки міста. Цими кластерами стали «папір-друк», «одяг і взуття» та «харчова промисловість». У рамках виставки «Львівський товаровиробник» були проведені зустрічі з потенційними кластерами, і з перелічених кластерів експерти зупинились на перших двох.

Поява і розвиток нових кластерів створить умови, в яких можна зростити більшу економічну спроможність міста та його мешканців.

У галузі туризму ведеться активна робота в рамках продовження кампанії «Привітне місто». Вона полягає в проведенні циклу навчань для працівників магазинів центральної частини міста, до якої включено заняття з англійської мови та історії Львова. Кампанію планують продовжувати для інших установ, задіяних у сфері туризму.

Також на Раді конкурентоспроможності було оголошено про проведення найближчим часом великомасштабної ІТ-конференції «SQA Days у Львові», на яку заплановано запросити близько 700 учасників [3].

Список використаних джерел:

1. IT-кластер Львова ламатиме кордон в ЄС й заселятиме свої компанії у Польщу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lvivexpres.com/news/2013/10/14/52929-it-klaster-lvova-lamatyme-kordon-yes-zaselyatyme-svoiyi-kompaniyi-polshchu>, дата публікації 14.10.2013, 18:13
2. В економіці Львова виділять три нові кластери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lvivexpres.com/news/2013/10/23/53296-ekonomici-lvova-vydilyat-try-novi-klastery>, дата публікації 23.10.2013, 16:45

Тетяна Незвещук-Когут, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Сучасні умови розвитку туристичної галузі зумовлюють туристичні підприємства постійно впроваджувати прогресивні господарські методи та механізми, що відповідають соціально-економічним умовам та забезпечують конкурентоспроможність, у тому числі на міжнародному ринку. Одним із методів забезпечення сталого розвитку підприємств є створення кластерів як найбільш гнучких і ефективних структур ринкової економіки, орієнтованих на інноваційність продукції, що виробляється та забезпечує стимулювання розвитку місцевої економіки, консолідує зусилля влади, ділових і наукових кіл та інших допоміжних учасників.

В Україні протягом останніх років спостерігається неабияка увага як науковців, так і практиків до проблем організації та функціонування кластерних утворень у різноманітних галузях регіональної економіки. Так, у Харківській, Львівській, Чернівецькій, Луганській, Івано-Франківській, Херсонській, Закарпатській та інших областях України вже функціонують економічні кластери, у тому числі транскордонні, у сферах будівництва, туризму, сільського господарства, машинобудування та ін., що вже довели економічну ефективність діяльності їх учасників і дали поштовх для розвитку цілої низки інших кластерних формувань.

У той же час кластери, що засновані на використанні рекреаційних ресурсів, культурної спадщини та орієнтовані на розвиток туризму в регіоні, залишаються слабо впровадженими в практику і, як наслідок, менш дослідженими теоретично. Хоча створення туристичних кластерів дозволили б об'єднати зусилля всіх його учасників до управління туристичною галуззю, підвищуючи таким чином ефективність територіальної організації продуктивних сил суспільства [1].

Незважаючи на те, що більшість науковців визначають кластери як сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, фірм у споріднених галузях, структура туристичних кластерів в Україні залишається остаточно невизначеною. Тому при формуванні такого кластеру перш за все варто

визначити доцільність створення або забезпечення функціонування та розвитку кластеру на даній території шляхом проведення аналізу головних факторів і передумов, у тому числі:

- наявність на відповідній території конкурентних переваг для розвитку кластера (вигідне географічне розташування, об'єкти туристичного інтересу, спеціалізовані кадри, постачальники товарів та послуг, спеціалізовані навчальні заклади, розвинута інфраструктура тощо) для забезпечення позитивних ефектів кластерної взаємодії;

- географічна концентрація підприємств та організацій кластера, що мають ефективні зв'язки та створюють можливості для активної співпраці;

- наявність єдиного центру, що диктує напрями господарської, виробничої, інноваційної діяльності;

- наявність цільових споживачів;

- інтерес до кластеру інвесторів, науковців і представників виконавчої влади та місцевого самоврядування;

- розподіл обов'язків та відповідальності учасників кластеру.

Незалежно від особливостей досліджуваної території створення туристичного кластеру повинно передбачати об'єднання таких учасників:

- держава, що інвестує бюджетні кошти у розвиток інфраструктури (транспортні комунікації, енергопостачання, інформаційні мережі, навчальні заклади тощо);

- зацікавлені інвестори, що інвестують у розвиток галузі;

- підприємства галузі, що надають туристичні послуги, використовуючи кваліфіковану робочу силу;

- обслуговуючі підприємства – середній та малий бізнес, що надає послуги галузевим підприємствам;

- вищі навчальні заклади, які готують фахівців для сфери туризму та проводять наукові дослідження.

Таким чином, інтеграція економічних, соціальних та інших потенціалів регіону в туристичний кластер дасть можливість для бізнесу, влади та навчальних закладів спільно працювати над зміцненням регіональної економіки, забезпечити розвиток малого і середнього підприємництва, дозволить збільшити кількість робочих місць та забезпечить працевлаштування випускників навчальних закладів, активізує залучення інвестицій, забезпечить проведення наукових досліджень актуальної проблематики розвитку туризму, що у подальшому сприятиме соціально-економічному розвитку регіону та покращенню рівня життя територіальних громад.

Список використаних джерел:

1. Крайник О. П. Напрями державної регіональної кластерної політики / О. П. Крайник // Кластери як інструмент регіонального розвитку : матеріали науково-практичного семінару, м. Феодосія, 16–20 липня 2012 р. – Х. : ХарПІ НАДУ, 2012. – 115 с.

2. Войнаренко М. П. Кластери в економіці: аналіз теорії і практики: моногр. / М. П. Войнаренко.—Хмельницький : ХНУ, 2008. – 220 с.

Валентина Никифорак, к.е.н.,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Соціальне партнерство – це один із базових принципів функціонування сучасного демократичного суспільства, важливий інструмент реалізації соціальної політики держави, засобом попередження та розв'язання соціальних конфліктів. Основною сферою реалізації соціального партнерства є система соціально-трудова відносин, а його ключовим елементом – соціальний діалог.

Незважаючи на створення в Україні необхідних інституційно-законодавчих та організаційних механізмів функціонування системи соціального партнерства (зокрема, прийняття в грудні 2010 р. базового Закону «Про соціальний діалог в Україні», формування спільних представницьких органів (СПО) соціальних партнерів (профспілок та організацій роботодавців), створення спільних органів соціального діалогу, таких як Національна служба посередництва та примирення (1998 р.) та Національна тристороння соціально-економічна рада (2011 р.), партнерство має здебільшого формальний характер. Воно істотно не впливає на покращення соціальної ситуації в країні та зниження рівня соціальної напруженості.

З огляду на це, для України становлення ефективної системи соціального партнерства є одним із найважливіших завдань. Соціологічні опитування свідчать про наявність у населення України високого рівня протестних настроїв. Так, на основі проведеного соціологічною групою «Рейтинг» у грудні 2012 р. опитування, майже 40% громадян погодились із тезою, що в Україні назріває революційна ситуація. Останні зумовлені не стільки національними, скільки соціальними чинниками (низький рівень життя) – 47% опитаних громадян переконані, що масові акції протесту скоріше можливі на соціальному ґрунті, 24% опитаних вважають, що масові протести можливі однаковою мірою і на національному, і на соціальному ґрунті. За даними соціологічної служби Центру Разумкова, основними причинами, які могли б змусити громадян взяти участь у законних акціях протесту (мітингах, демонстраціях, пікетуваннях) є значне підвищення цін на найнеобхідніше – 42,5%, невплата зарплат – 34,2%, низький рівень заробітної плати – 29,2%, масове скорочення робочих місць – 26,9%. Сьогоднішні події в Україні є підтвердженням даних соціологічних досліджень.

Серед основних причин, які перешкоджають ефективному функціонуванню системи соціального партнерства, можна назвати такі:

1. Домінування в свідомості населення України патерналістських настроїв, 57% українців вважають, що саме держава повинна забезпечувати матеріальний добробут громадян, підтримувати

соціальну справедливість у суспільстві.

2. Слабкість профспілок як представника та захисника інтересів працівників та сторони соціального діалогу. Причинами слабкості українських профспілок є: традиційна орієнтація їх переважно більшої частини не на відстоювання прав і інтересів працівників, а на конформістське співробітництво з адміністраціями підприємств; відсутність необхідної підтримки з боку найманих працівників; внутрішня конкурентна боротьба у профспілковому середовищі між «офіційними» профспілками (ФПУ) та незалежними профспілками (Національний форум профспілок України); усунення від участі в процесі соціального діалогу частини незалежних профспілок на основі передбачених Законом України «Про соціальний діалог в Україні» критеріїв репрезентативності.

3. Домінування у процесі соціального діалогу сторони роботодавців. У сучасних соціально-трудових відносинах та практиці українського соціального діалогу саме роботодавці є найбільш сильною та впливовою стороною. Наявні матеріальні та кадрові ресурси дозволяють стороні роботодавців всупереч задекларованій у Статті 3 Закону України «Про соціальний діалог в Україні» рівноправності суб'єктів соціального діалогу використовувати передбачені українським законодавством механізми та інститути соціального партнерства на свою користь. У процесі соціального діалогу організації роботодавців зосереджені насамперед на відстоюванні власних корпоративних економічних інтересів.

4. Недемократичний, обмежувальний характер українського соціально-трудового законодавства в частині регулювання відносин соціального партнерства.

5. Нівелювання ролі держави як гаранта соціально-економічних і трудових прав громадян унаслідок використання трипартитської моделі соціального партнерства. В Україні має місце бездіяльність держави у сфері «вирівнювання» соціального діалогу в частині захисту інтересів найманих працівників як більш слабкої сторони. Таке невтручання значною мірою зумовлене не тільки відсутністю відповідної політичної волі, але й використанням в Україні трипартитської моделі соціального партнерства. Остання зводить державу на рівень однієї з рівноправних сторін соціального діалогу, сприяє перетворенню держави із захисника загальнонаціональних інтересів на захисника власних корпоративних інтересів, не дає їй можливості виконувати функції загальнонаціонального арбітра соціального діалогу, що негативно позначається на ефективності його функціонування.

Серед можливих кроків з боку держави, які могли б сприяти становленню в Україні ефективної системи соціального партнерства, можна назвати такі:

1. З метою вдосконалення існуючої моделі соціального партнерства,

зокрема подолання негативного впливу фактичної нерівності сторін соціального діалогу на функціонування системи соціального партнерства, в Закон України «Про соціальний діалог в Україні» слід внести зміни у напрямку забезпечення обов'язковості прийняття органами соціального діалогу спільних рішень на основі згоди сторін.

2. Розглянути доцільність переходу від трипартійної (роботодавці – держава – профспілки) до біпартійної (роботодавці – профспілки) моделі соціального діалогу, надавши державі функції арбітра процесу соціального діалогу та захисника загальнонаціональних інтересів. У разі позитивного вирішення цього питання прийняти нову редакцію Закону України «Про соціальний діалог в Україні». Одним з найбільш успішних прикладів біпартизму є, наприклад, Швеція.

3. Надати профспілкам додаткові права та повноваження у сфері захисту інтересів найманих працівників та ведення соціального діалогу, зокрема, розглянути питання про доцільність перегляду передбачених Законом України «Про соціальний діалог» критеріїв репрезентативності профспілок, а саме: знизити мінімальну загальну чисельність їх членів, а також показники галузевої й територіальної розгалуженості, необхідні для участі у колективних переговорах з укладання колективних договорів і угод, органах соціального діалогу, міжнародних заходах.

4. З метою подолання формального характеру колективно-договірного процесу ввести в Закон України «Про колективні договори і угоди» норму про обов'язковість поширення норм Тарифної угоди на всі підприємства відповідної галузі, якщо тарифна угода підписана сторонами соціального діалогу.

5. З метою посилення відповідальності соціальних партнерів за невиконання прийнятих ними колективних угод та договорів внести зміну до статті 18 Закону України «Про колективні договори і угоди», якою передбачити суттєве збільшення суми штрафу. На сьогодні сума штрафу не може перевищувати 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

6. З метою забезпечення можливості оперативного вирішення колективного трудового спору (конфлікту) по суті внести зміни до розділу II Закону України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)», які спрощували б механізм вирішення колективних трудових спорів (конфліктів). Зокрема, треба передбачити право сторін колективного трудового спору (конфлікту) звертатися за сприянням з їх вирішення до Національної служби посередництва і примирення не після додержання передбаченої Законом примирної процедури, як це передбачено статтею 16, а за взаємною згодою на будь-якому етапі розв'язання колективного трудового спору (конфлікту).

7. Внести зміни до розділу III Закону України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» у напрямку

спрощення процедури початку та проведення законного страйку, зокрема:

– переглянути норми статті 19, яка передбачає, що рішення про оголошення страйку на підприємстві приймається загальними зборами (конференцією) найманих працівників шляхом голосування і вважається прийнятим, якщо за нього проголосувала більшість найманих працівників або дві третини делегатів конференції;

– передбачити у статті 19 право на страйк підрозділу (частини) підприємства, а також відповідну процедуру його проведення.

8. Розробити та прийняти Закон України «Про соціальну відповідальність бізнесу», передбачивши в ньому демократичні механізми залучення бізнесу до розв'язання ключових соціальних питань персоналу підприємства, регіону тощо.

Таким чином, реалізуючи перелічені кроки, можна сприяти становленню в Україні ефективної системи соціального партнерства.

Список використаних джерел:

1. Герасимов О. Соціальний діалог в Україні: практико-правове регулювання та перспективи розвитку / О. Герасимов, Ю. Рубченко // Україна: аспекти праці. – 2013. – №4. – С.10–16.
2. Дані соціологічної служби Центру Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.razumkov.org.ua/ukr/files/categorgj – journal/NSD 141-142 – ukr.pdf.
3. www.Niss.gov.ua

Наталія Павліха, д.е.н., Юлія Марчук,

Східноєвропейський національний університет ім. Л.Українки, м. Луцьк

РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Розвиток сучасної економіки характеризується поєднанням двох різних процесів: глобалізацією, «стиранням» кордонів як в економічній, так і в політичній, соціокультурній сферах та зростаючим впливом на неї локальних особливостей. Перший процес нівелює територіальні відмінності, інший – їх посилює завдяки спеціалізації окремих регіонів. При цьому, в національній економіці директивні методи управління вичерпують себе, а ринкові механізми не завжди здатні розв'язати серйозні проблеми просторового розвитку. У зв'язку з цим постає необхідність визначення основних факторів, що сприяють розвитку регіону, визначають потенціал території, можливості її включення у світогосподарські зв'язки та інтеграційні процеси. У цьому контексті одним з інструментів розвитку держави виступає регіонально-кластерна стратегія, в основу якої покладено взаємодію компаній та інституцій, сконцентрованих в одному регіонально-галузевому просторі, та отримання синергетичного ефекту від їх діяльності.

Сам кластер сьогодні розглядають як реальний соціально-економічний феномен, який має економічні параметри, географічну концентрацію та інноваційну спрямованість.

Світовий досвід показує, що формування та розвиток кластерів є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки, підвищення конкурентоспроможності регіонів та держави загалом. Кластери – це комбінація конкуренції та кооперації таким чином, що об'єднання в одних галузях допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших. За сучасного формування глобальної економічної системи на постіндустріальних засадах економічне зростання окремих країн та їх міжнародна конкурентоспроможність визначальною мірою обумовлюються наявністю потужного інноваційного потенціалу на основі використання кластерного підходу.

Кластери дуже поширені у багатьох країнах і галузях промисловості. Серед розвинених країн – США, члени Європейського Союзу, Японія; у країнах, що розвиваються – деякі держави Латинської Америки, Азії, Африки (Індія, Індонезія, Малайзія, Мексика, Нікарагуа, Гондурас, Ямайка, Болівія, Марокко, Мадагаскар). Серед прикладів – квітковий бізнес у Голландії; косметичний, продуктів харчування – у Франції; нафтохімічний – у Сінгапурі; годинниковий – у Швейцарії; хімічний, машинобудування – у Німеччині, біотехнологічний – у Швеції, телекомунікаційний – в Італії, аерокосмічний – в Іспанії [5, с. 9].

Економіка Фінляндії є повністю кластеризованою: створено 9 основних кластерів, з яких лісовий, інформаційний і телекомунікаційний забезпечують основний обсяг експорту та формують значну частину ВВП. Економіка Нідерландів «розбита» на 20 кластерів. У Данії функціонує 29 провідних кластерів, в яких бере участь 40% усіх фірм країни і які забезпечують 60% експорту [4, с. 294]. Регіонально-кластерну стратегію запроваджено також в Європейському Союзі.

Яскравим прикладом кластеру є Силіконова долина, де середня заробітна плата фахівців становить 125 тис. дол. на рік, зайнято 2,5 млн. осіб, венчурні вкладення становлять близько 70 млрд. дол. У штатах формуються комісії з ініціювання створення кластерів, аналітичну роботу ведуть наукові центри та університети. Комісія розподіляє частки учасників, допомагає переборювати різні труднощі. Первісний капітал виділяється штатом, потім залучаються кошти приватних компаній. Характерним для американських кластерів є те, що вони беруть участь у глобальній конкуренції, а пріоритетними вважаються інноваційні підходи [1, с. 107].

Франція є взірцем застосування кластерної політики як змістовного інструменту промислової політики, тісно пов'язаного зі стратегією регіонального та інноваційного розвитку [6]. Австрія також має цінний досвід щодо застосування регіонально-кластерної стратегії в забезпеченні інноваційного розвитку. В австрійській моделі конкурентоспроможність регіону визначається не перевагами окремих компаній, а дедалі більшим рівнем інноваційності цілих галузей. Прикладом може бути Clusterland GmbH – організації з управління

політикою на засадах приватно-державного партнерства, орієнтованої на технології та НДДКР, навчання та підвищення кваліфікації, маркетинг [3].

В Україні кластерна модель як ефективний інструмент економічного розвитку почала активну реалізацію в Хмельницькій області в 1998 р. із започаткуванням асоціації «Поділля Перший». Підприємства отримують пряму вигоду від участі у кластері, а саме: доступ до експертів; до інформації щодо різних аспектів діяльності (матеріальні ресурси, оптовики, стандарти, експортні вимоги тощо); до капіталовкладень для поліпшення продуктивності та конкурентоспроможності фірм; можливість спільних закупівель та продажів, що зменшує ціни на сировину; доступ до юридичних консультацій щодо реєстрації торговельних марок; можливість постійного контакту з подібними іноземними підприємствами малого та середнього бізнесу [2, с. 22].

В умовах міжнародної інтеграції та глобалізації економіки застосування кластерної моделі в Україні може виступати дієвим засобом пом'якшення наслідків економічної кризи, відродження вітчизняного виробництва, підвищення ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного зростання конкурентоспроможності та нарощення стратегічного потенціалу регіонів.

Вважаємо, що концепція кластерів є досить перспективною для забезпечення інноваційного розвитку економіки України. Завдяки розробці та реалізації регіонально-кластерної стратегії активізується міжсекторна співпраця, активними учасниками якої виступають бізнес-структури, місцева влада та наука на засадах державно-приватного партнерства. Скорочення трансакційних витрат учасників, застосування масштабних підприємницьких проектів за рахунок участі в них членів кластера на засадах співфінансування, посилення інформаційних та інноваційних можливостей підприємств регіону сприяють більш активному здійсненню їх міжнародної економічної діяльності.

На нашу думку, одним із перспективних напрямів розвитку кластерів в Україні у міжнародному масштабі є сфера охорони здоров'я. Фармацевтична галузь, а також розвиток біотехнологій, як свідчить іноземний досвід, є найприбутковішими у світі. Їхнє майбутнє на державному рівні викладене у таких стратегічних документах, як «Проект Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», «Порядок створення та функціонування національних інноваційних кластерів».

Отже, в сучасних умовах регіонально-кластерна модель розвитку ринкового середовища, інфраструктури підприємництва, розбудови мереж співпраці з бізнесом, наукою та владою з елементами формування національних кластерів виступає дієвим інструментом інноваційного розвитку економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук Н. В. Функціонування кластерів: світовий та вітчизняний досвід / Н. В. Бондарчук // Економіка та держава. – 2010. – №9. – С. 107–109.
2. Дудкіна К. А. Місце кластерної моделі в оцінці потенціалу країни на світовому ринку // Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. пр. – К.: КНЕУ, 2002. – Вип. 6 (13). – С. 19–24.
3. Передовий досвід розвитку кластерів (for the Programme Sustainable Economic Development and Employment Promotion (SEDEP) in the Ukraine) [Електронний ресурс]. – Київ, 2009. – Режим доступу: <http://eep.org.ua/files/Leading-experience-of-clusters-development.doc>.
4. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / Відпов. ред. Ю. В. Кіндзерський. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. – 408 с.
5. Хасаєв Г. Р. Кластери – сучасні інструменти підвищення конкурентоспроможності регіону (через Партнерство до майбутнього). Частина 1,2 / Г. Р. Хасаєв, Ю. В. Міхеев // Компас промислової реструктуризації. – 2003. – №1 (№2). – С. 1–13.
6. Design of cluster initiatives – An overview of policies and praxis in Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.europe-innova.eu/c/document_library/get_file?folderId=148901&name=DLFE-6122.pdf.

Лариса Панасенко,

Черкаського державного технічного університету, м. Черкаси

ЕФЕКТИ РЕГІОНАЛЬНО-КЛАСТЕРНОЇ СТРАТЕГІЇ

Одним з інструментів ефективного розвитку економіки України є регіональна кластерна стратегія, вплив якої можна визначити через мультиплікативний та синергетичний ефекти.

Результативність створення кластеру можна оцінювати через економічну віддачу кластерних інвестицій, ефективність використання інновацій у кластері, що пов'язано з позитивними змінами в економіці. Так, наприклад, для депресивних регіонів, орієнтованих на кластерний шлях організації економічних відносин, визначним питанням є досягнення ефекту від інвестицій в умовах обмеженого обсягу фінансових ресурсів.

Відомий англійський економіст Дж. Кейнс [1] сформулював теорію мультиплікативних ефектів в економіці, запропонувавши концепцію мультиплікаторів доходів та інвестицій.

Суть ефекту мультиплікатора, за Дж. Кейнсом, сформульована таким чином: мультиплікатор K вказує, що приріст загальної суми інвестицій викликає збільшення доходу на величину, яка в K разів більше, ніж приріст інвестицій, тобто мультиплікатор інвестицій дорівнює відношенню приросту доходу до приросту інвестицій. При цьому більшість економістів схиляється до думки, що розрахунки інвестиційного мультиплікатора мають умовний характер і залежать від багатьох факторів – доступності інвестиційних ресурсів, наявності вільної робочої сили, невикористаних потужностей і т.д. Крім того, вивчаючи ефект мультиплікації, Дж. Кейнс вказував на необхідність збільшення витрат з державного бюджету, в тому числі і на громадські роботи.

Підхід, заснований на положеннях теорії мультиплікаторів, можна застосувати і при дослідженні ефективності функціонування кластерних

утворень, оскільки ефект мультиплікатора з'являється з активізацією ділових зв'язків у регіоні, що є невід'ємною ознакою успішного кластеру.

Податки, що формують регіональні доходи, залежать від обсягів реалізації місцевих (регіональних) товарів і послуг, тому здатність регіональної економіки виробляти конкурентоспроможні товари та послуги, що користуються попитом не тільки в самому регіоні, а й за його межами, викликає високий рівень мультиплікативного ефекту. Відповідно, зростання імпорту товарів з інших регіонів знижує ефект мультиплікатора. На мультиплікативний ефект чинить вплив не тільки економічне, а й географічне положення регіону, визначає ступінь його економічної замкнутості або відкритості, а також розвиненість і стійкість регіональної економіки, яку багато в чому забезпечують регіональні кластери.

Крім мультиплікативного ефекту, у кластері виникає синергетичний ефект. Синергетичний ефект від знаходження підприємств у кластері виражається в явних і неявних фінансових ефектах, які з'являються завдяки узгодженню їх економічних інтересів.

Виникнення синергетичного ефекту в кластері залежить від безлічі факторів, серед яких: кількість учасників кластеру та чисельність зайнятих, наявність ресурсів, близькість до споживачів, конкуренти, а також компанії, що поставляють комплектуючі, матеріали та послуги для досягнення ефекту агломерації. Не менш важливу роль відіграють потоки інформації, технологічний прогрес, інновації, професійний рівень робочої сили, потоки капіталу та робочої сили всередині кластера і поза ним. Показником синергії кластера і його конкурентоспроможності вважаються не так індивідуальні характеристики компаній, що входять в кластер, скільки комплексна динаміка його розвитку.

Синергетична теорія, що отримала надалі широке розповсюдження, сформульована в роботі Р. Еггерсона [2]. Суть її полягає в тому, що нова структура, яка виникає при інтеграції фірм, може використовувати синергетичний ефект, коли результат діяльності об'єднання фірм перевершує суму результатів діяльності розрізнених фірм. У синергетичної теорії мається на увазі, що менеджери компаній, які інтегруються, діють з метою максимізації добробуту акціонерів, тобто інтеграція компаній буде здійснюватися тоді і тільки тоді, коли вона підвищить добробут їхніх власників.

Найважливішими синергетичними ефектами кластера є: 1) ефект перетікання знань у кластері; 2) ефект прирощення грошового потоку за рахунок складання грошових потоків компаній, що входять у кластер; 3) ефект спільного використання інфраструктурних об'єктів; 4) ефект зниження транзакційних витрат; 5) ефект синергії інвестицій; 6) ефект синергії інновацій.

Визначення на практиці синергетичного ефекту в кластері не завжди виявляється можливим через складність отримання вихідної інформації. Однак загалом комплексний ефект взаємодії основних підприємств – учасників кластеру, повинен перевищувати суму ефектів від їх індивідуальної діяльності в умовах відсутності кластеру.

Список використаних джерел:

1. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процентов и денег / Дж. Кейнс. – М: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.
2. Эггерсон Р. Проблемы и институты / Р. Эггерсон. – СПб.: Питер, 2001. – 245 с.

Наталья Сілакова, к.е.н.,

Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ, м. Красноармійськ

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Сучасна динамічна конкуренція, заснована на інноваційному перетворенні економічного простору, посилила роль інформації в процесі суспільного виробництва. Вона стала домінуючим чинником конкурентоспроможності підприємств, галузей, регіонів і країн, створюючи можливості людському капіталу широко використовувати свій потенціал для досягнення взаємодоповнюючих цілей забезпечення сталого економічного розвитку. Інформація і технології, пов'язані з нею, визначають темпи росту економіки – темпи приросту ВВП, а також ступінь зрілості, розвитку і становлення громадського суспільства, що, в свою чергу, визначає темпи росту економіки і соціальної сфери.

Сучасна економіка є багатосекторною: включає сектор традиційної індустріальної економіки, сектор традиційної постіндустріальної економіки, сектор інноваційної економіки, сектор інформаційної економіки, венчурний бізнес та інші кластери і сектори нових технологій. Фундаментом, що забезпечує системне функціонування всіх секторів економіки і держави загалом, виступає інформаційний сектор. Його формування тісно пов'язано з глобальною інформатизацією економіки, розвитком інформаційного суспільства. Цей процес обумовлює кардинальні зміни в усій економічній системі країни. В рамках інформаційного сектора економіки змінюється значення інститутів, форм їх взаємовідносин, рушійних сил, властивих економічній системі, значення нових чинників виробництва і їх використання. Все більша частка ВВП забезпечується діяльністю з виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації, знань, що веде до збільшення числа зайнятих цією діяльністю.

Глобалізація і інтенсифікація інформаційних процесів, інформатизація усіх сфер діяльності суспільства, підвищення рівня розвитку інформаційної інфраструктури, необхідність залучення нових технологій у виробничий процес зумовлюють необхідність ґрунтовного дослідження проблем формування і розвитку інформаційного сектора економіки.

Вагомим внеском у розв'язання проблем інформаційного суспільства та інформаційної економіки слід визнати наукові праці вітчизняних економістів, таких як: С.Дятлов [1], Т.Загорна [2], В.Іноземцев [1], Б.Корнейчук, Л.Мельник [1], Ю.Мірясов [3], Т.Ніколаєва, Р.Ніжегородцев [4], А.Румянцев, Т.Скриль [5], В.Тамбовцев та ін.

Інформаційний сектор економіки – це сукупність галузей господарства, основним продуктом яких є науково-технічна інформація у всіх її видах і формах, у тому числі інформаційні продукти і засоби їх виробництва [4]. Цей сектор економіки спирається на високі технології, що створюються в основному електронною промисловістю, і складає основу сфери послуг. Він представлений трьома релевантними елементами:

1) тими, хто створює зміст власне функціонування цього сектора, – це діячі культури, науки, освіти, інженерно-технологічна інтелігенція, організації, які створюють нові види інформації і способи її представлення. Всі вони продукують нову інформацію і забезпечують приріст знань;

2) економічними агентами, які тиражують інформацію і надають послуги її пошуку, відбору, зберігання, обробки, перетворення, – телебачення, Інтернет, засоби масової комунікації;

3) суб'єктами електронної промисловості – розробники відповідного обладнання, виробники нових комп'ютерів, телекомунікаційних пристроїв, електроніки споживчого побутового призначення.

Спостерігається тенденція швидкого зростання частки інформаційного виробництва у світовому ВВП і частки зайнятих у процесах виробництва та обробки інформації. Поряд зі стрімким розвитком інформаційної сфери економіки відбувається неухильна і швидка інформатизація інших, «неінформаційних», галузей виробництва. За деякими розрахунками, у розвинених країнах світу більше $\frac{3}{4}$ еквівалентних робочих днів витрачається на виробництво й обробку інформації.

Будь-яка економічна діяльність, у тому числі в інформаційному секторі економіки, передбачає наявність і взаємодію економічних ресурсів і чинників виробництва. Специфіка даного сектора економіки полягає у тому, що тут інформація відіграє першочергову роль не тільки як кінцевий результат економічної діяльності, але й як найважливіша її передумова.

Особливістю інформаційного сектора економіки є нероздільність інформації як предмету праці і як засобу праці, що найбільш яскраво проявляється у наукоємних галузях. Результатом процесу праці в інформаційному секторі є створення специфічного економічного блага у вигляді інформації або інформаційного продукту, який може існувати у різних формах – соціальна, економічна, комерційна, науково-технічна, статистична та інша інформація.

Інформаційному сектору економіки властиві наступні відмінні риси:

1) істотне збільшення у ВВП частки галузей економіки, пов'язаних з виробництвом знань, зі створенням і впровадженням наукоємних, у тому числі інформаційних, технологій, інших продуктів інтелектуальної діяльності, з наданням послуг у галузі інформатизації, освіти, зв'язку, а також у сфері пошуку, передачі, отримання і розповсюдження інформації, інформаційних послуг;

2) прискорення науково-технічного прогресу і перетворення наукових знань у реальний чинник виробництва, підвищення якості життя людини і суспільства;

3) участь значної частини працездатного населення у виробничій діяльності, пов'язаній зі створенням і використанням інформаційних технологій, інформації і знань;

4) значне розширення можливостей громадян щодо пошуку, отримання, передачі, виробництва і поширення інформації і знань;

5) глобалізація економічної, політичної і духовної сфер життя суспільства [5].

Інформаційний сектор як частина економічної системи країни повинен відповідати певним критеріям, основними з яких виступають наступні: 1) технологічний: ключовий чинник – інформаційна технологія, яка широко застосовується у виробництві, установах, системі освіти і в побуті; 2) соціальний: інформація виступає важливим стимулятором зміни якості життя, формується і закріплюється «інформаційна свідомість» при широкому доступі до інформації; 3) економічний: інформація складає ключовий чинник в економіці як ресурс, послуг, товару, джерела доданої вартості і зайнятості; 4) політичний: свобода інформації, яка веде до політичного процесу, що характеризується зростаючою участю і консенсусом між різними класами та соціальними верствами населення; 5) культурний: визнання культурної цінності інформації шляхом сприяння закріпленню інформаційних цінностей в інтересах розвитку окремого індивіда і суспільства загалом; 6) просторовий: поширення різних мереж, телефонізація, збільшення використання мобільних засобів зв'язку; 7) креативний (творчий): інформаційний сектор характеризується домінуванням вищої, творчої діяльності людей, суспільство стає більш креативним і володіє самосвідомістю.

Ключовим моментом розвитку інформаційного сектора економіки є процеси глобалізації і інформатизації економіки. Інформатизація суспільства істотно прискорює процес розвитку економіки, і все більша частина виробництва базується на використанні ідей, а не на матеріальних об'єктах, тобто економіка втрачає своє матеріальне втілення. Перехід від матеріальних товарів до інтенсивного росту частки нематеріальних продуктів також є принциповою особливістю інформаційної економіки.

Основними стратегічними цілями розвитку інформаційної економіки України є: впровадження інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ) у всі сфери життєдіяльності суспільства і держави; державна підтримка нових «електронних» секторів (торгівля, надання фінансових і банківських послуг); створення електронних інформаційних ресурсів, які повинні використовуватися в інформаційному обміні; використання ІКТ для удосконалення державного управління, відносин між державою і громадянами, встановлення електронних форм взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування і фізичними та юридичними особами; впровадження механізмів надання органами державної влади і органами місцевого самоврядування юридичним і фізичним особам інформаційних послуг з використанням мережі Інтернет.

Формування сприятливих економічних умов розвитку інформаційного сектора економіки України сприяє підвищенню конкурентоспроможності національної економіки, забезпеченню постійного економічного зростання за рахунок впровадження ІКТ, розвитку підприємницької діяльності у сфері ІКТ шляхом формування системи адміністративних, правових і економічних механізмів, які стимулюватимуть попит на інформаційну продукцію, залучення інвестицій в ІКТ, розвиток конкуренції, просування вітчизняної продукції на міжнародний ринок.

Слід зазначити, що інформаційний сектор економіки є сьогодні найбільш динамічним сектором народного господарства, який визначає економічний розвиток не тільки окремих країн, але й всього сучасного світу. Проблеми інформаційного сектора – це, перш за все, проблеми конкурентоспроможності економіки, оскільки відставання в обробці й отриманні необхідної інформації, невміння використовувати інформаційний ресурс і розпорядитися інтелектуальною власністю, врешті-решт, супроводжується втратою колишніх позицій не тільки на ринках інформації і інтелектуальних досягнень, але й на ринках продуктів і послуг, у споживчих секторах.

Список використаних джерел:

1. Социально-экономические проблемы информационного общества: коллективная монография / Под ред. Л. Г. Мельника. – Сумы : Университетская книга, 2009. – 430 с.
2. Загорная Т. О. Аналитический подход к оценке уровня развития информационного сектора экономики / Т. О. Загорная // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДУЕП ім. А. Нобеля; Роял Принт, 2011. – №1(4). – С.119–129.
3. Мирясов Ю. А. Тенденции формирования информационного сектора экономики / Ю. А. Мирясов // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2012. – № 802. – С. 30–33.
4. Нижегородцев Р. М. Информационная экономика. Книга 2. Управление беспорядком: Экономические основы производства и обращения информации: монография / Р. М. Нижегородцев. – Москва : Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова; Кострома : Костромской государственный университет им. Н.А. Некрасова, 2013. – 173 с.
5. Скрыль Т. В. Формирование информационного сектора экономики: методологический аспект / Т. В. Скрыль // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – Вып. 4 (60). – С. 23–35.

Оксана Соколюк,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РЕЙТИНГОВІ АГЕНТСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИРІВНЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ

У сучасному динамічному світі, коли у прийнятті ефективного рішення ключова роль відводиться аналітичним висновкам, саме інформація служить невід'ємним елементом інвестиційного середовища. Сучасному інвестору перед вибором об'єкта інвестування чи пакета інвестиційного портфелю потрібно кількісно оцінити ступінь інвестиційного ризику. В такому випадку саме система рейтингів є дуже корисною як для інституціональних, так і приватних інвесторів. Інвестиційні рейтинги присвоюються буквально всьому, що пов'язано з поняттям інвестиції: від різновиду цінних паперів та їх емітентів до страхових компаній, державних банків та інших фінансових інститутів.

Тематиці рейтингової інформатизації інвестиційних процесів присвячені праці багатьох учених вітчизняного та зарубіжного простору, колосальні обсяги інформації доступні зараз і через інтернет-ресурси. Особливо це стосується висвітлення діяльності міжнародних і національних рейтингових агентств, проте подальші напрямки дослідження даного інструменту вирівнювання інформаційної асиметрії актуальні, що і зумовило вибір даної теми.

Мета дослідження – вивчення важливості рейтингових агентств як інструменту вирівнювання інформаційної асиметрії у системі прийняття інвестиційних рішень.

Загалом проблема асиметрії інформації є такою, що постійно розширює коло економічних феноменів, при яких вона відіграє значну роль. Цьому сприяє перехід до інформаційного суспільства та постійне зростання обсягів інформації, необхідної для аналізу у сфері інвестування та оцінки ризиків.

На мікроекономічному рівні проблеми асиметрії інформації вирішуються окремими підприємствами за допомогою пошуку інформації та надання ринкових сигналів – інформаційних заходів, які об'єктивно та з максимальною відповідністю реальному становищу інформують споживачів про характеристики продукції й особливості діяльності фірми.

На макроекономічному рівні ринкові сигнали мають формуватися і посилатися не окремими підприємствами, а сторонніми надгалузевими й наднаціональними суб'єктами. До процесів усунення інформаційної асиметрії на макрорівні належить складання міжнародних рейтингів, що оцінюють інвестиційні ризики. Інвестиційні компанії внаслідок обмежених ресурсів не здатні в повному обсязі оцінити всю можливу інформацію щодо потенційних об'єктів інвестування. З цим пов'язане утворення низки рейтингів, індексів країн, регіонів, компаній за різними показниками, у тому числі їхньої конкурентоспроможності, інвестиційної

та ділової привабливості. Застосування при аналізі цих даних дозволяє інвестиційним компаніям уточнювати власні прогнози й оцінки та спрощує прийняття інвестиційних рішень [2].

Серед рейтингових компаній і статистичних агенцій найбільш відомими є «Moody's Investors Service», «Standard & Poor's», «Fitch publishing Company», «Duff & Phelps», «Value Line Investment Survey». З перерахованих перші дві компанії користуються світовим визнанням [3, с. 73].

Рейтингове агентство – це юридична особа, яка надає професійні послуги на ринку цінних паперів та спеціалізується на визначенні кредитних рейтингів (рейтингуванні) та наданні інформаційно-аналітичних послуг, пов'язаних із забезпеченням діяльності з визначення кредитних рейтингів.

Рейтингова оцінка характеризує рівень спроможності емітента цінних паперів своєчасно та в повному обсязі виплачувати відсотки й основну суму за борговими зобов'язаннями відносно боргових зобов'язань інших позичальників, рейтингова оцінка цінних паперів емітента характеризує рівень спроможності позичальника (емітента) своєчасно та у повному обсязі обслуговувати зобов'язання за цінними паперами [1].

В Україні рейтингування, як вид бізнесу, тільки починає формуватися. Тільки наприкінці 2003 – початку 2004 рр. уряд України став приділяти увагу структуризації й забезпеченню прозорості фондового ринку. З цієї метою Кабінет Міністрів прийняв розпорядження «Про затвердження Концепції створення рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання». Це і послужило створенню першого в Україні вповноваженого рейтингового агентства – «Кредит-Рейтинг».

Станом на сьогодні Державним реєстром уповноважених рейтингових агентств зареєстровані наступні рейтингові агентства:

- ТОВ «Рейтингове агентство «ІВІ–Рейтинг»;
- ТОВ «РЮІК»;
- ТОВ «РЕЙТИНГОВЕ АГЕНТСТВО «ЕКСПЕРТ–РЕЙТИНГ»;
- ТОВ «Кредит-Рейтинг»;
- ТОВ «Українське кредитно-рейтингове агентство»;
- ТОВ «РА «СТАНДАРТ РЕЙТИНГ» [1].

Основною проблемою, що виникла в межах реалізації Концепції створення рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання, було і є моделювання національного рейтингу інвестиційної привабливості підприємств.

Аналіз ситуації на ринку інвестицій України дає підстави вважати, що в цей час для інвесторів найбільш інформативним є надання даних щодо інвестиційної привабливості підприємств у формі рейтингу фінансового стану.

Отже, рейтингові агентства відіграють важливу роль у сучасному інвестиційному середовищі як інструмент вирівнювання інформаційної асиметрії. Адже рейтингова оцінка дозволяє у повному обсязі відобразити всю можливу інформацію щодо потенційних об'єктів інвестування, дозволяє інвестиційним компаніям уточнювати власні прогнози й оцінки та спрощує прийняття інвестиційних рішень.

Список використаних джерел:

1. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/fund/rateagencies>
2. Пластун О. Л. Міжнародні інвестиційні рейтинги як засіб усунення інформаційної асиметрії на макроекономічному рівні [Електронний ресурс] / О. Л. Пластун, О. В. Дудкін. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29182/1/investment.pdf>
3. Сазонець І. Л. Міжнародні інвестиційна діяльність: навч. пос. / І. Л. Сазонець, О. А. Джусов. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 156 с.

Валерія Федорова, Ольга Хитрова,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ТА КЛАСТЕРНІ СТРАТЕГІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Процеси глобалізації і посилення міжнародної конкуренції, що характеризують світову економіку, стали об'єктивною передумовою зміни філософії управління конкурентоспроможністю, яка полягає у відмові від традиційної регіональної економічної політики і переході до нової регіональної політики, заснованої на кластерній ідеології.

Реалізація кластерної ідеології в умовах економічної кризи дозволить зменшити негативний ефект від її дії на економічний розвиток регіонів країни. Особливої актуальності набуває можливість і необхідність створення в системі соціально-економічного розвитку регіону такої форми організації конкурентоспроможного виробництва, як кластер, який передбачає тісний добровільний контакт між декількома юридично незалежними компаніями – учасниками економічної діяльності, що працюють у суміжних виробництвах, і деяке територіальне обмеження з метою підвищення конкурентоспроможності регіону як на макро-, так і наднаціональному рівні [1, с. 14].

Найбільш ефективним методом у рамках глобальної економіки стає саме оптимізація – вмиле поєднання різноманітних умов економічної діяльності у різних регіонах планети у рамках єдиного господарського механізму, орієнтованого, замість підтримки безперервного НТП, на перманентний перерозподіл світового доходу. Внаслідок цього формування високих технологій перемістилося зі сфери промислового виробництва у сферу вилучення геоекономічних рентних платежів і фінансових операцій.

Загалом, сьогодні глобалізація країн важко входить у світову економіку через вузькість маневру, нереалізованість у найближчому майбутньому національної консолідації та оптимізації взаємодії

соціально-політичних сил, конкурентоспроможності. Через глобалізацію знижується роль держави як регулятора і посилюється роль міжнародних інститутів. З одного боку, полегшується доступ віддалених конкурентів, а з іншого – зростають можливості ухилення від конкуренції. Посилюється інноваційна складова, яка є каталізатором конкурентних процесів на глобальному ринку [2, с.7].

Глибина і широта сфер діяльності, охоплених кластерними структурами, особливо відчутна в останні роки внаслідок наростання процесів глобалізації, посилення конкурентної боротьби і ускладнення ситуації на світових ринках. Із зростанням обсягів інформації та знань щодо ризиків у глобальній економіці значно змінилася і продовжує змінюватись роль кластерів у конкурентній боротьбі. Можливість через кластеризацію формувати необхідну критичну масу в певних сферах діяльності дозволяє кластерам презентувати як унікальність, так і працездатність будь-якої національної, регіональної або територіальної економіки витримувати тиск з боку конкурентів [3, с. 32].

У наш час регіональний кластер став відповіддю дрібних і середніх підприємств на виклик мультинаціональних гігантів, здійснюючи функції стратегічного планування.

Розрізняють два види стратегій, які доповнюють один одного:

- стратегії, спрямовані на підвищення використання знань в існуючих кластерах;
- стратегії, спрямовані на створення нових мереж співпраці усередині кластерів [6, с. 568].

У багатьох джерелах експертами описано 7 основних характеристик кластерів, на комбінації яких базується вибір тієї чи іншої кластерної стратегії:

- 1) географічна – побудова просторових кластерів економічної активності;
- 2) горизонтальна – з'єднання декількох галузей в один великий кластер;
- 3) вертикальна – присутність в кластерах суміжних етапів виробничого процесу, при виділенні ініціатора і кінцевого виконавця інновацій;
- 4) латеральна - об'єднання різних секторів, які забезпечують економію за рахунок ефекту масштабу;
- 5) технологічна – об'єднання галузей, які користуються однією і тією ж технологією;
- 6) фокусна - об'єднання підприємств навколо одного центру – підприємства, НДІ або навчального закладу;
- 7) якісна – співпраця фірм, яка дозволяє пригнічувати інноваційні процеси та заохочувати захисну поведінку. У цьому випадку можуть стимулювати інноваційні процеси з допомогою взаємозв'язку з постачальниками, з одного боку, і можуть перекладатися витрати

на партнерів і порушувати права у фінансовому відношенні – з іншого боку [5].

Успішна реалізація проектів щодо стимулювання кластерів можлива при наявності регіональної стратегії. При розробці регіональної стратегії необхідно враховувати ключові точки зростання регіону загалом. Кластери, в регіональному аспекті поєднуючи в собі фундаментальну науку, проектно-конструкторські розробки й нові високотехнологічні виробництва, створюють умови для переозброєння промисловості, визначають пріоритетні інвестиційні вкладення і формують комплексні виробничо-технологічні пакети для прийняття вигідних інвестиційних рішень. Залучення інвестицій в кластери забезпечують мультиплікативний ефект розвитку економіки регіону. Кластери сприяють впровадженню нової техніки і технологій, розвитку наукомістких виробництв, що забезпечують стійкість регіональної економіки в динамічному ринковому середовищі. Регіональний кластер – це сукупність фірм, університетів та інших організацій, пов'язаних певною продуктивною сферою у певному регіоні, де синергія досягається за допомогою конкуренції та кооперації між учасниками. Серед характеристик регіональних кластерів слід відзначити відкритість, що поширюється за межі внутрішньорегіональних мереж і має за мету використовувати зовнішні ресурси. Розвиток кластерної стратегії дає можливість розвитку інноваційної політики регіону [4].

Останні роки «кластерні стратегії» економічного розвитку набули широкої популярності у більшості країн світу незалежно від їх політичного устрою. Уряди концентрують зусилля на підтримці існуючих кластерів і створенні нових мереж компаній, що раніше не контактували між собою. Держава при цьому не тільки сприяє формуванню кластерів, а й сама стає учасником мереж. Кластерні стратегії широко використовуються в країнах Європи. Наприклад, у Німеччині з 1995 р. діє програма створення біотехнологічних кластерів «Bio Regio». У Великобританії уряд визначив райони навколо Единбурга, Оксфорда та Південно-Східної Англії як основні регіони розміщення біотехнологічних фірм. У Фінляндії розвинений лісопромисловий кластер, куди входить виробництво деревини й деревних продуктів, паперу, меблів, поліграфічного та пов'язаного з ним устаткування. Тісна взаємодія фірм даного кластера в поширенні знань забезпечує останнім конкурентні переваги перед основними торговельними суперниками. За оцінками експертів, Фінляндія лідирує за рівнем як дослідницької, так і технологічної кооперації. Не винятком є й Україна, де за останнє десятиріччя інтерес до цієї моделі соціально-економічного розвитку незмірно збільшився. Реалізуючи кластерні стратегії, національний уряд і регіональна адміністрація мають активно організовувати проведення комплексних досліджень в галузі формування кластерів з урахуванням місцевих умов [6].

Виходячи з вищевикладеного, можемо зробити висновок, що правильно прийнята стратегія управління кластерів у регіоні – дієвий інструмент конкурентоспроможності регіону, інноваційного потенціалу, темпів економічного зростання, а також важлива умова забезпечення стабільності та економічної незалежності регіону в умовах глобалізації.

Список використаних джерел:

1. Кухарська Н. О. Перспективні напрямки формування кластерів у системі соціально-економічного розвитку регіону (на прикладі Одеського регіону) / Н. О. Кухарська // Регіональна економіка. – 2011. – № 1(59). – С.14–23.
2. Михасюк І. Р. Глобалізація і регіоналізація : місце України / І. Р. Михасюк // Регіональна економіка. – 2011. – № 4. – С. 7–14.
3. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. – 2008. – № 10 (жовтень). – С. 31–35.
4. Маркушина Е. В. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов [Электронный ресурс] / Е. В. Маркушина. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3143>
5. Боденчук С. В. Кластерний підхід в формуванні стратегії економічного розвитку регіону [Електронний ресурс] / С. В. Боденчук. – Режим доступу: <http://fei.idgu.edu.ua/conference/dokl/d31.html>
6. Кластери в умовах глобальної конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/Varnalij/15.pdf>

Любов Хотинь,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

До будь-якої продукції споживачі будуть ставитися з довірою, якщо вона доступна за ціною, якісна та екологічно безпечна для здоров'я. Концепція маркетингу полягає в тому, що загалом досягнення цілей підприємства повинно здійснюватися через визначення потреб цільових ринків і забезпечення необхідної задоволеності більш ефективними й екологічно безпечними для життя людей і природи, ніж у конкурентів, засобами виробництва.

Основна мета системи маркетингу, у тому числі екологічного, – це поліпшення якості життя (якість, кількість, асортимент, доступність, вартість товару). Особливість екологічного маркетингу на рівні підприємства полягає в тому, що його не можна розглядати ізольовано від системи маркетингу підприємства. Він може функціонувати ефективно лише в умовах ефективної дії такої системи. Функції екологічного маркетингу може виконувати система екоменеджменту підприємства. Але ці функції будуть ефективними тоді, коли ефективно виконуються загальні функції системи маркетингу підприємства. Концепція такої інтегрованої ефективності передбачає поєднання процесів діяльності з виробництва товарів, ціноутворення, розповсюдження товарів і стимулювання, спрямованих на виявлення, обслуговування, задоволення споживачьких потреб для досягнення цілей, що стоять перед товаровиробником, із максимально можливим підвищенням якості життя, насамперед екологічної чистоти або якості [5].

Екологічний маркетинг – це діяльність компанії із задоволення інтересів споживачів шляхом просування товарів і послуг, що завдають мінімальної шкоди навколишньому середовищу на всіх стадіях життєвого циклу.

Екологічний маркетинг виник у 1990-х рр., як продовження соціально-етичного маркетингу, який визначав завдання будь-якої компанії як встановлення потреб, потреб та інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності більш ефективними і більш продуктивними (ніж у конкурентів) способами з одночасним збереженням або зміцненням благополуччя споживача і суспільства загалом. Ця концепція виникла в результаті конфлікту традиційного для того часу маркетингу з погіршенням якості навколишнього середовища, нестачею природних ресурсів, зростанням чисельності населення, інфляцією і негативним станом сфери соціальних послуг. Важливими факторами стали стурбованість громадськості станом навколишнього середовища, зростання впливу неурядових екологічних організацій, об'єднань споживачів, груп громадської екологічної експертизи [3].

Аспекти екологічно орієнтованого маркетингу в світовому співтоваристві пов'язані з швидким розвитком технологій і процесів, які знижують вплив на навколишнє середовище, а також з прискореним формуванням ринку екологічних послуг, який, природно, вимагає відповідного розвитку маркетингових засобів управління цим ринком. До основних маркетингових напрямків у цій галузі слід віднести:

- формування фінансових структур підтримки екологічних дій;
- екологічну оцінку (аудит) рівня впливу на навколишнє середовище;
- екологічне страхування дій компаній;
- зміна форм звітності діяльності виробників;
- нові форми реклами;
- формування нових принципів торгівлі (наприклад, продаж екологічно чистих продуктів) [2, с. 194].

Однак існують радикальні екологічні інновації, які відносяться до факторів екологічного тиску. Вони не мають прямих аналогів, оскільки вони:

- задовольняють існуючі потреби, але іншим способом;
- задовольняють потенційні (приховані) потреби, які потрібно переводити у фактичні;
- здатні задовольнити нові потреби, які необхідно цілеспрямовано формувати [4, с. 196].

Виходячи з позиції екологічного маркетингу, можна окреслити перспективи його успішного впровадження у практичну діяльність підприємств. Ці перспективи включають такі чинники:

- економія коштів завдяки збереженню ресурсів;
- економія коштів завдяки зниженню відходів;

- скорочення часу на одержання дозволів та зменшення кількості робіт, пов'язаних із дотриманням ліцензій;
- зменшення витрат на покриття ризиків;
- покращання ринкової та продажної можливості;
- кращий імідж підприємства (компанії) як наймача (збереження здоров'я найманих робітників);
- досконаліший загальний імідж [1, с. 148].

Таким чином, екологічна складова розвитку суспільства стала новим фактором впливу на бізнес загалом і на маркетинг зокрема.

Список використаних джерел:

1. Вайданич Г. В. Екологічний маркетинг : навч. пос. / Г. В. Вайданич, А. М. Вічевич, А. М. Вічевич, І. І. Дідович, А. П. Дідович – Львів: УкрДЛТУ, 2002 – 248 с.
2. Эриашвили Н. Д. Маркетинг: учебник для вузов / Н. Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю. А. Цыпкин и др.; под ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 623 с.
3. Смирнова Е. Экологический маркетинг и его основы /http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/eco_marketing.htm
4. Шипуліна Ю. С. Теоретико-методичні засади оцінки шансів екологічних інновацій на ринковий успіх / Ю. С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки. – 2007. – №4. – С.196–203.
5. http://pidruchniki.ws/14821111/ekologiya/ekologichniy_marketing_inzhiniring

Angela Albu, Associate professor PhD,
Ștefan cel Mare University, Suceava, Romania

CLUSTERS AND COMPETITIVE ADVANTAGE

Clusters, as a form of organization, are defined as a number of interconnected companies in terms of business relationships, situated in the same geographical area, which facilitates economic exchange between them. Clusters are not a form of organization specific to our days their existence has been noted since the end of nineteenth century by Alfred Marshall, which discussed them in his work Principles of Economics (1890). [6] One of the main features of the clusters is that the activities covered by the members are complementary, which explains the connection between them. A more complete definition of the phenomenon of cluster was given by the Department of Trade and Industry of Great Britain in 1998, according to which "the clusters are concentrations of interdependent companies and institutions in competitive and collaborative relationships between which are established market or non-market connections. [7]

Cluster size is very different, they can be located in a city, a region or an area on the border several states. As in the case of synergy, the whole is more than the sum of its parts, the clusters are not simply agglomerations of individual industries, but mutually reinforcing viable complex, containing both manufacturing enterprises and specialized suppliers for components and spare parts, business services, institutions and providers of specialized infrastructure, etc. To continuously meet the demands and challenges of the market, clusters must be dynamic structures, frequently they extend, a process that can occur in several ways:

- downstream to channels or directly to consumers;
- laterally to manufacturers of complementary industries or to other companies that can provide specialized skills, technology or other types of inputs.

Many clusters include governmental agencies or other institutions such as universities, institutes and research centres, training providers, standardization agencies, professional associations and others. Clusters occur in many types of industries, fields, and even in some local industries in both advanced and emerging economies, although clusters in advanced economies tend to be more developed.

Clusters promote both competition and cooperation which can coexist because it occurs between different actors at different levels of the cluster. [5]

In the past competitive strategies of firms were made only on the basis of what was happening inside them. In the current vision, the clusters represent a new way of thinking of the local, regional and national economies where firms have new roles in competitiveness. Clusters

suggest that in order to identify competitive advantage, firms need to look outside, beyond the location where they are or sometimes even outside their activity area, which entails new challenges for management of the organization. Also, clusters stimulate exports and attract foreign investment, which is leverage economic development for the area of residence of the cluster.

The concept of competitive advantage in its current form was explained by Michael Porter, and represents the ability of a firm to control the competitive environment (characterized by five forces) better than its rivals. [4]

According to the theory of clusters [8] their policy is totally different from conventional industrial policy; so if in an industrial policy, governments were able to intervene in competition in the market to tip the balance in some sense desirable, in the case of clusters, there are no interferences to distort competition because the cluster itself acts to remove obstacles and constraints that may affect productivity and lead to loss of competitive advantage.

It is considered that the clusters affect competition in three ways [2]:

a) Increase productivity—the companies which are parts of a cluster may operate in a more efficient due primarily to the following factors: easier access to a range of inputs such as information or technology; better coordination with other partner companies; clusters have qualified and specialized persons, and therefore are centre which are offering well-paid jobs and safe for employees. [3] Clusters' productivity is closely related to costs; a well-developed cluster contains all kinds of specialized suppliers, the fact that all partners are placed in the same place lead to a reduction of transaction costs. This removes the cost of imports, there are no delays of deliveries, and there is a lower risk that providers increase artificially the price or not meet their contractual arrangements because local reputation of firms in a cluster is very important. The concentration of space improves communication, transfer of information and knowledge.

b) Promoting of innovation - participation in the cluster provides the ability to identify quickly the performance of new technologies, new operating systems or delivery ones developed by the member firms of cluster. Because customers are often part of the cluster, companies inside the cluster have a more complete picture of the market than isolated companies. [7] As a result, they are able to perceive more clearly and more quickly customer needs, to inspect the market trends and provide innovative products and services that meet the exact needs expressed by buyers. Firms from a cluster are almost forced to innovate because are situated in the same location and under the same economic circumstances of many competing forces, firms to seek creative ways in which to highlight itself.

c) Stimulate the emergence of new business - most new businesses

appear in a cluster and not in isolated locations for several reasons:

- a cluster is seen as a sum business opportunities and a source of information, as a result, there is a desire of firms outside the cluster to be part of it;
- companies that are not part of the cluster, but are watching his work can identify any gaps or needs and use them to develop new business;
- the barriers to entry in a cluster are low, there is always openness to new business and the cluster can expand.

Cluster capacity to attract and initiate new business has a major role in the rapid spread of innovations developed by them. In fact, it is a feedback process through which the innovation achieved in a cluster facilitates new business, and then, the new business wants to be part of the cluster.

The global success of clusters suggests that it is necessary to undertake joint efforts from both the governments and the private sector to stimulate and support their operation. It is obvious that the clusters represent a new way of economic organization, different from the traditional one where all actions are focused towards enhancing business through collaboration, competition, exchange of information and knowledge. Clusters are a necessary presence in a developed economy as are contributing not only to economic development but making a contribution at knowledge raising and improving labour relations. [1] It can be said that they are now a new way of thinking, a new economic organization, understanding the economy, and business practice. Cluster approach stimulates the development and pro-competitive behaviour.

Selected bibliography:

1. Cortright, J., "Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development" (2006),
http://www.brookings.edu/metro/pubs/20060313_Clusters.pdf
<http://web.ewu.edu/groups/cbpacea/2002FallArticles/clustertheoryandpractice-advantagesforthesmallbusinesslocatinginavibrantcluster.pdf>
<http://www.wellbeingcluster.at/magazin/00/artikel/28775/doc/d/porterstudie.pdf?ok=j>
2. Kuah, A., "Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster", (2002) Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 4(3), p. 206-228
3. Moroşan, A., Arionesei, G., Ivan, P., Hapenciu, V., "The Impact of Emotional Knowledge on Key Aspects of the Economy", (2013) The 14th European Conference on Knowledge Management, University of Technology, Kaunas, Lithuania, pp. 905-913
4. Năstase C., Chasovschi C., SanduGhe., Barsan M. et.al.,(2006), "Ghid de formareantreprenorială", EdituraDidacticășiPedagogică, Bucureşti
5. Nastase, C., Popescu, M., Boghean, C., Scutariu, A.L., (2008), "Macroeconomie: Conceptefundamentale", EdituraDidacticășiPedagogică, Bucureşti
6. Porter, M., "Clusters and the New Economics of Competition", (1998), Harvard Business Review, <http://www.wellbeingcluster.at/magazin/00/artikel/28775/doc/d/porterstudie.pdf?ok=j>
7. Porter, M., "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", (2000), Economic Development Quarterly, <http://edq.sagepub.com/cgi/content/abstract/14/1/15>
8. Porter, M., "The Adam Smith Address: Location, Clusters, and the «New» Microeconomics of Competition", (1998), National Association for Business Economics, <http://www.econ.nyu.edu/dept/courses/niemira/980107.pdf>

Грина Антонюк, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

У сучасному глобалізованому світі національні логістичні системи практично завжди інтегровані в міжнародні логістичні системи (МЛС). Зумовлено це тим, що держава не може бути замкнутою системою і не працювати на міжнародному ринку, навпаки, постійно відбувається обмін продукцією і ресурсами між державами. Дане твердження справедливе і відносно діяльності окремого підприємства з його складними внутрішньосистемними і зовнішніми діловими зв'язками.

Саме тому важливим явищем у сучасній світовій економіці стало формування в її рамках міжнародних логістичних систем. До міжнародних логістичних систем відносять міждержавні системи, що формуються на рівні декількох країн і навіть континентів.

У такому сенсі термін «глобальна логістика» сьогодні розуміється як комплекс науково-практичних уявлень про стратегію і тактику створення, як правило, стійких макрологістичних систем різних країн світу, що зв'язують бізнес-структури, на основі розподілу праці, партнерства і кооперації у формі договорів, угод, загальних планів, підтримуваних на міждержавному рівні [1]. Глобальна логістика характеризується прагненням сприяти шляхом надання відповідного теоретичного і прикладного інструментарію трансформації національного підприємництва на його шляху від концентрації і спеціалізації в економіці окремих країн до інтеграції в світове ринкове господарство. Саме глобальні логістичні підходи дозволяють знаходити найбільш ефективні шляхи і форми руху матеріальних ресурсів на світовому ринку. Роль логістики істотно зросла в епоху постіндустріалізації, що викликало значні зміни в світовій економіці, зокрема зростання частки послуг, у виробництві та споживанні світового ВВП. Означені зміни здійснили на логістику значний вплив, оскільки дана галузь безпосередньо пов'язана з такими явищами постіндустріального розвитку світової економіки, як: активне використання наукових знань і перехід у розвинених країнах на наукоємні технології, що у свою чергу пов'язано з використанням нових технологій та інновацій в логістиці; доступністю і великою кількістю різної інформації — інформатизація логістичних процесів; доступність засобів зв'язку і транспорту; високий рівень освіти й активне використання знань в праці — поліпшення роботи всього логістичного бізнесу за рахунок правильного і раціонального використання трудових ресурсів, зростання професійних здібностей персоналу.

Як наслідок, при загальному світовому ВВП – близько 30 трлн. доларів США – на початку ХХІ століття світовий прямих експорт товарів перевищив 6 трлн. доларів США, а експорт послуг – 1,7 трлн. У свою

чергу, частка комплектуючих виробів, що надходять з інших країн у рамках міжнародної кооперації, тільки в машинобудівній галузі виросла з 19% у 1980-і роки до 50% – на початок другого десятиліття XXI ст.

Така тенденція зумовила активізацію логістичних інструментів оптимізації виробництва в багатьох країнах.

На рівні міжнародного кооперування логістика відрізняється від внутрішньої, оскільки мова йде не тільки про зміну місць доставки товарів. Найбільш значущими відмінностями в даному контексті можна відзначити: логістичні потоки в рамках міжнародного кооперування, як правило, пов'язані з набагато більшими обсягами замовлень, ніж постачання за замовленнями у рамках окремого національного ринку; міжнародні ринки більш різноманітні. Поставляючи з них сировину, комплектуючі чи доставляючи товари, потрібно розглядати більше варіантів доставки, оцінювати варіанти з більшою кількістю посередників, ніж при «замиканні» логістичних потоків лише на окремому національному ринку.

Аналіз сучасного етапу розвитку логістики дає можливість виокремити три основні підходи до формування логістичних систем, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Перший підхід полягає в тому, що при організації та здійсненні логістичних операцій основний наголос робиться на вдосконаленні процесу управління матеріальними потоками в логістичних системах. Такий підхід можна назвати «операційним», тобто спрямованим на вдосконалення різних операцій в логістичних системах.

Другий підхід полягає в тому, що логістика повинна бути гнучкою і здатною до швидкого реагування на можливі зміни в запитах споживачів. Даний підхід можна назвати «гнучким», і суть його в гнучкому і швидкому задоволенні запитів клієнтури.

Третій підхід концентрує увагу на інтеграції і координації роботи всіх учасників логістичних ланцюгів у рамках діючих на національному або міжнародному рівні логістичних систем. Такий підхід можна назвати інтегрованим.

Глобалізація світової економіки привела до формування міжнародних стандартів функціонування логістичних систем. Розв'язання організаційних проблем встановлення належного стандарту обслуговування клієнтів забезпечується шляхом орієнтації логістичного сервісу на виконання основних показників базового рівня: доступності, функціональності і надійності.

Список використаних джерел:

1. Сербин В. Д. Основы логистики: учебное пособие / В. Д. Сербин. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
2. Саркисов С. В. Международные логистические системы в условиях глобализации: автореферат / С. В. Саркисов. – Москва, 2008.
3. Бравар Ж.-Л. Эффективный аутсортинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж.-Л. Бравар, Р. Морган. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 260 с.

Ольга Бабінська, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

БІОТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Враховуючи подальше загострення глобальних екологічних проблем, а також той факт, що сьогодні саме «зелена економіка» розглядається як сучасна парадигма світового економічного розвитку, країни починають віддавати перевагу екобіотехнологіям, метою яких є подолання наслідків негативного впливу людини на навколишнє природне середовище. Так, обсяги світового ринку для технологій захисту оточуючого середовища та споріднених послуг уже досягають близько 1000 млрд. євро. Для переходу до «зеленої економіки», згідно з оцінками ООН, у 2012–2050 рр. необхідно щорічно інвестувати 2% світового ВВП у десяток ключових секторів, насамперед — в енергетику, промисловість, аграрно-промисловий комплекс, житлово-комунальне господарство, переробку відходів, управління водними ресурсами [2].

Зазначимо, що у Законі України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» наголошується на тому факті, що «антропогенне і техногенне навантаження на навколишнє природне середовище в Україні у кілька разів перевищує відповідні показники у розвинутих країнах світу» [1]. Загалом екологічно чистою в Україні вважається лише 6% її території [5, с. 2]. Як стверджують експерти, використання стратегічних природних ресурсів на території України є аномальним і перевищує у 2-3 рази екологічно допустимі межі. Україна є однією із найбільш проблемних країн світу — за даними міжнародного рейтингу екологічних досягнень (Environmental Performance Index), розрахованому фахівцями Єльського університету (США) за 25-ти показниками, що характеризують дієвість державної політики держав щодо збереження екосистем, Україна серед 132 країн світу у 2012 р. посіла 102 місце (порівняно з рейтингом 2010 р. наша країна втратила 15 позицій) [5, с. 3].

Сьогодні Європа стоїть на передньому краї глобальної конкуренції з потужною технологічною базою і виробничими можливостями, підвищеними інвестиціями в дослідження, у розробку нової продукції, з вільним вибором і просуванням на світові ринки постійно потрібних інноваційних розробок «зеленої» продукції і послуг. Тому в 2011 р. Європейська Комісія затвердила План дій екоінновацій (Eco-Innovation Action Plan (EcoAp)), метою якого стало сприяння розвитку інновацій, які вже були проведені або налаштовані на пошук шляхів зменшення тиску на оточуюче середовище та ліквідують розрив між дослідженнями та ринком. До 2020 р. обсяги світового ринку екотехнологій збільшаться більш ніж удвічі. Середньорічні показники зростання очікуються в

багатьох сегментах — на рівні приблизно 15% для децентралізованого управління водою і для автоматизованих процесів сортування відходів – на рівні більш ніж 20% для термальної і фотоелектричної сонячної енергії, гібридних двигунів та біопластики [2].

За прогнозами, світовий ринок біотехнологій до 2025 р. становитиме 2-3 трлн. дол. США. Уже сьогодні темпи зростання світового ринку біотехнологій за окремими сегментами коливаються від 5-9 до 30% щорічно. У США, наприклад, глибокій переробці підлягає 156 млн. т кукурудзи, що становить 39% усього зібраного врожаю. Споживачами продукції біотехнологій є платоспроможні високорозвинені держави Євросоюзу, США, Канада, Японія, Китай, Індія, Бразилія та ін. Водночас саме у цих країнах і реалізуються масштабні програми розвитку всього спектру біотехнологій. Продукція біотехнологій сьогодні на ринку України представлена, як правило, іноземними компаніями. Так, Україна щорічно імпортує 100% кормових амінокислот для сільського господарства, 100% ферментів для побутової хімії, 100% молочної кислоти, 93% біологічних харчових інгредієнтів, 75% кормових ферментних препаратів, 80% кормових та ветеринарних антибіотиків і т. д. [6].

Світовий досвід підтверджує, що кластерна форма організації виробництва є однією із найбільш підготовлених до інноваційного процесу, особливо це стосується розвитку біотехнологічного сектору. Так, у цьому контексті особливої уваги заслуговує німецький досвід створення і розвитку біотехнологічних кластерів, враховуючи те, що сьогодні Німеччина є міжнародно визнаним науковим та економічним центром у сфері біотехнологій. У Німеччині розвиваються усі напрямки біотехнологій: медичні біотехнології (фірми, які зайняті в сфері так званих «червоних» біотехнологій, входять до біо-медико-технологічних кластерів); промислові (або «білі») біотехнології (компанії спеціалізуються на розробці технічних ензимів, нових можливостей використання біомаси і біотехнологічних виробничих процесів); «зелені», або агробіотехнології [4]. Біотехнологічний сектор Німеччини демонструє значні досягнення. Сьогодні ФРН є одним зі світових лідерів у сфері біотехнологій (оборот біотехнологічних компаній досяг 2,9 млрд. євро, а кількість зайнятих у галузі досягла 17430 осіб (табл. 1)) і поступається в даній сфері лише США, конкурує з Великобританією і Францією за друге місце в світовому рейтингу країн з розвитку біотехнологій.

Слід наголосити на тому, що нинішнім своїм успіхам у сфері біотехнологій Німеччина зобов'язана реалізації Федеральним урядом цільових програм стимулювання розвитку біотехнологій. Так, під час виконання національної кластерної програми BioRegio протягом 1997–2005 рр. було створено 25 «біорегіонів» (біорегіон – союз наукових організацій та бізнесу), в яких працюють сьогодні сотні нових

біотехнологічних підприємств. Загальне фінансування програми BioRegio склало 90 млн. євро. Результатами національної кластерної програми BioRegio, ініційованої в 1995 р., стало збільшення кількості біотехнологічних компаній, що допомогло скоротити розрив між Великобританією і Німеччиною (у плані кількості компаній).

Таблиця 1

*Основні показники розвитку біотехнологічного сектору Німеччини**

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість біотехнологічних компаній	497	495	496	501	531	538	552	565
Кількість інших біотехнологічно активних компаній	59	56	91	92	114	125	126	128
Кількість зайнятих у біотехнологічних компаніях	12973	14150	14360	14450	14950	15480	16300	17430
Кількість зайнятих в інших біотехнологічно активних компаніях	10856	14800	15210	15520	16650	17000	17570	17760
Оборот біотехнологічних компаній (млрд. євро)	1,54	1,76	2,01	2,19	2,18	2,37	2,62	2,90
Витрати на наукові дослідження і розробки біотехнологічних компаній (млрд. євро)	0,714	0,97	1,05	1,06	1,05	1,02	0,975	0,934

*Складено автором на основі [7; 8]

Крім того, завдяки програмі BioRegio вдалося залучити значні обсяги приватних інвестицій (понад 750 млн. євро) і забезпечити просування нових програм у різних технологічних сферах. Існує значна кількість індикаторів, які демонструють сильні конкурентоспроможні позиції біотехнологічних компаній на міжнародному рівні в довгостроковій перспективі. При цьому, як вважають експерти, головними факторами успіху BioRegio (і наступних програм) є принципи самоорганізації та конкуренції (коли виграє менше 20% заявок).

Таким чином, в Україні для стимулювання та прискорення розвитку біотехнологічного сектору з метою сприяння розвитку інновацій, які спрямовані на пошук шляхів зменшення антропогенного впливу на природне навколишнє середовище, терміново потрібна ідентифікація, розробка і реалізація таких кроків:

- створити сприятливі умови і забезпечити зацікавленість в екопроектах усіх верств населення (за даними опитування, в Україні поки що лише 4% населення турбується про охорону оточуючого середовища, в той час як у Німеччині цей показник досягає 75% [2]);
- активізувати впровадження ефективної системи економічних інструментів екологічної політики;

- цілеспрямовано створювати промисловість, що належить уже до 6-го технологічного укладу, ключовими факторами якого є біотехнології та нанотехнології, молекулярні, кліткові та ядерні технології, наноенергетика, інженерія живих тканин та органів, відновлювальна медицина та суттєве збільшення строків життя людей і тварин (у той же час, сучасні напрями державного та корпоративного інвестування свідчать про те, що Україна 57,9% коштів вкладає у модернізацію підприємств 3-го технологічного укладу, 38% — 4-го, лише 4% — 5-го та 0,1% — 6-го [6]);

- адаптувати відповідно до національних особливостей світовий досвід розробки і впровадження національних кластерних програм та функціонування біотехнологічних кластерів;

- затвердити необхідний план дій, в якому б знайшли місце конкретні заходи щодо створення і розвитку вітчизняних ефективних біотехнологічних кластерів у відповідних сферах шляхом усунення фінансових, економічних та інституціональних перешкод.

Список використаних джерел:

1. Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України : Закон України від 21 грудня 2010 року № 2818-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.
2. Комплексні кластери еко-технологій — шлях сприяння розвитку «зеленої економіки» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2012-study/perspektivni-napryamki-klasterizacii-vodnikh-resursiv/kompleksni-klasteri-eko-tehnologijj-shlyakh-spriyannya-rozvitku-zelenoi-ekonomiki/>.
3. Аналіз досвіду Європейського співробітництва щодо формування і втілення інституцій та інструментів екологічної політики : Аналітична записка. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/840/>.
4. Государственная политика Германии по развитию биотехнологий [Электронный ресурс]. — Режим доступу: http://www.ved.gov.ru/moder_innovac/analtic/analytical_materials/innovative_projects_in_germany/.
5. Екологічна складова національної безпеки: основні показники і шляхи їх досягнення : Аналітична доповідь. — К. : НІСД, 2013. — 34 с.
6. Юрий Т. Биотехнологии как засіб нарощення промислової могутности України. [Електронний ресурс] / Тарас Юрий. — Режим доступу: <http://www.svoboda.org.ua/dopysy/dopysy/047861/>.
7. The German Biotechnology Sector 2013 [Electronic Resource]. — Mode of access: <https://www.biotechnologie.de/BIO/Navigation/EN/Background/studies-statistics,did=164150.html>.
8. Biotechnology Company Survey 2009 [Electronic Resource]. — Mode of access: <https://www.biotechnologie.de/BIO/Navigation/EN/Background/studies-statistics,did=97976.html?listBIId=78006&>.

Олена Бурдяк, к.п.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЙ

Сьогодні, в умовах виходу зі світової фінансової кризи, особливе місце серед проблем розвитку регіональних економік займають низька конкурентоспроможність, зниження інвестиційного потенціалу регіонів, високий рівень безробіття, занепад місцевих традиційних галузей промисловості, малого та середнього бізнесу, а також залежність від зовнішніх інвестицій. Перераховані вище фактори створюють

несприятливе середовище для розвитку нових підприємств, науково-дослідних центрів і заохочення внутрішнього регіонального зростання.

У даних умовах актуальності набуває концепція промислових або регіональних кластерів. Протягом останнього десятиліття в багатьох країнах світу кластерна політика розглядається як одна з найефективніших технологій управління соціально-економічним розвитком територій.

У даний час існує маса досліджень, що свідчать про прямий зв'язок між наявністю кластерів і високим рівнем економічного регіонального розвитку та рівнем конкурентоспроможності країни. Серед значних проектів можна виділити *Canadian Cluster Data*, *European Cluster Observatory*, *International Cluster Competitiveness Project*, *U.S. Cluster Mapping Project* [1, с.5]. Тому різні країни розробляють програми, які сприяють розвитку кластерів на своїх територіях та отриманню економічних вигод від їхнього існування.

Кластери представляють собою групи учасників того чи іншого ринку, що об'єдналися з метою ефективного використання ресурсів і специфічних переваг у процесі спільної реалізації підприємницьких проектів. Кластер – це група географічно локалізованих взаємозалежних компаній-постачальників обладнання, комплектуючих, спеціалізованих послуг, інфраструктури, науково-дослідних інститутів та інших організацій, які доповнюють один одного і за рахунок цього підсилюють свої конкурентні переваги. Використовуючи головним чином горизонтальні зв'язки, спеціалізацію, вони здатні досягти вищих результатів. Об'єднання зусиль підприємців, органів управління, суб'єктів інноваційної та інвестиційної діяльності на певній території дає значні переваги в конкурентній боротьбі, сприяє перерозподілу ризиків та проведення гнучкої політики, необхідної в умовах мінливої кон'юнктури [2, с. 20].

Кластерний підхід вперше був представлений теорією розміщення (1826 р.) і теорією «промислових зон» (1890 р.) [3, с. 21]. На думку вчених, основним фактором було розташування підприємств та організацій відносно один одного, поблизу міст та агломерацій. Такі територіальні утворення є місцем скупчення трудових ресурсів, а наявність великої кількості підприємств сприяє появі кооперативних і технологічних зв'язків між ними. Поєднання різних за родом занять видів економічної діяльності сприяє економії на площах, приміщеннях, витратах тепла та енергії. Територіальна близькість промислових організацій прискорює технологічні процеси, відбувається економія часу, а також зменшення зносу інфраструктури; формується величезний резерв спеціальних знань і технологій; концентрується велика кількість постачальників і посередників. Такий підхід має свої недоліки, оскільки важливу роль у досягненні кінцевих результатів відіграють й інші учасники ринку. Проте сукупність розглянутих вище

позитивних умов є істотною перевагою для збільшення інтенсивності взаємодій учасників ринку і зростання економіки.

Наступну групу теорій представляють: теорія національної інноваційної системи – НІС (1980 р.), теорія «фільєр» (1978 р.), теорія «блоків розвитку» (1919 р.), теорія секторів (1935 р.). У даній групі теорій увагу переважно приділено взаємодії груп суб'єктів економіки між собою. Наприклад, теорія НІС стверджує, що якісна взаємодія сфери виробництва, сфери знань, уряду та інших учасників ринку дозволяє побудувати так звану «економіку знань», де продуктом є інноваційні винаходи. Вважається, що домінування економіки країни в окремих сферах (космос, гена інженерія, електроніка тощо), буде завжди забезпечувати споживчий попит і добробут громадян, що проживають у цій країні [3, с. 21].

Світова практика показує, що кластеризація – не тільки засіб досягнення цілей промислової політики (підвищення конкурентоспроможності, посилення інноваційної спрямованості), але й потужний інструмент стимулювання регіонального розвитку. У США, Канаді, Фінляндії, Японії, Німеччині, Італії та інших розвинених країнах кластери стали успішною формою організації бізнес-спільнот, ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності територій.

Проте слід враховувати, що в кожній країні кластери мають свої характерні риси, специфіку організації та функціонування. Кластерний підхід вимагає певної перебудови апарату державного управління, зміни менталітету місцевої влади, тісної взаємодії регіональних адміністрацій, бізнесу та суспільства. Формування і розвиток кластерів не відбувається за один день, для цього потрібен час (так, Китаю для створення конкурентоспроможних кластерів навколо орієнтованих на експорт підприємств текстильної промисловості, фабрик спортивних товарів, одягу, іграшок, посуду було потрібно майже 15 років). Роль держави при цьому зводиться до створення умов для розвитку підприємництва, появи нових фірм, до заохочення інновацій, поліпшення інвестиційного клімату [2, с. 22].

Багато європейських країн обрали кластерний підхід організації своєї економічної політики на національному рівні. Наприклад, у Данії програма з формування та розвитку кластерів реалізується на державному рівні. За даними *Regional Clusters in Europe*, в Данії існує 13 регіональних і 16 національних кластерів [4, с. 506]. Регіональні кластери включають такі традиційні галузі промисловості, як текстильна, меблева, мобільний і супутниковий зв'язок. У Великобританії активно використовується кластерна стратегія і проводиться зважена конкурентна політика. Міністерство торгівлі та промисловості виділяє 154 регіональних кластери [4, с. 506]. У Португалії рівень ключових кластерів, таких як взуттєвий і винний,

значно виріс внаслідок дії державної стратегії промислового розвитку з перетворення деяких експортних галузей португальської економіки в повноцінні кластери, яка стимулювала кооперацію між компаніями і створення технологічної інфраструктури. У Фінляндії кластерний підхід до аналізу структури економіки набув особливої популярності в 1991–1993 роках, коли він вперше був використаний для розробки промислової політики країни. У 90-ті роки у Фінляндії було розпочато широке дослідження, поштовхом до якого послужила книга Майкла Портера «Конкурентні переваги націй». Більшість прогнозів, зроблених у рамках цього дослідження, виявилися пророчими, а промислова політика, заснована на побудові національної інноваційної системи з урахуванням кластерної природи конкурентоспроможних виробництв, принесла блискучі результати [4, с. 506].

Отже, посилення міжнародної конкуренції і глобалізація роблять неефективною традиційну промислову політику, примушують країни світу переходити до використання нових інструментів і механізмів регіонального розвитку. Ефективність територіальних економік сьогодні визначається не тільки конкурентоспроможністю і розмірами виробництва, а й взаємовигідним співробітництвом, знаннями, технологіями, кваліфікацією. Саме всі ці фактори унікальним чином поєднуються у феномені кластера. Дослідженнями встановлено, що зростання кількості кластерів веде до підвищення конкурентоспроможності економіки країни.

Аналізуючи вищесказане, можна зробити висновок про те, що впровадження кластерної регіональної політики буде сприяти зростанню ділової активності підприємницьких структур, призведе до поліпшення інвестиційного клімату регіону та країни, що забезпечить у майбутньому економічний розвиток території.

Список використаних джерел:

1. Корчагина Н.А. Концептуальные основы реализации кластерной политики на территории российских регионов / Н.А. Корчагина // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2009. – №12-1. – С. 5–13.
2. Доржиева Е.В. Кластерный подход как инструмент повышения конкурентоспособности территорий / Е.В. Доржиева // Известия ИГЭА. – 2011. – №1. – С. 19–22.
3. Исмагилов Д.Д. Эволюция теоретических исследований в области кластерных образований / Д.Д. Исмагилов // Вестник Самарского государственного экономического ун-та. – 2010. – № 8 (70). – С. 21–27.
4. Савинова О.В. Концепция кластерной промышленной политики развития региона / О.В. Савинова, Д.А. Мухина // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2012. – №28. – С. 505–508.

Ірина Бутирська, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ТРАНСКОРДОННОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ

Досліджуючи форми діяльності соціально відповідального бізнесу (СВБ – внесок добровільний компаній у розвиток соціальної, економічної й екологічної сфери, прямо пов'язаний з їх основною

діяльністю, що виходить за межі визначеного законом мінімуму) у транскордонному співробітництві (ТКС) країн V-VI розширення ЄС та України, звернемось найперше до розвитку її відносин у цій царині з безпосередніми сусідами – Польщею, Угорщиною, Словаччиною та Румунією. Відомо, що після V, найбільшого за кількістю нових членів розширення ЄС у травні 2004 р., Україна отримала спільний кордон з Європейським Союзом, загальна протяжність якого склала майже 776 км, чи близько 13% загальної довжини українських кордонів. У VI розширенні ЄС, за яким до цієї організації у 2007 р. ввійшли Болгарія та Румунія, державний кордон України з кордоном ЄС розширився вже до 24 %. ЄС зацікавлений у створенні по всьому периметру своїх кордонів смуги політичної і соціальної стабільності та добросусідства, сталого економічного розвитку. В країнах ЄС інститути влади при підтримці громадянського суспільства активно запроваджують цілий комплекс заходів для формування соціальної відповідальності бізнесу, що веде до активізації його участі у вирішенні значної кількості проблем на місцевому й державному рівнях, забезпечує суттєвий внесок бізнесу в стійкий розвиток суспільства.

Першою поширеною формою ТКС в Європі стали єврорегіони. У сучасній Західній Європі, ЦСЄ та ПСЄ їх створено майже дві сотні. Україна теж має певний досвід розвитку ТКС у формі єврорегіонів, що підтверджено чинним законодавством. Так, ст. 1 Закону «Про транскордонне співробітництво» від 24.06.2004 р. № 1861-IV наголошує, що єврорегіон – «організаційна форма співробітництва адміністративно-територіальних одиниць європейських держав, що здійснюється відповідно до двох- або багатосторонніх угод про транскордонне співробітництво» [2, с. 7]. Єврорегіони сприяють поглибленню, посиленню добросусідських взаємин між державами і стали своєрідним інструментом для інтеграції України в структури ЄС. Слід погодитись з думкою інших дослідників участі прикордонних регіонів України у ТКС [1, с. 101] про те, що на сучасному кордоні з ЄС воно відрізняється високим рівнем інституціалізації, оскільки ТКС між прикордонними регіонами і територіями України, Польщі, Угорщини Словаччини і Румунії діє в межах єврорегіонів Карпатського, «Буг», «Нижній Дунай» та «Верхній Прут». І. Студенніков розглядає єврорегіони як форму ТКС між територіальними громадами, місцевими органами влади прикордонних регіонів двох чи більше держав, що мають спільний кордон, спрямованого на координацію взаємних зусиль і узгоджених заходів у різних сферах життєдіяльності відповідно до національних законодавств і норм міжнародного права для вирішення спільних проблем і в інтересах людей, що населяють його територію по різні сторони державного кордону [3, с. 190].

Єврорегіони вже мають в Європі досвід розвитку, але в країнах останніх розширень ЄС їх вважають новими формами ТКС. Нормативно-

правова база їх розвитку – це: Європейська рамкова Конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами чи властями (Мадрид, травень 1980); Додатковий протокол до Європейської Рамкової Конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами чи властями (Страсбург, листопад 1995); Протокол № 2 до Європейської Рамкової Конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними общинами чи властями щодо міжтериторіального співробітництва (Страсбург, травень 1998); Європейська хартія прикордонних і транскордонних регіонів; Європейська Рамкова Конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами чи властями (Гронау, 1981, 1995 рр.).

Конвенція 1980 р. наголошує, що суб'єкти ТКС мають право визначати контекст, форми і межі для здійснення своєї діяльності; не забороняє договірним сторонам залучати за спільною згодою, крім співпраці на договірній основі (типові, рамкові угоди, статuti, договори). й інші форми ТКС [4, с. 3]. В євро регіонах запроваджено низку потужних проектів і програм, що розширюють промислову кооперацію та прикордонну інфраструктуру, розвиток місцевого самоврядування. В євро регіонах з участю України теж створені і діють програми ТКС. Втім, фахівці вказують, що значна частина підписаних на регіональному рівні угод і меморандумів – це швидше протоколи про наміри, констатація взаємного прагнення сторін до налагодження ефективного співробітництва, ніж розробка конкретних планів, програм заходів і механізмів їх реалізації [5]. Основною причиною низької реалізації запланованих проектів зазвичай є відсутність необхідного фінансування з боку держави, а також власних коштів та владних повноважень місцевих органів влади.

Новою формою співробітництва є й транскордонні кластери – географічно близькі групи взаємозв'язаних компаній та асоційованих установ в окремій сфері, з спільними технологіями та навиками [6, с. 258]. Кластерна модель ведення господарства досить поширена в країнах ЄС, поєднує регіональні фактори та сприяє розвитку взаємин між підприємствами в кластері. Кластери у ТКС можуть забезпечити певний рівень виробництва, залучити інвестиції, підвищити ефективність розвитку регіону. Саме при цій формі ТКС найактивніше проявляється діяльність соціально відповідального бізнесу. Втім, в Україні, на відміну від ТКС Польщі, Угорщини, Словаччини та Румунії, кластерна модель ще лишень зароджується, а тому мало розвинена.

Ще одна нова форма розвитку ТКС, в якій активно діє СВБ – Європейські угруповання територіального співробітництва (ЄУТС). Їх створюють для полегшення та сприяння транскордонному, транснаціональному і міжрегіональному співробітництву між членами ЄС з метою зміцнення економічної та соціальної співпраці [7, с. 5].

Функціонування ЄУТС відрізняється від інших форм ТКС низкою особливостей, зокрема: ЄУТС – юридична особа; її учасниками виступають не лише держава, органи регіональної чи місцевої влади, а й громадські організації, інші юридичні особи, що реалізують співробітництво на всіх рівнях регіональної політики ЄС. Попри це, в діяльності ЄУТР, як і інших суб'єктів ТКС, є важливі проблеми правового (тривалий період адаптації нових норм до національного законодавства) й економічного (проблеми фінансування та контролю за наданими коштами) плану.

Наступна нова форма ТКС – Об'єднання єврорегіонального співробітництва (ОЕС) – органи транскордонного чи міжтериторіального співробітництва територіальних громад чи влад двох або більше країн, державних чи приватних юридичних осіб, прибуткових суб'єктів, утворених у країнах-членах, що діють у спільних соціально-політичних інтересах, та асоціацій органів влади. Специфіка ОЕС в тому, що учасниками угруповання можуть бути не лише члени ЄС, а й країни-члени Ради Європи, які не є членами ЄС.

Можна продовжити перелік нових форм ТКС («працюючі співтовариства», «великі регіони», «трикутники росту», «транскордонні промислові зони», «транскордонні інноваційні проекти» тощо) [7, с. 4] і досвід яких, наприклад, накопичено при виконанні Програми «Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна. 2007–2013 рр.», що безперечно може бути корисним для України, втім, незалежно від форми, суть СВБ полягає в наступному – сприяти ТКС, трансформації прикордонних периферійних регіонів в інтегровані, інвестиційно привабливі території, що може дати ефект у вигляді конкурентоспроможного регіону.

У 1998–2004 рр. у чотирьох (Волинська, Львівська, Закарпатська та Одеська) з шести прикордонних з ЄС регіонах України діяли 10 (із 101 в 15 регіонах України) спеціальних правових режимів економічної діяльності заохочувального характеру (СПРЕД): спеціальні економічні зони («Інтерпорт Ковель», «Яворів», «Курортотопіс Трускавець», «Закарпаття», «Рені» і «Порто-франко»), технологічні парки («Яворів» і «Український мікробіологічний центр синтезу та новітніх технологій») та спеціальні режими інвестиційної діяльності на територіях пріоритетного розвитку у Волинській (м. Нововолинськ і с. Жовтневе) та Закарпатській областях. Цим СПРЕД була відведена важлива роль у розвитку співпраці з ЄС, адже об'єктивно вони привабливіші для бізнесу суміжних з Україною країн, через територіальну близькість, багату сировинну і ресурсну базу, відносно дешеву кваліфіковану робочу силу, вигідніші умови економічної діяльності порівняно з загальнодержавним режимом тощо. Діяльність бізнесу в СПРЕД відповідає меті створення, сприяла залученню інвестицій, позитивно впливала на економічні показники регіонів їх розташування. Втім, їх

потенціал сповна не розкрили і не використали через низку суб'єктивних і об'єктивних причин.

Таким чином, у транскордонному співробітництві країн-членів п'ятого і шостого розширення ЄС з'явилися нові форми діяльності, їх специфіка полягає в активізації дій соціально відповідального бізнесу. Для вступу України в європейські структури та плідної співпраці з європейськими партнерами їй необхідно врахувати досвід чинних об'єднань ТКС. Також важливо, щоб серед пріоритетів співпраці України й ЄС певне місце зайняло поступове наближення українського законодавства, норм та стандартів до європейських.

Список використаних джерел:

1. Розширення Європейського Союзу: вплив на відносини України з центральноєвропейськими сусідами / Інститут регіональних та євроінтеграційних досліджень «ЄвроPerio Україна». – К.: «К.І.С.», 2004. – 360 с.
2. Закон України «Про транскордонне співробітництво» // Голос України. – 2004. – 22 липня.
3. Студенников І. Феномен єврорегіонів в контексті методології історико-регіональних досліджень / І. Студенников // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. – Вип. 22–23. – К., 2003. – С. 187–201.
4. Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями від 21.05.1980 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?code=995_106
5. Школа І. Єврорегіон як модель прискореного розвитку прикордонної території в рамках транскордонного співробітництва: досвід Росії / І. Школа, О. Бабінська // Регіональна економіка. – 2003. – № 2. – С. 167–179.
6. Портер М. Е. Конкуренція / М. Е. Портер. – М.: Вільямс, 2005. – 608 с.
7. Розвиток нових форм транскордонного співробітництва. Матеріали круглого столу. 28 квітня 2009 р. / Відп. ред. Мікула Н. А. – Львів, ІРД НАН України, 2009. – 109 с.
8. Мікула Н.А. Транскордонне співробітництво / Н.А. Мікула, В.В. Толкованов. – К.: Крамар, 2011. – 259 с.

Анатолій Вдовічен, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ДИСПРОПОРЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний менеджмент світового господарства характеризується певними особливостями розвитку, а саме: посиленням соціально-економічної нерівномірності між країнами; накопиченням значних диспропорцій у фінансовій сфері; виникненням суттєвих відмінностей у галузевій структурі економічних систем різних країн світу.

Протягом усього ХХ століття ядро світової економіки було репрезентовано країнами світової тріади (США – Японією – ЄС), які завдяки колосальному науково-технологічному та виробничому потенціалу стали основними продуцентами товарів і послуг. Після здійснення багаторічної наступальної експансії у всіх сегментах світового ринку вони контролюють майже 75% міжнародної торгівлі та близько 80% інвестиційних і фінансових потоків.

Саме ці держави мають на сьогодні реальний вплив на кількісно-якісні параметри глобальної економічної системи та

визначають основні тренди світогосподарського розвитку. Тим часом решта країн світу можуть лише «підлаштовуватись» під стратегії їхніх корпорацій, діяльність яких набула глобального характеру і зорієнтована на встановлення тотального контролю за найприбутковішими сферами міжнародного бізнесу, а також монополій на природні, виробничі, технологічні, інформаційні та фінансові ресурси приймаючих країн.

В умовах теперішньої глобалізованої економіки не вдасться жодній країні (а особливо Україні чи будь-якій іншій країні Європи) подолати диспропорції в розвитку економіки без кардинальних, непопулярних, масштабних, структурно-модернізуючих реформаторських управлінських дій. Враховуючи те, що співвідношення між нагромадженням і споживанням значною мірою впливає на темпи зростання виробництва, рівень споживання населення й ефективність суспільного відтворення, можна зробити висновок, що порушення збалансованості пропорції «інвестиційний фонд – фонд нагромадження – фонд споживання» на користь особистого споживання у розвинутих країнах стало чинником, який обмежив їхні можливості у забезпеченні подальшого сталого економічного розвитку, а збільшення обсягів інвестицій за обмеженого особистого споживання у країнах з ринками, що формуються, посилив їхню несприйнятливість до проявів глобальної кризи [3, с.77].

Ми вважаємо, що витоки кризи слід шукати у пропорціях, які характеризують сформовану в останні десятиліття структуру грошей та співвідношення повноцінних і неповноцінних грошей (квазігрошей). Приватний капітал завжди чутливо реагує на загрози економічної та політичної стабільності, і коли такі загрози реально виникають, засобом свого збереження він обирає різноманітні зарубіжні вкладення. Втеча капіталу обумовлює не тільки втрати певної країни, а також є чинником, який дестабілізує фінансові системи інших країн. Зокрема, наплив «гарячих грошей» може мати інфляційні наслідки, призвести до зростання курсових і кредитних ризиків у країні, в яку вони спрямовуються, та стати причиною порушення рівноваги й економічної стабільності у світі (приклад – Україна).

Існує думка, що до 2025 року азіатський глобалізм як система стане сильнішим, ніж євроатлантичний глобалізм, і цілковито пануватиме в «незахідній» частині світу. Глобальна американізація наражатиметься на дедалі більший опір. На цьому тлі відносно посиляться європейський глобалізм Євросоюзу. Поєднання сил євроатлантичного (американського), азіатського та європейського глобалізму сприятиме загальному посиленню системи глобалізму і перетворенню його в нову суспільно-політичну формацію. Процес глобалізації стане безупинним, а його наслідки (як позитивні, так і негативні) – незворотними. За цим сценарієм, глобалізація доведе загальносвітову консолідацію вже у

2050–2080 рр. до рівня, що передбачає форсовану, силову глобалізацію зі створенням глобальних наддержавних органів під керівництвом авангардних «глобальних» країн і перш за все на це місце претендуватиме США. Зауважимо, що США, вимагаючи «свободи глобального ринкового простору», самі не поспішають глобалізуватися, займаючи за рівнем глобальної залежності та глобалізації своєї економіки одне з останніх місць у світі з показником лише у 10–12% [1, с.7–10].

Посилення економічної глобалізації, на думку «глобалізаторів», неминуче приведе до політичної глобалізації, яка обов'язково спричинить створення «світового уряду», метою якого буде «будівництво нової глобальної світової структури», тобто глобальної держави для глобалізаторів, відповідно, зі своїм менеджментом. Недаремно європейські теоретики контрглобалізму виступають проти силової глобалізації і вважають, що саме національні стратегії і політики, а не «невидима рука глобального ринку» визначатиме економічний розвиток світу.

Теорія глобалістики і майбутня політична економія глобалізму, як нового суспільно-політичного ладу, повинні виходити із необхідності поєднання існуючої влади ТНК із пріоритетною владою національних держав, які, можливо, і об'єднані в різноманітні союзи. На Заході Китаю може протистояти Європейський Союз разом зі США, але за умови, що ЄС успішно реалізує глобальні стратегії, які у нього вже назріли. Зараз Євросоюз приблизно рівний світовому гегемону, тобто США, у торговій і валютній сферах. Глобальна стратегія ЄС полягає в тому, щоб трансформувати однополюсний світ США у складнішу та прийнятнішу структуру. Євросоюз ще повинен проявити себе у сфері економіки і глобальної безпеки. Але глобальна стратегія Євросоюзу різко відрізняється від американської, оскільки не вимагає для себе гегемонії над світом. Європа більше не вважає себе Центром світу. Вона хоче бути центром людського розвитку і прогресу.

Отже, процес глобалізації став логічним продовженням світових господарських зрушень що відбувались на зламі століть і характеризується, насамперед, змінами в динаміці світової економічної системи. На зламі тисячоліть економічний розвиток загалом, а також господарське життя окремих країн і регіонів суттєво модифікувалось, зазнаючи впливу нових чинників – виникнення нових виробничих, транспортних та комунікаційних технологій, небачених у минулому форм організації й управління (укрупнені міжнародні корпорації), з одночасним загостренням конкуренції. Виник інтегрований глобальний ринок як цілісність всепланетарного обсягу. Процес глобалізації надзвичайно прискорив темпи інновацій і виявив необхідність створення гнучких ринків праці, товарів, капіталу, зміну існуючих принципів регулювання та управління. З-під контролю виходять функції

щодо національного регулювання своїх економік. Жорстка і глобальна конкуренція підриває ефективність моделей соціальної орієнтації, загострюється проблема пошуку «вільної ніші» в новій системі міжнародного поділу праці. Такі зміни чинять значний вплив на фінансову сферу, де масові і швидкі міжнародні переливи позичкового капіталу порушують рівновагу в цій сфері і породжують різноманітні кризові ситуації. Як правило, серйозні фінансові негаразди у тій чи іншій національній економіці досить швидко переміщуються («інфікують») на інші країни.

Диспропорції світового розвитку і передусім нерівномірність розвитку центру та периферії знайшли свій прояв у найбільш чутливій сфері – сфері кредиту і фінансів. В умовах зростаючої відкритості економік такого роду потрясіння та кризи наносять збитки навіть тим країнам, які безпосередньо не втягнені у даний процес. Порушення всієї системи економічних відносин стало закономірним результатом посилення таких диспропорцій у розвитку світового господарства, як: асинхронність розвитку та дедалі більший відрив фінансової сфери від реального сектору економіки; нестійкість співвідношення між нагромадженням і споживанням, зростання дисбалансів між обсягами заощаджень та інвестицій; зміна спрямованості та структури транскордонних потоків капіталу; тривала незбалансованість рахунків поточних і капітальних операцій.

Тому перед світовою спільнотою все гостріше постає проблема вдосконалення механізмів і методів колективного регулювання світогосподарських процесів – пошук принципово нової, наддержавної моделі регулювання глобальних економічних процесів. На сьогодні існує декілька підходів щодо реформування та реструктуризації світового глобального економічного простору. Серед них два найбільш домінуючих. Перший базується на побудові центр-периферійної моделі, яка передбачає федеративний розвиток світу. Другий в основу ставить лібералізаційні тенденції у валютно-фінансовій сфері. Формування комплексної моделі регулювання стане одним із основних завдань світового співтовариства в XXI столітті.

Список використаних джерел:

1. Білорус О. Політична економія глобалізму і проблеми структурної модернізації національної економіки / О. Білорус // Дослідження міжнародної економіки: збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 2 (67). – С.3–26.
2. Вдовічен А.А. Роль світової тріади в диспропорційному розвитку глобальної економіки // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. – Вип. IV (52). Економічні науки. – С. 49–59.
3. Солодовнік О.О. Диспропорції розвитку зовнішнього середовища корпоративного сектору економіки України // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №7 (109). – С. 73–80.
4. Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія / [Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артьомова Т.І. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук Л.В. Шинкарук; НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2011. – 696 с.

Анатолій Гуменюк, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖНАРОДНОЇ І НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

В умовах глобалізації світового господарства актуальною є проблема співвідношення національної економічної безпеки та міжнародної конкуренції. У міжнародних економічних відносинах домінянтою є конкурентоспроможність національних виробників. Відповідно, актуалізуються питання забезпечення національної безпеки. Зміст національної безпеки розглядається, виходячи з національно-державних інтересів, національної ідеї, взаємозв'язку державної та економічної безпеки країни, як система різноманітних підсистем. Всі елементи структури національної безпеки тісно взаємопов'язані і доповнюють один одного: кожен з видів національної безпеки може досить яскраво проявитися у сфері дії іншого, доповнюючи або послаблюючи його вплив. Оскільки економіка – це одна із життєво важливих сторін діяльності суспільства, держави й особи, то базисом національної безпеки залишається економічна безпека.

Економічна безпека, яка проявляється у сферах впливу інших видів національної безпеки, проникаючи в них і взаємодіючи з ними, своєю чергою акумулює їхню дію, залишаючись одночасно базисом національної безпеки. Категорію «економічна безпека» можна розглядати у функціонально-структурному сенсі, тобто як сукупність взаємопов'язаних підсистем безпеки, які відображають функціонування окремих сфер економічної системи держави. На нашу думку, до них відноситься інвестиційна, фінансова і зовнішньоекономічна безпека, які впливають на стан національної безпеки загалом.

Один з напрямів досліджень у сфері економічної безпеки пов'язаний з пошуком умов безпеки міжнародних відносин. Тут певний інтерес представляють роботи таких авторів, як: Х.Беренс, Дж.Голден, В.Загашвілі, Т.Ілген, Р.Келлі, П.Ноак, Х.Мауль, Л.Олвей, М.Портной, К.Самсонов, К.Холсті. До конкретних аспектів регулювання міжнародних відносин, які безпосередньо стосуються економічної безпеки, відносяться проблеми вирівнювання платіжного балансу (Л.Олвей, Р.Келлі), стабілізації валютної системи (Т.Ілген), модернізації міжнародної торгівлі (Х.Мауль), розв'язання боргових зобов'язань і ліквідації їх наслідків (П.Кернер).

Міжнародні політичні конфлікти різною мірою впливають на національну економіку, і їхній вплив залежить від економічного потенціалу країни. Такий вплив і його результати розглядаються в роботі К.Холсті «Панування політики, зовнішня торгівля як частина національної політики безпеки» [1, с. 653]. Він дотримується думки, що економічні інтереси переважно підпорядковані політичній стратегії, а це, своєю чергою, веде до неоптимальних економічних зв'язків. При цьому для малих країн, на відміну від економічно розвинених, безпека торгівлі

стає критерієм національної безпеки. У міру становлення економічних відносин і зміцнення довіри між партнерами, вплив економічних чинників посилюється і з'являється тенденція виходу торгівлі з підпорядкування вимогам національної безпеки. К.Холсті вказує на тенденцію роз'єднання політики й економіки із зміцненням довіри партнерів. Щодо впливу протекціонізму на національну безпеку відзначається його непродуктивна роль, яка послаблює систему міжнародних економічних відносин і після досягнення певного рівня потребує стабільності. Таким чином, поняття «міжнародна безпека» означає захищеність міжнародної системи від усього спектру загроз – від військових конфліктів до гуманітарних катастроф.

Пошук критеріїв оптимального співвідношення автономії, як дотримання національних інтересів і взаємозалежності, здійснений Т. Ілгеном у праці «Автономія і взаємозалежність: валютні і торгові відносини між США і Західною Європою, 1958–1984 рр.» [2, с.56]. Світове господарство й економічні відносини досліджуються в динаміці, що дозволяє зробити висновок про те, що посилення взаємозалежності є причиною модифікації правил і процесів міжнародного обміну. Чинником загроз безпеці у сфері міжнародних відносин стає не лише надмірна автономія, але і жорстка зовнішня політика, в умовах якої взаємозалежність набуває деформованих штучних форм або формується «вибухонебезпечний» для економічної безпеки потенціал.

Х.Беренс і П.Ноак у праці «Теорії міжнародної політики», розглядаючи загальні питання ролі і місця економічної безпеки, аналізують суть міжнародної взаємозалежності [3, с. 79]. Доведено, що коливання балансу взаємозалежності мають довгострокові наслідки, порушуючи економічну безпеку окремих держав та міжнародної системи загалом. Оцінка різних форм і типів взаємозалежності дозволяє запропонувати ідеальний тип теоретичної взаємозалежності, в основу якого покладений примат невійськових проблем світової спільноти, а чинником сили в міжнародних відносинах стає володіння економічними ресурсами.

Зазначимо, що з 80-х років минулого століття концепція взаємозалежності набула поширення в зарубіжних дослідженнях, присвячених проблемам безпеки міжнародних економічних відносин. Концепція взаємозалежності частково характеризує процес інтернаціоналізації світового господарства, а частково – посилення дії однієї держави на іншу. Реально визнано, що жодна держава не може діяти абсолютно незалежно від інших при розробці зовнішньополітичних рішень. Зростання взаємозалежності як відображення процесу поглиблення інтернаціоналізації світових господарських зв'язків є прогресивним, але соціально-політичні відмінності систем формують межі взаємозалежності й обумовлюють негативні наслідки її розвитку в контексті національної безпеки держави.

Ці питання знайшли відображення в праці Л. Олвея, Дж. Голдена і Р. Келлі, де розглядаються міжнародні аспекти економічної теорії національної безпеки, оцінюється взаємозв'язок зростання вразливості національної економіки залежно від розподілу ресурсів, спеціалізації виробництва, структури і напрямку товарних і капітальних потоків [4, с.259]. Автори вказують, що розвиток міжнародної спеціалізації посилює економічну взаємозалежність. Поєднання вигод від спеціалізації з охороною макросистеми від зовнішніх шоків залишається центральною проблемою розвитку у 80-х роках ХХ ст. Останніми роками простежується тенденція відмови від вигод вільного обміну обмеження ризиків нестабільності національної економіки. Саме ризик, пов'язаний із збільшенням економічної взаємозалежності, є результатом специфічних економічних наслідків зростання рівня «відвертості» економіки. Л. Олвей та інші наголошують, що «... взагалі не може бути і мови про вільний ринок, коли створюється загроза зайнятості або дуже високі витрати пристосування для окремої країни. Неможлива повна інтеграція фінансового ринку, оскільки це обмежує можливості досягнення національної політичної мети» [4, с.117, 298]. Класичним аргументом на захист взаємозалежності є те, що інтеграція ринків сприяє розвитку спеціалізації та ефективності торгівлі. З іншого боку, інтеграція ринків знижує можливості державного контролю над національною економікою і спричиняє витрати пристосування. Співвідношення витрат-вигод для кожної окремої країни визначає тип рівноваги торгівлі. Великі вигоди і збалансована вразливість відповідають рівновазі вільної торгівлі. Незначні вигоди і незбалансована уразливість спричиняють рівновагу протекціонізму. При цьому автори скептично ставляться до перспектив посилення взаємозалежності для підвищення ефективності економіки і пов'язують високий рівень взаємозалежності з необхідністю загальної безпеки як засобу колективного захисту від шоків, які в неконтрольованому порядку спричиняють загрози економічній безпеці. Таким чином, стратегія безпеки полягає в створенні позитивного і незворотного процесу співпраці для загальної життєздатності. Чим більш розвинений і незворотний процес співпраці за загальне виживання, тим вищий рівень загальної безпеки. Узагальнюючи вказані теоретичні положення, відзначимо, що під міжнародною економічною безпекою зарубіжні автори розуміють систему правил і угод, заснованих на взаємній довірі і рівності, що створюють економічні й інституційні умови міцного миру.

Список використаних джерел:

1. Holsti K. Politics in command: Freign trade as national security policy // International organization. – Madison. – 1986. – Vol. 40, №3. – Pp. 643–671.
2. Ilgen Th. Autonomy and Independence: US – Western Europe an monetary and trade relations, 1958–1984. – Totowa (N.Y.), 1985. – 166 p.
3. Беренс Х. Теории международной политики / Х. Бернс, П. Ноак // Вопросы экономической безопасности в зарубежной литературе; под ред. Борко Ю. А. – М.: Академия наук СРСР, 1998. – Т. 1. – С. 74–84.
4. Olvey L., Dolden J., Kelly R. The economics of national security. – N.Y.: Wayne, 1984. – 404 p.

Elena Zamcu, PhD,

Ștefan cel Mare University, Suceava, Romania

CLUSTERS AND CREATIVE INDUSTRIES FINANCING INSTRUMENTS IN THE CROSS BORDER AREAS

According to Michael Porter, a cluster is a geographic concentration of interconnected businesses, suppliers and associated institutions in a particular field [1]. Clusters are considerate to increase the productivity with which companies can compete, nationally and globally.

In the context of current economy, of globalization, of high competition, the companies must be creative, must develop more services, more products, to come with something new on the market. That's way creative industries are a necessity.

The creative industries recognized as 11 big domains [2], like advertising, handmade, arts, design, software, electronic publishing, etc., use the creativity and the talent of people to create jobs and generate wealth through the production and exploitation of creativity, intellectual work and ideas that intellectual property.

The government and the European Union are aware of importance of clusters and creative industries, they regulated this (2006) and they named competitiveness poles. In our opinion this was the beginning of take in consideration the importance of innovative industries and the start to encouraging public-private partnership, at least in Romania.

Romania, as a member of European Union, has access to grants for financing clusters and innovative industries. If we analyze the financing possibilities in these two domains, we can identify [7]:

- Facilitation policies – directed to create a microeconomic environment for development and innovation;
- Traditional framework policies – policies for SMEs and industry, policies for research and innovation, regional policies;
- Development policies – centered to create and develop a specific type of clusters in order to strengthen a particular economic sector. This category is only aimed directly issue clusters.

Starting from the definition of cluster, as a geographic concentration of interconnected businesses, suppliers and associated institutions in a particular field, and taking in consideration all the common past, the good collaboration between Ukraine and Romania, we consider that creating a bilateral cluster can develop the cross border area and generate wealth. On clusterobservatory.eu website, the official barometer of European Commission for clusters, are registered 8 clusters in Romania and another 7 in Ukraine in creative and cultural industries [4].

About possibilities of financing this kind of activities, the applicants could use Operational Programme for Cross Border Area Romania – Ukraine – Moldavia, Priority 1 – Towards a more competitive border economy, Measure 1.1. – Improving the productivity and competitiveness of the

region's urban and rural areas by working across borders [3]. On this measure, cross border area clusters could identify and develop cluster networks between similar SMEs for elaborate strategies, exchange of know-how, expertise and promoting the activity of members. Another possibility is Seventh Framework Programme [6], a € 126 million programme, named also and the 'Regions of knowledge' initiative. The aims is to strengthen the research potential of European regions, in particular by encouraging and supporting the development, across Europe, of regional 'research-driven clusters', associating universities, research centers, enterprises and regional authorities.

In this moment, there are open 4 calls for proposals and suitable participants would be 'Consortia of Regional research driven clusters or a single research-driven cluster having multinational partnership' - concentrations of research organizations (public research centers, universities, not-for-profit bodies), enterprises (large firms, SMEs), regional or local authorities (local government, regional development agencies) and where appropriate local entities such as chambers of commerce, savings banks and banks, operating in a particular scientific and technological domain or economic sector.

In the context of developing the relations between Ukraine and European Union, we hope that some kind of project will be finance thought the grants offered in the next period (2014 - 2020).

From our point of view, an idea for a project that may be financed by a cross border area programme involves young people. A cluster between universities from Suceava and Cernivtsi, between public bodies that encourage the innovative spirit of young's, can be created. Young people are interested in the future economic development of their country; they care about promoting their ideas, they are innovative. Creating a network between young from Ukraine and Romania of best practices and innovative ideas in the purpose of know-how exchange is vital for promoting creative industries and for making a cluster to achieve it's goals.

After we analyzed the structure of clusters from the both countries, we noticed that innovation in advertising and cultural fields there are not present. That's way, we think that a cluster in one of these fields may represent an advantage for obtaining funds.

An example of functionally cluster from Romania in innovation industries is NEW MEDIA from Iasi [5]. The objectives of this cluster are attracting a total of 50 companies, participations to international trade fairs, organizing conferences in Romania. The fields of this cluster are training, networking, transfer of know-how, lobby and international exchange of good practices. Main markets targeted are Romania, USA and European Union. In 2012, annual turnover of the cluster was in amount of 84.460.709 lei, the number of companies 28, the employees 276 and patents (trademarks, industrial designs) 45.

In this paper, we tried to realize a short presentation of clusters and creative industries in the cross border area Ukraine – Romania and some possibilities for financing them. Even if, Ukraine is not a European Union member, they have access to grants. Also, we identify two creative industries fields that should be used to access European money (advertising and culture) and we pointed that innovation is specific for young people.

Selected bibliography:

1. The competitive advantage of Nations, Michael Porter, 1990
2. Department of Culture, Media and Sport, UK, 2001
3. www.brctsuceava.ro
4. www.clusterobservatory.eu
5. www.clustero.eu
6. www.cordis.europa.eu
7. www.fonduri-structurale.ro

Наталья Затолгутская, к.э.н.

УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ СИСТЕМЫ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Глубина и продолжительность рецессии в региональных экономических системах активизируют поиск эффективных способов развития региональных систем после выхода из кризиса. В качестве одного из таких инструментов активизации развития экономической системы страны рассматривают кластеры.

Под кластером (англ. cluster) понимается сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков): поставщиков продукции, комплектующих и специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом [1].

Конкурентоспособность страны следует рассматривать через призму международной конкурентоспособности не отдельных ее организаций, а кластеров – объединений организаций различных отраслей, эффективно использующих внутренние ресурсы.

Для всей экономики государства кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка, в результате чего увеличивается международная конкурентоспособность страны.

Кластерная форма организация приводит к созданию особой формы инновации – «совокупного инновационного продукта». Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных научных и технологических изобретений,

а определенную систему распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является формирование устойчивых связей между участниками кластера. В ряде стран в последние десятилетия приобрели значение эффективные «кластерные стратегии», которые строятся на центрах деловой активности, правительство концентрирует усилия на поддержку существующих кластеров и создание новых сетей компаний, ранее не контактировавших между собой. Государство при этом не только способствует формированию кластеров, но и само становится участником сетей. Кластерные стратегии широко используются в странах Европы.

Например, в Германии с 1995 года действует программа создания биотехнологических кластеров Bio Regio. В Великобритании правительство определило районы вокруг Эдинбурга, Оксфорда и Юго-Восточной Англии как основные регионы размещения биотехнических фирм. В Норвегии правительство стимулирует сотрудничество между фирмами в кластере «морское хозяйство» [2].

Таким образом, несмотря на различность подходов, большинство стран Европы выработало для себя ту или иную кластерную систему. Рассмотрим существующие виды кластеров, на комбинациях которых базируется выбор той или иной кластерной стратегии (таблица 1).

Таблица 1

Виды кластеров и их характеристика

Виды кластеров	Характеристика кластеров
1. Географический	Построение пространственных кластеров экономической активности, начиная от сугубо местных.
2. Горизонтальный	Несколько отраслей (секторов) могут входить в более крупный кластер.
3. Вертикальный	В кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно определить инициатора и конечного исполнителя инноваций в рамках кластера.
4. Лотеральный	В кластер объединяются разные секторы, обеспечивающие экономию за счет эффекта масштаба, приводящую к новым комбинациям (мультимедийный кластер).
5. Технологический	Совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией.
6. Фокусный	Кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ или учебного заведения.
7. Качественный	Существенен вопрос не только о действительном, но и качественном сотрудничестве фирм.

Источник: [1]

В настоящее время в России и Украине существует пока еще «хрупкая» система кластеров. Так, в России кластерный подход используется при разработке региональных стратегий развития. Например, в Санкт-Петербурге с 2000 года выполняется совместный российско-финский проект «Долгосрочная стратегия развития Санкт-Петербурга».

В Украине с 1998 года реализуется программа «Подолье Первый», в рамках которой в Хмельницкой области созданы и действуют первые

региональные кластеры: кластер швейных предприятий, кластер строительных компаний и производителей стройматериалов и др.

Однако у этих стран еще недостаточно отлажена система взаимосвязей и такой подход требует полной перестройки аппарата государственного управления, изменения менталитета местных властей, требует другого среза информации о состоянии дел в экономике: не по отраслям, а на уровне отдельных рынков и компаний [3]. Поэтому такой подход еще не рассматривается на государственном уровне этих стран.

Касаясь развитых государств, то здесь использование кластерного подхода к управлению экономикой уже имеет определенную историю. Так, полностью кластеризованы финская и скандинавская промышленность, в США больше половины предприятий работают по такой модели производства: предприятия кластера находятся в одном регионе и максимально используют его природный, кадровый и интеграционный потенциал. Ключевые промышленные кластеры Германии (химия, машиностроение) и Франция (производство продуктов питания, косметика) сформировались в 50-60-е годы прошлого столетия, где в результате взаимодействия целых групп отраслей внутри кластеров способствовало росту занятости, инвестиций и ускорило распространение передовых технологий в национальной экономике.

Важной отличительной чертой кластера является его инновационная ориентированность. Наиболее успешные кластеры формируются там, где осуществляется или ожидается «прорыв» в области техники и технологии производства с последующим выходом на новые «рыночные ниши». В этой связи многие страны активнее используют кластерный подход в формировании и регулировании своих национальных инновационных программ. Инвестирование в технологии – это инвестирование в будущее любой страны. При этом особое внимание уделяется определению и поддержке тех инноваций, которые обеспечивают долговременное развитие бизнеса.

Кластерные инструменты используются в целях внутренней активизации развития региональных экономических систем и формирования специальной территориальной инфраструктуры, позволяющей обеспечить потребности совместной эволюции взаимодействующих друг с другом и функционально совместимых экономических субъектов [4].

Таким образом, кластерный подход служит основой для конструктивного диалога между представителями предпринимательского сектора и государства. Он позволит повысить эффективность взаимодействия частного сектора, государства, торговых ассоциаций, исследовательских и образовательных учреждений в инновационном процессе.

Список использованных источников:

1. Длугопольский, О. «Кластерна модель розвитку промислового виробництва регіону як фактор ефективних структурних реформ» // «Економічний Часопис XXI, № 2, 2003.
2. Портер, М. Міжнародна конкуренція. – М., Міжнародні відносини, 1993.
3. Разуваев, И.Г. Особенности взаимодействия финансового и интеллектуального капитала в российской экономике: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.01.- Самара, 2007. – 24 с.
4. Мигранян, А. А. «Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров».- Интернет ресурс: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3.a15/html>.

Оксана Иванова,

Филиал ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»,
г. Камень-на-Оби, Российская Федерация

**ИННОВАЦИОННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР,
КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

В условиях динамичного развития инновационной экономики образование становится одним из важнейших факторов устойчивого развития общества и конкурентоспособности региона. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р) определена «Стратегическая цель государственной политики в области образования – повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина».

Особая роль в инновационном развитии регионов принадлежит государственным классическим университетам, исполняющим роль интеграторов профессионального образования, науки и культуры региона. Именно классический университет, находящийся в центре единого образовательного пространства региона выполняет не только образовательную миссию, но и является важнейшим социальным институтом, который может быть использован для формирования инновационной инфраструктуры региона и оказывать влияние на развитие региональной экономики.

Поэтому ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» уделяет большое внимание разработке стратегии взаимодействия с образовательными учреждениями Алтайского края и работодателями, активно прорабатывает формы сотрудничества с данными учреждениями с целью повышения качества подготовки специалистов.

В настоящее время наблюдается образовательная миграция молодежи за пределы Алтайского края. По нашим данным из г. Камень-на-Оби для обучения за пределы Алтайского края в 2010 г. - уехали 43% выпускников, в 2012 г. - 45%, а в 2013 г. - уже эта цифра составила 47%. После окончания вузов, как правило, молодежь не возвращается домой.

Согласно инициативе АлтГУ летом 2012 г. было подписано соглашение между Главным управлением образования и

молодежной политики Алтайского края, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» и КГБОУ СПО «Каменский педагогический колледж» о создании инновационного образовательного кластера в г. Камень-на-Оби с целью обеспечения доступности качественного профессионального образования.

В инновационном развитии непрерывной системы профессионального образования наиболее важным является кластерный подход на основе партнерства и сотрудничества, взаимодействия и диалога между заинтересованными субъектами: образовательными учреждениями, работодателями, органами управления, общественными организациями. Одной из форм сотрудничества является создание образовательных кластеров в регионах.

Необходимость обращения к кластерному подходу объясняется преимуществами кластера как организационной формы объединения усилий заинтересованных сторон в целях повышения эффективности региональной системы профессионального образования.

Отличительными чертами инновационного образовательного кластера являются следующие возможности: предоставление обучающимся многоуровневого образования (среднего, среднего профессионального, высшего, послевузовского); более комфортные условия для коммерциализации научно-технических разработок (трансфера знаний); формирование единой методологии профессионального образования; раскрытие индивидуальных творческих способностей обучающихся. С точки зрения региональной составляющей, инновационный образовательный кластер может быть ориентирован на сохранение единого образовательного пространства с одновременным учетом специфики отдельных регионов.

Изучение зарубежного и отечественного опыта показало, что для оптимизации деятельности учреждений профессионального образования необходимы: высокий уровень компетентности педагогического состава, интеграция профессионального обучения с наукой и производством, участие работодателей в разработке стандартов образования и в оценке качества подготовки специалиста. Важными отличительными чертами инновационного образовательного кластера являются - создание условий для формирования специалистов с различным уровнем профессионального образования, поднятие престижа высококвалифицированных рабочих профессий, интеграция образования с наукой и производством.

Согласно Положения об инновационном образовательном кластере определены основные цели:

- Создание системы сетевого взаимодействия участников образовательной деятельности Каменского образовательного округа и АлтГУ в целях повышения качества образования.

- Развитие инновационной деятельности на основных ступенях муниципальной системы образования в условиях взаимодействия начального общего, основного общего, среднего (полного) общего, среднего и высшего профессионального образования, дополнительного образования.

- Эффективная интеграция потенциала среднего и высшего профессионального образования, общеобразовательных учебных заведений, нацеленная на развитие инновационной деятельности, повышение экономической эффективности и качества образования.

- Развитие новых методов и форм образовательной деятельности, подготовка и оптимизация образовательных стандартов, программ, учебников и учебных пособий нового поколения; определение новых перспективных направлений подготовки: дистанционное, опережающее обучение.

- Расширение научно-технического сотрудничества с учебными заведениями и фирмами регионального и федерального уровня, зарубежных стран с целью расширения участия в национальной и мировой системе науки и образования.

Уже сейчас можно подвести предварительные итоги нашей совместной деятельности. В рамках образовательной и научно-исследовательской деятельности проведено 3 научно-практические конференции с участием студентов всех профессиональных учебных заведений и учащихся всех школ города. По итогам двух конференций были изданы сборники материалов. Преподаватели получили возможность выступить со своими проектами на конференциях и опубликовать свои работы. Разработан проект и подана заявка на грант в Российский гуманитарный научный фонд. Проведено 5 мероприятий в рамках реализации гранта в сфере содействия развитию молодежного предпринимательства на территории Каменского управленческого округа.

Разработаны интегрированные учебные планы по профильным специальностям, которые позволяют выпускникам СПО продолжить обучение по индивидуальному учебному плану с сокращенным сроком обучения по очной или заочной форме.

В филиале АлтГУ в г. Камень-на-Оби совместно с предприятиями и организациями разработаны образовательные программы для каждого уровня подготовки. В рецензировании основных образовательных программ принимали участие Администрация города, Каменское отделение ОАО Сбербанк России, ОАО Россельхозбанк, ООО «Совкомбанк», ООО ВТБ 24, отдел № 60 Управления Федерального Казначейства по Алтайскому краю.

Происходящая реформа высшего образования предполагает очень тесную взаимосвязь между организацией образования и будущим трудоустройством выпускников. Филиал АлтГУ в г. Камень-на-Оби

отличает тесное взаимодействие с работодателями: участие в учебном процессе практических работников (чтение лекций, практических занятий, проведение конкурса профессионального мастерства, участие в качестве экспертов в научных конференциях); прохождение производственной практики; участие руководителей предприятий в проведении итоговой государственной аттестации выпускников; выполнение ВКР по заявкам работодателей (в 2013 г. – 20%) Выполнение таких работ осуществляется с использованием материально-технической базы предприятий и с участием представителей предприятий; трудоустройство.

В профессиональном образовании кластер рассматривается как конструктивное взаимодействие разноуровневых учебных заведений с субъектами рынка труда и рынка образовательных услуг с целью удовлетворения интересов всех взаимодействующих сторон.

С целью использования потенциала каждого субъекта кластера, обозначены перспективы развития: организация целевой подготовки специалистов в конкретных областях по заказам предприятий; курсы повышения квалификации; совместное выполнение научно-исследовательских работ; разработка инновационных проектов, с привлечением лучших преподавателей и перспективных студентов; создание кадрового резерва из выпускников образовательных учреждений г. Камень-на-Оби; формировании на базе филиала стажировочной площадки для педагогов Каменского образовательного округа; организация работы по созданию профильных классов в школах города.

С учетом взаимного интереса всех участников - субъектов рынка образовательных услуг, качественное профессиональное образование сегодня становится одной из важных сфер образовательного кластера.

Мар'яна Микитюк,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СВІТОВИЙ ДОСВІД КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Інтеграція країни у світову економіку залежить від рівня її національної конкурентоспроможності, економічного зростання в умовах динамічних змін у науці та технологіях, активізації інноваційної діяльності, створення сприятливого інноваційного клімату, постійного розвитку ринкових механізмів господарювання.

Економіка, що формується на основі кластерів, – це модель конкурентоспроможної та інвестиційно привабливої економіки, що забезпечує високий рівень та якість життя населення. Необхідність інвестування кластерів пояснюється тим, що процеси інновації

вимагають ресурсів і компетенції, які перебувають часто за межами окремо взятої компанії [4, с. 331–332].

За М. Портером, кластер – це група фірм чи галузей, взаємопов'язаних між собою та з фірмами, які географічно сконцентровані у певному місці, діють у певній сфері та взаємодоповнюють одна одну.

У кластері підприємства мають можливість отримати додаткові переваги, здійснюючи внутрішню спеціалізацію, стандартизацію, мінімізуючи витрати на впровадження інновацій. З'являються сприятливі можливості для упровадження інновацій без загрози жорсткої конкуренції. Понад те, у кластері найбільш конкурентоспроможні компанії передають по технологічному ланцюгу іншим його суб'єктам свої конкурентні переваги [2, с. 4].

Основна мета кластера – підвищити внутрішню та міжнародну конкурентоспроможність його членів за рахунок комерційного й некомерційного співробітництва, наукових досліджень та інновації, освіти, навчання і заходів політики підтримки.

Відмінність кластерів від інших типів об'єднань підприємств полягає у налагодженні між підприємцями та представниками інфраструктурних організацій партнерських та ділових взаємин щодо реалізації спільних проєктів членами кластера.

Кластери, на думку науковців і фахівців, є одним з інструментів забезпечення конкурентоспроможності країн у світовому господарстві, що підтверджують і дані Європейської Комісії. Так, 24% обстежених кластерів було віднесено до світових лідерів, 37% – до національних лідерів і ще 24% – до економічних суб'єктів із сильною конкурентоспроможністю. Тільки 3% кластерів було охарактеризовано як економічні суб'єкти із слабкою конкурентоспроможністю.

Сучасний закордонний досвід свідчить про те, що кластерний підхід у всьому світі визнається як надійний спосіб підвищення конкурентоспроможності регіональних та національних економік. Наслідком створення кластеру стає вдосконалення виробництва, збільшення кількості малих та середніх підприємств і зростання конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та світових ринках.

Загалом, як оцінюють експерти, зараз кластеризацією охоплено вже більш 50 % існуючої економіки провідних країн світу. Стратегія формування цих мережевих структур у країнах Заходу – це частина концепції «Третього шляху», що стало їх відповіддю на виклики глобалізації щодо формування світового вільного ринку. Ключовою формулою цієї концепції є формування громадянського суспільства, здатного поставити під контроль державу і бізнес. Так, за твердженням ОЕСР, понад 61% промислової продукції США вироблялось в рамках 380 кластерів, що консолідували діяльність як великих, так і малих фірм, які

забезпечували робочими місцями 57% працездатного населення США.

У розвинених країнах Європи та США кластери формувалися переважно природним шляхом, набагато раніше і в принципово іншому економічному середовищі. Відтак, на сучасному етапі розвитку європейська політика підтримки кластерів спрямована не на становлення нових, а на розвиток найбільш перспективних з вже існуючих кластерів, створення кластерів світового класу, міжкластерних об'єднань та їх інтернаціоналізацію.

У той же час великі (США) і середні (Великобританія, Франція) економіки країн світу, що містять значно більшу кількість кластерів у своїх регіонах, не мають такого значного впливу кластерів на зростання національних економік.

У низці країн світу (США, Канаді, Німеччині, Великобританії) механізмом реалізації кластерної політики в регіональному розвитку є цільові й регіональні програми, спрямовані на подолання депресивності розвитку територій або впровадження інноваційних наукомістких технологій. В інших країнах кластерний підхід до розвитку національних економік знайшов відбиття в спеціальних ініціативах і програмах. Так, організація «Центральна Європейська Ініціатива», що поєднує 17 держав, розробила принципи кластеризації для чотирьох країн Вишеградської групи [1, с. 4–6].

Як показують дослідження, найбільші кластери або такі, що мають у своєму складі найбільшу кількість індустрій чи зв'язків з різними установами, частіш за все є найбільш ефективними. Прикладами таких міцних міжнародних кластерів, які розвиваються і розширюються, є угруповання у Лондоні та на Південному Сході Англії.

Обов'язком кожної країни – члена ЄС є реалізація національної програми кластеризації економіки. Поширеність кластерних стратегій вельми нерівномірна між країнами; різна і практика їх здійснення. Далеко не завжди використовуються одні і ті самі поняття, але більшість країн Європи виробила для себе ту чи іншу кластерну стратегію. Така стратегія існує в Данії, Нідерландах, Бельгії. Канада, Франція й Італія можуть бути прикладами країн, де здавна практикується своєрідна кластерна стратегія.

Вже повністю охоплені кластеризацією господарські комплекси Данії, Фінляндії, Норвегії, Швеції, економіки яких вважаються найбільш конкурентоспроможними в світі. Ефективність кластеризації економіки підтверджена великою кількістю прикладів.

Кластеризація промисловості в країнах Східної Європи підтримується спеціальною програмою ЄС, принципи якої – відкритість, прозорість, інноваційність.

Країни, що розвиваються, за останні 20 років перейшли від політики протекціонізму, елементів соціалістичного централізованого планування до трансформації своїх економік на основі кластерів. Особливої уваги

заслугує досвід Індії, Китаю в піднесенні науково-технічного прогресу.

Таким чином, як показує світова практика, функціонування найбільш ефективних економічних систем, високу конкурентоспроможність і стабільне економічне зростання забезпечує виважена промислова політика держави на основі кластерного підходу, що стимулює комплексне використання територіями свого соціально-економічного потенціалу та сучасних концепцій інноваційного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Загорський В. С. Кластеризація економік країн світу: досвід і проблеми / В. С. Загорський, М. О. Кизим, В. Є. Хаустова // Проблеми економіки. – 2010. – №1. – С. 3–7.
2. Захарченко В. Конкурентоспроможність регіонів України. Кластерний підхід / В. Захарченко, С. Захарченко // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2011. – №5 (682). – С. 3–6.
3. Портер М. Конкуренція: підручн. / М. Портер. – Издательский дом «Вильямс», 2005. – 610 с.
4. Третько В.В. Світовий досвід становлення та розвитку кластерів як інструмента активізації трансферу технологій / В. В. Третько, О. В. Любохинець // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – № 628. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2008. – С. 331–336.

Maryna Stupak,

Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNTEU, Chernivtsi

THE ADVANTAGES OF LOGISTICS CLUSTERS IN TERMS OF THE WORLD EXPERIENCE

Economic clusters serve as the driving force in most regional economies. Examples include Detroit's auto industry concentration, computer chip production in California's Silicon Valley, London's financial sector, the Napa Valley's wine production, Hollywood's movie production industry, Paris fashion, Swiss watches, etc. In the course of the long history and up to nowadays, certain regions have become world-renowned centers for a particular industry or skill. These regional economic booms attract workers, entrepreneurs, investment, companies, political interest, and intellectual capital. Such regional economic experience also occurs in logistics. Recently, governments around the world have been investing in the creation and development of clusters dedicated to logistics activities to encourage economic growth and create jobs.

While the advantages of high-technology, knowledge-based clusters have been analyzed extensively, logistics clusters haven't been investigated properly enough. The objective of this work is to describe the essence of logistics clusters and to define their advantages in terms of the world experience.

The clustering concept was popularized by Harvard Business School professor Michael Porter in the 1990s. His techniques teach communities to analyze their existing business and industrial bases and build their economic development on those strengths. Porter suggests that clusters

affect competition by increasing the productivity of the co-located companies; increasing the pace of innovation; stimulating the formation of new businesses. He states that a cluster allows each member to benefit as if it had greater scale or as if it had joined with others formally – without requiring it to sacrifice its flexibility [1].

Many governments have followed a cluster strategy, in part, because of the phenomenal success of the well-known clusters like Silicon Valley, Hollywood and Wall Street. As some economists have argued, it also gives policymakers a strategy and motivation for economic interventions and the implementation of industrial policy. This, in turn, makes the cluster even more attractive, leading to even more companies joining, and leading to continuous economic growth and jobs.

Today governments all over the world are investing in the creation and development of clusters dedicated to logistics activities. The last decade has witnessed an increased investment in the building of new logistics clusters and the further development of existing ones.

Leading logistics clusters around the world include Singapore, Rotterdam, Duisburg, Dubai, Los Angeles, Memphis, Chicago, Los Angeles, and many others.

Logistics intensive clusters are agglomerations of several types of firms and operations: 1) firms providing logistics services, such as third-party-logistics providers (3PLs), transportation, warehousing and forwarders; 2) the logistics operations of industrial firms, such as the distribution operations of retailers, manufacturers (in many cases after-market parts) and distributors; 3) the operations of companies for whom logistics is a large part of their business.

Such logistics clusters also include firms that service logistics companies, such as truck maintenance operations, software providers, specialized law firms, international financial services providers, and so forth.

Logistics clusters exhibit many of the same economic advantages that general industrial clusters do: an increase in productivity due to shared resources and availability of suppliers; improved human networks, including knowledge sharing; tacit communications and understanding; high trust level among companies in the cluster; availability of specialized labor pools as well as educational and training facilities; and the availability of knowledge creation and dissemination centers, such as universities, consulting firms, and think tanks. "These factors grow and become more pronounced as the cluster grows, leading to a self-reinforcing positive feedback loop which feeds the continued growth of the cluster", says Yossi Sheffi, the Professor of Engineering Systems and Director of MIT Center for Transportation and Logistics [2, p. 57].

He also states that while many of the advantages of industrial clusters can be found in logistics clusters, logistics clusters have several unique

characteristics which reinforce the cluster's formation and its advantages [2].

The above mentioned can be classified into two categories: 1) operational advantages related to transportation (the transportation advantages of logistics parks include economics of scope, scale, density and frequency of transportation services into and out of a logistics cluster, etc); 2) advantages related to sharing of assets among companies (operational advantages of resource sharing, shared assets, expansion capability, shared workforce, economic impact, etc).

Both types of advantages add significantly to the reciprocal reinforcing feedback mechanism which makes the cluster more attractive as it grows, leading to further growth.

Thus, logistics has become an essential part of competition and the modern global economy. What concerns logistics clusters, in which sets of logistics activities co-locate and concentrate in particular locations, we may draw a conclusion that they have emerged and continue emerging across the globe. Such clustering unlocks large positive externalities and economic growth in logistics while stimulating related economic diversification in logistically intensive fields.

Selected bibliography:

1. Porter, Michael E. The Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1990.
2. Yossi Sheffi. Logistics Clusters: Delivering Value and Driving Growth. –Cambridge MA: The MIT Press, 2012. – 362 p.

Алла Труфен, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вища освіта – це майбутнє нації. Вона вимагає нових підходів до визначення власної ролі та фінансування. Світовий досвід доводить, що розвинуті країни, які дбають про розвиток економіки загалом, повинні взяти на себе фінансову відповідальність перед суспільством за вищу освіту. Головною відмінністю у сучасних моделях фінансування освіти є фінансування з боку держави, приватних організацій, спонсорів, студентів та інших благодійних організацій. Фінансування навчальної діяльності покликано задовольнити економічні, соціальні та технологічні вимоги.

Ефективний розвиток і функціонування підприємств та держави в більшості випадків залежить від нематеріальних чинників, що доводить перехід від парадигми управління людськими ресурсами до управління розвитком людського капіталу. Західні країни людський капітал використовують як державні інвестиції у розвиток вищої освіти, надають гарантії для довгострокових інвестицій інших економічних суб'єктів у цю галузь, здійснюють ліцензування та атестацію, що забезпечує й гарантує якість освітніх послуг [1].

Фінансування вищої освіти – це система відносин із формування, розподілу та використання різноманітних фінансових ресурсів. Питаннями фінансування вищої освіти займалися такі провідні зарубіжні та вітчизняні вчені, як В.Адамс, Т.Боголіб, О.Грішнова, І.Каленюк, Н.Королук та інші.

Моделі фінансування вищої освіти різноманітні та багатопланові, саме тому актуальним питанням є аналіз зарубіжних підходів щодо фінансового механізму вищої освіти. Сучасні моделі фінансування вищої школи повинні вирішувати наступні завдання: розвиток та удосконалення єдиної системи освіти з елементами ринкової економіки; соціальний і професійний зв'язок між інтересами як роботодавця, так і працівника; залучення вищих навчальних закладів до покращення соціального балансу між різними суспільними групами й класами [2].

З точки зору державного впливу і джерел фінансування можна виокремити дві основні категорії систем освіти: державні системи, коли вища освіта забезпечується та фінансується державою; змішані системи з різною роллю держави.

У зарубіжних країнах моделі фінансування вищої школи підвищують ефективність гнучкої, динамічної та спрямованої на результат системи відкритого навчання, які будуються на результатах діяльності як окремих індивідуумів, так і навчального закладу загалом.

У державах Західної Європи використовується модель фінансування вищої освіти, яка орієнтована на вільний ринок та залучення коштів фінансування державної та приватної освіти з боку окремих осіб (неоліберальна модель). Навчальний заклад повинен сам відповідати за продаж освітнього продукту та функціонувати на відкритому ринку. Ця модель спрямована на підвищення відповідальності навчальних закладів за статті видатків та суворим контролем за отриманими коштами. Неоліберальна модель орієнтована на результат, а не на витрати.

Однією із розповсюджених моделей фінансування вищої освіти є модель, що орієнтована на суспільний ринок, яка віддає перевагу вкладенню індивідуумів в одержання освіти та скорочення державного фінансування.

Також існує і третя модель фінансування освіти – антиринкова модель соціального фінансування – освіта, яка орієнтована на альтернативне інтегроване суспільство. Позиція даної моделі орієнтована на те, що для подальшого розвитку держави вона повинна взяти на себе всю відповідальність за фінансування освіти [3].

Розглядаючи основні моделі фінансування освіти, варто зазначити, що найважливішим джерелом добробуту будь-якого суспільства є людські ресурси. Неоліберальний ринок знаходить практичне застосування в основному за межами континентальної Європи,

елементами якої є розвиток системи освітніх ваучерів, спеціальних грантів. Модель фінансування, що орієнтована на соціальний ринок, навпаки, проводить політику щодо надання кожній особі рівних можливостей для всіх, але не рівні результати. А антиринкова модель фінансування освіти заснована на фінансуванні рівних можливостей і рівних результатах для всіх.

Досліджуючи зарубіжний досвід, слід сказати, що в кожній країні фінансування вищої освіти узгоджене з соціально-політичною системою, культурою, саме тому реформи у сфері вітчизняної вищої освіти повинні враховувати історичні традиції та сучасний етап розвитку країни. І необхідно пам'ятати, що успіх неможливо повторити, можна лише здобути на його основі досвід та прийняти власне рішення.

Список використаних джерел:

1. Королюк Н. М. Бухгалтерський облік людського капіталу: теоретичний аспект / Н. М. Королюк // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2006. – Вип. 2. – С. 46–52.
2. Нападівська Л. В. Деякі підходи до оцінки інтелектуального капіталу підприємства / Л. В. Нападівська // Облік інтелектуального капіталу: сучасний стан та перспективи розвитку: зб. наук. праць ХІБМ. – Харків, 2011. – С. 57–68.
3. Плахотнікова Л. О. Удосконалення умов фінансування вищої освіти як основного чинника підготовки фахівців / Л. О. Плахотнікова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 1. – С. 141–146.

Марина Хмара, к.е.н.,

Інститут міжнародних відносин Київського національного
університету ім. Т.Шевченка, м. Київ

КЛАСТЕРНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Становлення та розвиток раціональних економічних систем підтверджує, що на сучасному етапі розвитку світової економічної структури однією з важливих форм економічного зростання є кластерна політика, яка базується на феномені високої результативності, отриманої в результаті зосередження найефективніших та взаємопов'язаних видів економічної діяльності, що забезпечує конкурентні позиції на галузевому, національному та світовому ринках.

Більшість розвинутих країн світу, а саме країни-члени Європейського Союзу, активно проводять кластерну політику, під якою слід розуміти цілеспрямовані дії в напрямі збільшення темпів зростання й конкурентоспроможності кластерів певного регіону шляхом залучення до процесу фірм кластера, держави та науково-дослідних інститутів. На сьогодні виділяють кластерну політику двох поколінь. Кластерна політика першого покоління – це комплекс заходів, які здійснює держава з ідентифікації кластерів, визначення поля діяльності фірм кластера, створення державних органів підтримки кластерів й здійснення загальної політики підтримки всіх кластерів країни та регіону. Кластерна політика другого покоління базується на ґрунтовному знанні існуючих у країні та регіоні кластерів, а також на індивідуальному підході до проблем розвитку кожного кластера окремо.

Слід зазначити, що в більшості малих країн світу здійснюється кластерна політика першого покоління. Лише в Нідерландах у 2002 р. урядом було розпочато політику другого покоління, орієнтовану на індивідуальні проблеми кластерів. Залежно від ролі, яку відіграє держава, при розвитку кластера виділяють чотири типи кластерної політики.

Особлива увага до процесу кластеризації фірм зумовлена тим, що кластери є одним з інструментів підвищення конкурентоспроможності країни у світовому господарстві. Програми розвитку кластерів повинні бути засновані на детальному стратегічному та кластерному аналізі галузей економіки регіону та розроблені з залученням всіх зацікавлених сторін: органів влади (різного рівня), бізнес-структур, асоціацій бізнесу, науково-дослідних та освітніх установ, фінансових організацій.

Ефективна кластерна політика уряду країн Європейського Союзу повинна враховувати те, що держава як політико-економічний суб'єкт змушена обирати найраціональніший шлях кластеризації економіки. Головна мета політики кластеризації, яку проводять світові держави, а саме країни-члени Європейського Союзу, полягає в отриманні максимальної вигоди від використання всіх можливостей від кластерної (мережевої) взаємодії завдяки об'єднанню промислового й наукового потенціалів. У сучасних умовах прогрес забезпечують не підприємства поодиночі, а їх об'єднання, групи або кластери. Аналіз світових процесів кластеризації загалом доводить високу ефективність діяльності кластерних об'єднань та їх визначальний вплив на прискорення економічного розвитку. Кластер реалізує три основні програми: підвищення майстерності, зв'язок промисловості з університетами, підвищення конкурентоспроможності малих підприємств.

Незважаючи на зростаючу у світі популярність кластерів і посилення ролі держави в їх підтримці, кластери як інструмент вважаються досить ризикованими, оскільки кластерні ініціативи тривалі, дорогі, і тому при помилці вибору об'єкта підтримки втрати будуть суттєвими. Крім того, практично в будь-яких кластерних ініціативах більшу частину бюджетів складають державні кошти, і перехід кластерів на самокупність переважно є проблематичним. У зв'язку з цим вважається, що загалом ефективніше не створювати нові кластери, а виявляти і підтримувати вже існуючі.

Список використаних джерел:

1. Huggins R. The Evolution of Knowledge Clusters: Progress and Policy / Huggins R. // *Economic Development Quarterly*. – 2008. – Vol. 22. – №4. – P. 277–289.
2. Matuschewski A. Regional clusters of the information economy in Germany / Matuschewski A. // *Reg. studies*. – Oxford etc., 2006. – Vol. 40. – №3. – P. 409–422.
3. Newlands D. Competition and cooperation in industrial clusters: the implication for public policy / Newlands D. // *European Planning Studies* 11, 521–532. – 2003.
4. Simmie J. Innovation and clustering in the globalised international economy, *Urban Studies* / Simmie J. // *European Planning Studies*. – 2004. – №12. – P. 767–791.
5. Wolfe D. A. Clusters from the inside and out: local dynamics and global linkages / Wolfe D. A., Gertler M. // *Urban Studies*. – 2004. – №41. – P.107–109.

Павло Шилепницький, д.е.н.,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

ОБҐРУНТУВАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ЧЕРЕЗ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРІЇ ІНСТИТУТІВ

Державно-приватне партнерство (ДПП) розглядається нині як реальна альтернатива традиційним державним закупівлям та є складною системою взаємовідносин між державою та приватним бізнесом у сфері розвитку інфраструктури загального користування і надання пов'язаних послуг. Передбачає згрупування в одних руках всього циклу робіт (наприклад, від проектування і будівництва до утримання об'єктів інфраструктури та самого надання послуг) і передачу ризиків від державного до приватного сектору. Проте положення класичної, а тепер вже і неокласичної економічної теорії не спроможні пояснити ту складну природу взаємовідносин всередині ДПП, що пов'язано, насамперед, з тим, що вона виходить з умов досконалої конкуренції та економічної рівноваги.

Однією з теоретичних концепцій, яка покликана обґрунтувати феномен державно-приватного партнерства, є теорія інститутів.

Так, за визначенням Д. Норта, інститути – це «правила гри» у суспільстві, чи, висловлюючись більш формально, створені людиною обмежувальні рамки, які організують взаємини між людьми. Вони задають структуру спонукальних мотивів людської взаємодії – чи-то в політиці, чи-то у соціальній сфері, чи-то в економіці. Інституційні зміни визначають те, як суспільства розвиваються в часі, і таким чином є ключем до розуміння історичних змін.

Головна роль, яку інститути відіграють у суспільстві, полягає у зменшенні невизначеності шляхом встановлення стійкої (хоча не обов'язково ефективної) структури взаємин між людьми. Але стійкість інститутів не суперечить тому факту, що вони зазнають змін. Розвиваються всі інститути – починаючи від традиційних умовностей, кодексів і норм поведінки до писаного права, звичайного права та контрактів між індивідами [1; 2].

Інститути можуть бути формальними або неформальними. Формальні інститути – це видані державою і схвалені парламентами закони та конституції. Вони охоплюють політичні (і судові) правила, економічні правила та контракти. Ієрархія формальних інститутів – від конституцій, статутного та загального права, а також підзаконних актів до індивідуальних контрактів – визначає як загальні, так і специфічні обмеження. Економічні правила визначають права власності, тобто сукупність прав на використання власності та прибуток від неї, і спроможність відчужувати активи або ресурси [1; 2].

Виділяють наступні функції інститутів:

1. Регулювання поведінки людей таким чином, щоб вони не причиняли одне одному збитків, чи щоб цей збиток чимось

компенсувався.

2. Мінімізація зусиль, котрі люди витрачають на те, щоб знайти один одного та домовитись між собою.

3. Організація процесу передачі інформації чи навчання

Виходячи з вищенаведених функцій, інститутам притаманні наступні основні ознаки:

1) інститути виконують головне завдання економічної теорії, забезпечуючи передбачуваність результатів певної сукупності дій (тобто соціальної реакції на ці дії) і таким чином привносячи в економічну діяльність стійкість;

2) інститути успадковуються завдяки притаманному їм процесу навчання;

3) інститутам притаманна система стимулів, без якої вони існувати не можуть;

4) інститути забезпечують свободу і безпеку дій індивіда в певних рамках, що виключно високо ціниться економічними агентами;

5) інститути скорочують транзакційні витрати (тобто, затрати на пошук інформації, її обробку, оцінку та специфічний захист того чи іншого контракту) точно так само, як і технологи скорочують виробничі витрати [1–3].

Зважаючи на вищенаведене стосовно теорії інститутів, теоретичне обґрунтування розвитку державно-приватного партнерства в межах цієї теоретичної концепції матиме наступний вигляд.

1. Як і у випадку будь-якої іншої економічної діяльності, розвиток ДПП обумовлюватиметься насамперед формальними інститутами, до яких слід віднести закони та підзаконні акти у сфері розвитку співпраці держави та приватного бізнесу з розбудови інфраструктури загального користування і надання інфраструктурних послуг, угоди з реалізації конкретних угод державно-приватного партнерства. Неформальні інститути включатимуть традиції та звичаї розвитку власне приватного бізнесу, державно-приватного партнерства, ставлення до нього (а саме до приватного бізнесу та ролі держави) населення як кінцевих споживачів послуг, залучення до цього процесу неурядових (громадських) організацій і громадських ініціатив тощо.

2. З огляду на виконувані функції, інститути розвитку державно-приватного партнерства поділяються на: координуючі, діяльність яких спрямована на сприяння розвитку співпраці між державою та приватним бізнесом у сфері розвитку інфраструктури загального користування та надання пов'язаних послуг, зменшення рівня невизначеності та транзакційних витрат сторін; контролюючі, метою діяльності яких є забезпечення дотримання встановлених правил, які регулюють відносини в процесі реалізації угод державно-приватного партнерства; стимулюючі, які свої зусилля спрямовують на зниження рівня невизначеності у відносинах держави та приватного сектору в

ході реалізації проектів ДПП шляхом забезпечення інформацією та її обробкою, і зниження, таким чином, транзакційних витрат сторін.

Виходячи з вищенаведеного, інститут державно-приватного партнерства можна визначити як форму взаємодії між державою та приватним бізнесом з приводу розвитку інфраструктури загального користування та надання пов'язаних послуг, яка, в свою чергу, включає в себе інститути, як формальні, так і неформальні координуючого, контролюючого та стимулюючого характеру, спрямовані на зниження міри невизначеності та транзакційних витрат сторін.

Список використаних джерел:

1. Кузьминов Я. И. Институциональная экономика: курс лекций / Я. И. Кузьминов, М. М. Юдкевич. – М.: МФТИ, 2002. – 237 с.
2. Нестеренко А. Н. Экономика и институциональная теория / А. Н. Нестеренко; отв. ред. акад. Л. И. Абалкин. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 416 с.
3. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. — М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
4. Олейник А. Н. Институциональная экономика: учебное пособие / А. Н. Олейник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 416 с.
5. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / Научное редактирование и вступительная статья В. С. Катяло; пер. с англ. Ю. Е. Благова, В. С. Катяло, Д. С. Славнова, Ю. В. Федотова, Н. Н. Цытович. – СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996. – 702 с.

Тетяна Шкабара, к.б.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сфера аграрного господарювання за своєю сутністю є складною, оскільки залучає для створення сукупного продукту значну кількість ресурсів – природних, технічних, фінансово-економічних, соціальних, кадрових тощо. В Україні використання зазначених ресурсів на рівні окремих підприємств, що відрізняються за розмірами, спеціалізацією, чисельністю працівників, формами господарювання, в окремих випадках є невідповідним. З одного боку, спостерігаються «спільні» негативні тенденції, зокрема у формі екологічних навантажень через нерациональне природокористування, розбалансування систем рослинництва, тваринництва, виникнення окремих ринкових складностей щодо забезпечення населення вітчизняними продуктами харчування у необхідній кількості й належного рівня якості, промисловості – відповідною сировиною, з іншого боку – виникають локальні економічні проблеми на рівні окремих господарств та ускладнюються перспективи їх подальшого існування. Відповідно необхідним є відродження та розвиток вітчизняних аграрних підприємств як структурно-функціональних одиниць аграрних відносин на нових засадах, що потребує інноваційних підходів із застосування сучасних технологій, зокрема кластерних. Тому тему, що розглядається,

слід вважати актуальною й пропонувати до розгляду в аспекті наукових дискусій та прийняття конструктивних рішень щодо перспектив подальшого розвитку аграрного сектора економіки України.

Класичне визначення сутності «кластерів» дано економістом Портером, який розглядає їх як географічну концентрацію взаємопов'язаних компаній та установ в тій чи іншій галузі, важливих для конкуренції [1]. На сьогодні розвиток кластерних технологій у міжнародних масштабах відрізняється достатньою різноспрямованістю, переважно це стосується промисловості як найбільш розвиненої індустріальної сфери, енергетики, транспорту і комунікацій, будівництва, авіаційної і космічної галузі, інформатики та програмного забезпечення, охорони здоров'я тощо.

Накопичено значний міжнародний досвід розвитку мережеских і кластерних об'єднань [2], зокрема це стосується також агропромислового виробництва та біотехнологій. Прикладами активного впровадження кластерних структур у даному спрямуванні є такі країни, як Канада, Нідерланди, Норвегія та інші, що характеризуються високотехнологічними ознаками, значними інноваційними частками, конкурентними перевагами. Можливість й перспективність застосування кластерних технологій на рівні вітчизняної аграрної системи загалом та окремих підприємств потребує теоретичного обґрунтування із виокремленням можливих переваг або недоліків. Зазначене послугувало метою авторського дослідження.

Реформування аграрних ринкових відносин в Україні вимагає значних зусиль з боку основних структур сільськогосподарського виробництва – аграрних підприємств, які відрізняються за організаційними, технічними, фінансово-економічними параметрами й формами господарювання, мають окремі специфікації щодо виробництва, каналів збуту готового продукту або сировини. Тому об'єктивно будуть відрізнятися принципи, можливості та завдання використання кластерних технологій на рівні окремих вітчизняних аграрних підприємств та їх об'єднань.

На сьогодні прикладами впровадження принципів «кластерності» в Україні є діяльність агрохолдингів як крупних інтегрованих компаній, що проводять політику розширеного кооперування із залученням значної кількості інвестицій та поєднання сільськогосподарської й промислової діяльності, торгівлі, зокрема біржової, ефективного просування виробленого продукту не лише на відповідному внутрішньому, але й на міжнародних ринках. Прикладами таких формувань є «Укрзернопром-Агро», «Кернел», «Агро-трейд», «Агро-Союз» та інші. Зокрема, «Кернел» – це вертикально інтегрована агропромислова компанія, один із лідерів українського ринку бутильованої олії та один з найбільших українських експортерів соняшникової олії та зернових культур [3].

Принципи діяльності середніх та малих за розмірами вітчизняних господарюючих аграрних суб'єктів, зокрема фермерських господарств, суттєво відрізняються від вищезазначених агрохолдингів. Насамперед йдеться про розрізненість у застосуванні техніки, технологій в системах землеробства, рослинництва, тваринництва, переробки продукції, її зберігання тощо, незважаючи на те, що окремі підприємства мають подібні природно-кліматичні умови господарювання, агротехнічні можливості, агроекологічні проблеми тощо. Тому важливим є посилення регіонального співробітництва між такими видами підприємств, їх позитивної взаємодії у вирішенні спільних завдань – комерційних, соціальних, екологічних тощо. Доцільними формами такої взаємодії, на нашу думку, будуть невеликі кластерні структури – «цільові» об'єднання декількох аграрних підприємств на рівні вирішення окремих завдань. Йдеться про розробку спільних підходів до модернізації матеріально-технічної бази, підвищення рівня якості й безпечності продовольчої сировини та готової продукції відповідно до стандартизованих вимог, зростання екологічного потенціалу аграрних ландшафтів, впровадження інноваційних технологій в окремі галузі аграрного господарювання, зокрема розвиток біоорганічного виробництва, удосконалення каналів збуту сільськогосподарської продукції та інші спрямування. Для прикладу, значні перспективи мають спільні для декількох господарств агротехнічні, агрохімічні, селекційні, ветеринарні, аудиторські тощо служби, що дозволить суттєво підвищити рівень культури вітчизняного аграрного виробництва.

Переваги вищезазначеного кооперування можуть бути різними, що залежить від національних цілей та їх реалізації у формі збалансованого управління еколого-соціально-економічним розвитком, дієвості регіональної політики аграрного господарювання, конкретної ринкової ситуації тощо.

З авторських позицій перспективи використання кластерних технологій на рівні вітчизняних аграрних підприємств є значними, виходячи з таких обґрунтувань:

- економічних: необхідність багатовекторних економічних стратегій розвитку національного аграрного сектора, забезпечення продовольчої безпеки країни в умовах глобалізаційних процесів на основі оптимальних обсягів капіталу, чисельності й кваліфікації працівників, напрямів спеціалізації або кооперації, визначення оптимального співвідношення між сукупними витратами агровиробництва, ціною продукту, корисністю й безпечністю для споживача;

- соціальних: співпраця із науково-дослідними й освітянськими установами, громадськими організаціями, органами місцевої влади тощо дозволить підвищити рівень соціальної значущості створеного аграрного/агропромислового продукту, інтегрувати в єдине ціле

комерційний, науковий, людський, культурний потенціал соціальної відповідальності за систему аграрного господарювання з позицій її дієвості й відтворюваності на перспективу;

- регіональних: розвиток нової інфраструктури в сільській місцевості, збільшення кількості робочих місць й залучення населення до надання окремих видів супутніх послуг, зокрема зеленого туризму тощо, сприятиме соціально-економічному відродженню регіонів з урахуванням інституціональних особливостей, пов'язаних з історичними, культурними, підприємницькими та іншими традиціями й пріоритетами;

- екологічних: впровадження принципів управління екологічною безпечністю на рівні окремих підприємств або їх угруповань надасть можливість удосконалення взаємодії сільськогосподарської діяльності людини й природного середовища за рахунок ресурсозберігаючих та природоохоронних дій різної масштабності – від локальних до крупнотериторіальних, що сприятиме відновленню екологічних балансів й дозволить підвищити дієвість екологічних програм, практично реалізовувати національну політику сталого розвитку.

На основі проведеного дослідження доцільно констатувати необхідність подальших розробок щодо застосування кластерних підходів у системі аграрного господарювання й переведення їх в русло позитивних зрушень, розвитку аграрних відносин в Україні на нових засадах.

Список використаних джерел:

1. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. – 1998. – November-December. – P. 77–90.
2. Пушкар Т. А. Світовий досвід формування й розвитку мережевих і кластерних об'єднань / Т. А. Пушкар, В. Г. Федорова // Економічний часопис-XXI. – 2011. – №11/12. – С. 68–71.
3. Кернел [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kernel.ua/ru/>

Богдана Александрова,

ВУЗ Кримський інженерно-педагогічний університет, м. Сімферополь

РЕГІОНАЛЬНІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА РЕГІОНУ

Торгово-промислова палата України має свої представництва у кожному регіоні України. У Законі України «Про торгово-промислові палати в Україні» Торгово-промислова палата визначається як недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка на добровільних засадах об'єднує юридичних осіб та громадян України, зареєстрованих як підприємці, а також їх об'єднання [1].

Визначаючи ефективність діяльності регіональних палат, використовують динаміку членської бази як один з основних показників, що свідчить про активність роботи організації та якість її послуг. Ці дані збираються підрозділами Палати щорічно та піддаються мінімальному суб'єктивному впливу. Членами Торгово-промислової палати України можуть бути юридичні особи, які створені і діють відповідно до законодавства України, громадяни України, зареєстровані як підприємці, та їх об'єднання. Членська база торгово-промислової палати формується на добровільних засадах.

Члени Палати мають право:

- брати участь з вирішальним голосом у роботі загальних зборів (конференції) регіональної палати;
- обирати делегатів на з'їзд ТПП України;
- обирати та бути обраними до керівних органів регіональної палати і Торгово-промислової палати України;
- виносити на розгляд загальних зборів (конференції), Ради (Президії) регіональної палати, а також з'їзду, Ради та Президії Торгово-промислової палати України пропозиції з питань, що входять до сфери діяльності, відповідно, регіональної палати та ТПП України;
- отримувати від регіональної палати та ТПП України сприяння у вирішенні питань, що стосуються їх діяльності;
- користуватися послугами регіональної палати та ТПП України у першочерговому порядку та на пільгових умовах, що визначаються їх керівними органами;
- отримувати безкоштовно друковані видання регіональних палат [2].

Таким чином, Торгово-промислова палата об'єднує підприємництво на регіональному рівні, представляє його інтереси перед органами влади та сприяє його розбудові і розвитку.

Починаючи з 1991 року, кількість членів Палати збільшилась майже у 9 разів з 1084 до 9387 у 2013 році.

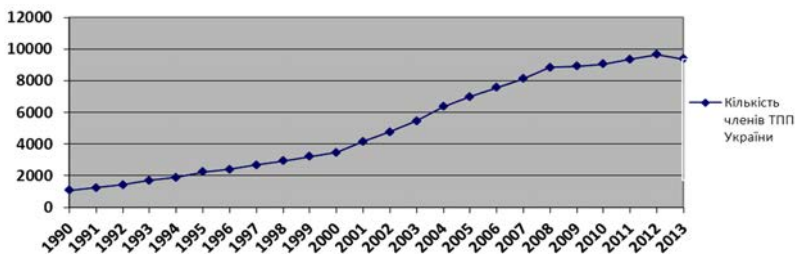


Рис. 1. Динаміка членської бази Торгово-промислової палати України (1990-2013 рр.), [3]

Існуюча позитивна динаміка спостерігається унаслідок економічних та ринкових перетворень, розширення зацікавленості підприємств у зовнішньоекономічній діяльності та за рахунок розвитку підприємництва окремих регіонів. Виділити найбільш успішні у підприємницькій сфері регіони України можна за допомогою аналізу членської бази за регіонами (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка членської бази ТПП за регіонами (2010–2014 рр.)

№	Регіональна ТПП	Кількість членів, рік					2014/2010
		2010	2011	2012	2013	2014	
1	Вінницька	234	244	248	238	235	1
2	Волинська	238	245	255	254	201	37
3	Дніпропетровська	750	800	800	850	850	100
4	Донецька	873	968	1005	1070	1105	232
5	Житомирська	171	174	178	187	156	-15
6	Закарпатська	243	244	245	242	210	-33
7	Запорізька	527	512	516	537	550	10
8	Івано-Франківська	255	189	195	228	230	-25
9	Київська (міська)	867	953	1019	1075	1110	243
10	Київська обласна	147	154	170	175	179	32
11	Кіровоградська	213	217	222	171	172	-41
12	АР Крим	218	221	223	200	200	-18
13	Луганська	384	357	358	360	364	-20
14	Львівська	340	351	358	362	376	36
15	Миколаївська	202	202	183	185	188	-14
16	Одеська	382	400	408	410	370	-12
17	Полтавська	274	282	296	322	329	55
18	Рівненська	316	305	301	301	301	-15
19	Севастопольська	171	175	203	208	209	-38
20	Сумська	290	305	311	323	210	-80
21	Тернопільська	220	222	224	224	201	-19
22	Харківська	281	296	332	345	372	91
23	Херсонська	273	292	293	314	318	45
24	Хмельницька	247	273	293	300	300	53
25	Черкаська	267	280	308	317	225	-42
26	Чернівецька	142	142	147	150	140	-2
27	Чернігівська	250	240	245	255	253	3
28	ТПП України	-	-	-	27	33	33
	ВСЬОГО:	8802	9070	9363	9630	9387	585

Пряме членство у Торгово-промисловій палаті України було започатковане наприкінці 2012 року та включає в себе окремий пакет послуг, серед яких надання професійних консультацій та лобіювання інтересів компаній перед органами влади.

Таким чином, успішний розвиток та об'єднання підприємництва спостерігається у найбільш економічно розвинених частинах країни – м. Києві, Донецькому та Дніпропетровському регіоні. Негативні тенденції можна виділити у Сумській, Черкаській, Кіровоградській та Запорізькій областях.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12/>.
2. Права та обов'язки членів Торгово-промислової палати [Електронний ресурс] / Статут Торгово-промислової палати України. – Режим доступу: <http://www.ucci.org.ua/ua/mbrship.html>.
3. Щорічні звіти Торгово-промислової палати України з 1990 по 2013 рр.

Наталія Бикова, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОЛЬ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У РОЗБУДОВІ ІНФРАСТРУКТУРИ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА ЄВРОПЕЙСЬКИМ ТИПОМ

В умовах сьогодення важливим для економіки Чернівецької області є розвиток її пріоритетних галузей. Одним з основних перспективних напрямів розвитку області на 2014 рік зазначено агропромисловий комплекс.

Порівняння значущості галузі у західноєвропейських країнах та Україні показує, що відсоток розвитку галузі у них складає близько 2% та 14% відповідно. А отже, з впевненістю можна сказати, що інтенсивний розвиток агропромислового комплексу в Чернівецькій області та загалом в Україні допоможе нашій державі досягти економічного зростання. Тому, вважаємо, що аналіз ролі агропромислових підприємств у розбудові інфраструктури Чернівецької області за європейським типом є актуальним в умовах сьогодення.

З огляду на історичний розвиток агропромислового комплексу необхідно розглянути поділ агропромислових підприємств у різні часи. За часів Радянського союзу вся агропромислова продукція вироблялася колективними господарствами. У сучасних умовах розвитку агропромислові підприємства поділяються на сільськогосподарські підприємства та господарства населення.

Досвід країн Європейського Союзу показує, що понад 80% аграрного виробництва належить сільськогосподарським кооперативам. Основними ініціаторами агропромислової інтеграції виступають: великі приватні підприємства, корпорації, партнерства, кооперативи [1, с. 32].

Отже, розвиток агропромислових підприємств в Україні та країнах Європейського Союзу досить відрізняється, що призводить до низького

експорту агропромислової продукції в країні Європи.

На рис. 1 зображено індекси агропромислової продукції загалом агропромислових підприємств, сільськогосподарських підприємств та господарств населення Чернівецької області впродовж 2000–2012 років на основі даних Державного комітету статистики України [2].

З аналізу рис. 1 зроблено висновок, що загалом впродовж оціненого періоду індекс продукції господарств всіх категорій зростав у 2009 та 2011 роках. Це свідчить про неефективний розвиток підприємств агропромислового комплексу, відсутність системи управління та довгострокового і короткострокового планування діяльності підприємств. Щодо діяльності сільськогосподарських підприємств та господарств населення спостерігається аналогічна тенденція, що й загалом по господарствах всіх категорій.

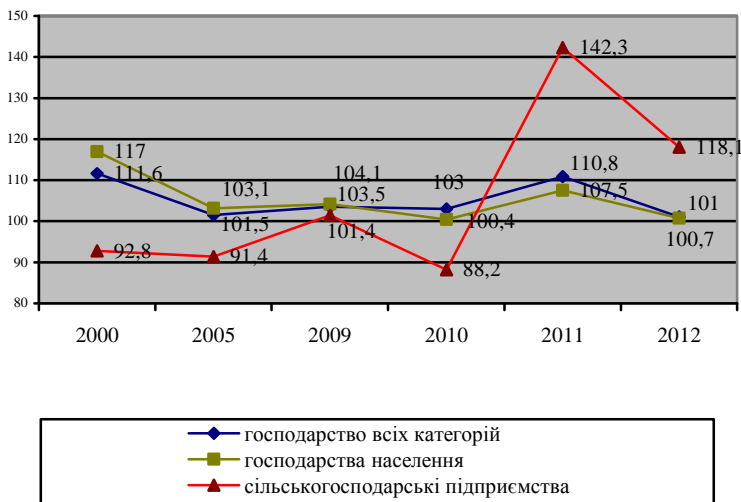


Рис. 1. Динаміка індексу продукції агропромислових підприємств Чернівецької області за 2000–2012 роки (за даними Держкомстату України)

З'ясування цінової ситуації та попиту на агропромислову продукцію показало значну залежність від світових тенденцій. Нами помічено залежність населення Чернівецької області від імпортованих товарів за рахунок нижчої ціни, ніж на українську агропромислову продукцію. Тому необхідно є захист виробників української агропромислової продукції від зарубіжних аналогів на внутрішньому ринку, для чого необхідно прийняти низку відповідних інноваційних рішень на рівні держави.

Вважаємо, інноваційними шляхами розвитку агропромислових підприємств Чернівецької області мають стати: створення української

кооперації агропромислових підприємств; структуризація української нормативно-правової бази регулювання впровадження інновацій на агропромислових підприємствах; впровадження сучасних технічних засобів з високим рівнем автоматизації. Необхідністю є розробка концепції розвитку агропромислових парків, їхньої структури. Такі заходи допоможуть ефективно розвивати агропромислові підприємства й експортувати українську агропромислову продукцію на європейські ринки.

Список використаних джерел:

1. Аюшеева А.О. Формирование интегрированных структур агропромышленного комплекса региона: проблемы и перспективы : монография / А.О. Аюшеева. – Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2013. – 153 с.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Олександр Богуленко,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Структурні перетворення в економіці залежать від зміни побудови та способів задоволення потреб суспільства.

Глобальний характер конкуренції в останні роки спонукає підприємства до активізації процесів консолідації своєї діяльності, модернізації, адаптації до сучасних умов ведення господарства, нових підходів до менеджменту тощо.

Діяльність торговельних підприємств на сучасному етапі нерозривно пов'язана з розробкою, впровадженням і використанням різноманітних механізмів вдосконалення їх роботи в умовах постійно зростаючої конкуренції.

Трансформаційні процеси, що відбуваються сьогодні в економіці, спрямовані на всі сфери діяльності підприємств та його основних компонентів: матеріальних ресурсів, обладнання, технології, кадрів, продукції тощо. Вони докорінно змінили економічне середовище функціонування торговельних підприємств, що реалізують низку торговельних (комерційних), технологічних, економічних і соціальних функціонувань.

Водночас обсяг і характер функцій, які виконують торговельні підприємства, залежать від багатьох чинників, основними з яких є: тип і розмір підприємства, ступінь господарської самостійності, технічна оснащеність, місце розташування та інші.

Торговельне підприємство – це складна комерційна система, характерними рисами якої є відкритість, самоорганізація, упорядкованість, яка в результаті реалізації товарів створює додану вартість за допомогою праці членів трудового колективу та ефективного менеджменту і перебуває в стані постійного динамічного розвитку [1].

Торговельне підприємство як відкрита система забезпечує свою життєздатність через перетворення ресурсів, отриманих із зовнішнього середовища, на готовий продукт у вигляді продажу товарів та надання послуг для суб'єктів зовнішнього середовища [2].

Все це потребує розробки відповідних стратегій діяльності торговельних підприємств щодо закріплення їхнього стану на ринку, пошуку й залучення нових клієнтів для просування та збуту товарних ресурсів та інших напрямів діяльності, спрямованих на ефективне функціонування та забезпечення їхньої конкурентоспроможності.

Одним із шляхів забезпечення дієвості такої стратегії є диверсифікація діяльності торговельних підприємств.

Диверсифікація діяльності є певною природною реакцією торговельного підприємства на невизначеність та нестабільність ринкового середовища господарювання. За рахунок диверсифікації своєї діяльності торговельні підприємства, як складова сфери обігу, змінюють притаманні їм функції, що забезпечує вдосконалення механізмів закупівлі, надаючи нових важелів виконанню процесу пошуку необхідних товарів відповідної якості та забезпечуючи відповідний платоспроможний попит на ринках збуту.

Диверсифікаційний шлях розвитку створює передумови для забезпечення більш повного задоволення потреб споживачів товарами, оволодіння більшою часткою ринку, приєднання нових сегментів і послідовного розширення ринкових горизонтів.

Диверсифікація дає змогу підприємствам триматися «на плаву» при складній економічній кон'юктурі за рахунок широкого асортименту товарів і послуг. Цей процес стосується передусім переходу до нових технологій, ринків і галузей, до яких раніше підприємство не мало ніякого стосунку; крім того, самі товари (послуги) підприємства повинні бути також новими, і завжди передбачаються нові фінансові інвестиції.

Головна мета застосування диверсифікації – підвищити ефективність діяльності підприємства не лише на сьогодні та в найближчому майбутньому, але й на тривалу перспективу [3].

Здійснення диверсифікації діяльності торговельних підприємств на інноваційній основі забезпечить їх розвиток шляхом змін, які визначають перехід з одного стану в інший, що вважається кращим, більш ефективним та доцільним для діяльності підприємства. Головною складністю здійснення змін на підприємстві є визначення оптимального співвідношення між підтримкою стабільності існуючої системи та проведенням необхідних перетворень, у чому і полягає одне з головних завдань запровадження інновацій.

Стан інноваційного розвитку торговельних підприємств характеризують такі критерії: рівень механізації та автоматизації торговельно-технологічних процесів; обсяг витрат на інновації; обсяг отриманих прибутків за період новацій; відповідність підготовки

персоналу підприємств сприйняттю та впровадженню інновацій; розмір інвестицій для впровадження новацій; якість торговельного обслуговування; рівень задоволення потреб і очікувань споживачів; пряме постачання товарів (без посередників) підприємствам торгівлі; застосування прогресивних форм продажу; потреби у додаткових матеріально-технічних засобах тощо [2].

Основними чинниками, що визначають інноваційний характер діяльності торговельного підприємства, є: стан товаропостачання; тип магазину та його спеціалізація; розміри торговельної площі; методи продажу товарів; особливості асортименту; рівень технічного оснащення; механізація та автоматизація технологічних процесів; готовність персоналу до впровадження інновацій; розташування магазину.

Отже, диверсифікація діяльності торговельних підприємств, підвищення ефективності їх функціонування потребує створення належного економічного потенціалу підприємства на основі розроблення та запровадження комплексу стратегічних змін його господарювання

Список використаних джерел:

1. Руцишин Н. М. Економічна природа торговельних підприємств як комерційних систем / Н. М. Руцишин // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць Львівської комерційної академії. – 2002. – № 5. – С. 120–122.
2. Мошек Г. Структуризація комерційної діяльності торговельного підприємства / Г. Мошек, В. Ціпуринда // Вісник КНТЕУ. – 2011. – №5. – С. 5–13.
3. Скоробогатов М. М. Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах / М. М. Скоробогатов, О. І. Куцерубова // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 3 (25). – С. 18–21.

Олена Бозуленко, к.е.н., Ілля Жалба, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МАРКЕТИНГУ

Постійні кон'юнктурні зміни, що відбуваються на різних сегментах ринку, посилення підприємницької конкуренції зумовлюють появу багатьох проблем економічного, фінансового та організаційного характеру, з якими стикається торговельне підприємство. В цих умовах для підприємства недостатньо займатися тільки поточним плануванням та управлінням.

Зміна середовища функціонування торговельних підприємств потребує нових підходів щодо регулювання їх діяльності на основі розробки стратегічних програм розвитку, спрямованих на досягнення економічних результатів на довготривалий період з визначенням цілей і засобів реалізації обраного напрямку соціально-економічного розвитку.

Одним із основних факторів, що регулюють господарську діяльність підприємств, є мистецтво прогнозування подальших перспектив його розвитку, визначення тактики та стратегії.

Більшість стратегічних рішень, які приймаються будь-яким підприємством, лежать у сфері маркетингу. Розробка та реалізація маркетингової стратегії на споживчих ринках потребують від підприємства гнучкості, здатності розуміти, а в окремих випадках – впливати на дії ринкових механізмів за допомогою спеціальних маркетингових засобів.

Стратегічний маркетинг у торгівлі – це процес, який здійснює торговельне підприємство для досягнення економічних і фінансових показників, які б перевищували середньоринкові, із застосуванням комплексу заходів у рамках маркетингової спрямованості із надання торговельних послуг більш високої якості, ніж у конкурентів [1].

Кожне підприємство, що діє на ринку, розробляє свою систему цілей, яка закладається в основу його маркетингової стратегії. Виділяються кінцеві цілі (проникнення на певний ринок, збут визначеного обсягу товару, отримання запланованого прибутку тощо), а також проміжні цілі. Досягнення перших зумовлює розвиток підприємства, його комерційний успіх, місце, яке воно займає на ринку. Другі – це засоби, які забезпечують можливість здійснення цілей [2, с.169–171].

Жодне торговельне підприємство не гарантує для себе стабільності ринкових позицій, якщо воно не має науково-обґрунтованої стратегії діяльності. Розробка стратегії здійснюється на основі перспективного планування, тому стратегічне планування виступає єдиним способом прогнозування і здійснюється в такій послідовності:

- розробка та формулювання місії підприємства;
- стратегічний аналіз торговельного підприємства (STEP і SWOT-аналізи та ін.);
- формулювання стратегічних цілей;
- визначення стратегічних альтернатив;
- вибір найбільш придатної стратегії;
- підготовка до реалізації.

Тобто стратегічний план дій підприємства повинен стати не тільки внутрішнім документом, а й формою виявлення подальших намірів та дій.

Вибір стратегії для торговельного підприємства є проблематичним, оскільки відсутній практичний підхід цілісного бачення типів і видів стратегій.

Так, П. Лоранж акцентує увагу на трьох видах стратегій, які може застосовувати торговельне підприємство:

1. Корпоративна стратегія, яка є загальною, базовою стратегією розвитку підприємства.

2. Бізнес-стратегія, яка відповідає кожному виду бізнесу і яка зумовнює підприємству прибуток.

3. Функціональні види стратегій, які забезпечують здійснення

головної стратегії за окремими напрямками його діяльності [3].

Оскільки для торговельних підприємств основним видом діяльності є торгівля, то його генеральна стратегія, як правило, збігається із бізнес-стратегією: розширення існуючих ринків; проникнення на нові ринки; підтримання рівня збуту на ринках, що існують; концентрація зусиль на меншій кількості ринків; вихід з ринку. Кожна з цих стратегій потребує подальшої деталізації.

Ні одне підприємство в умовах ринку не може здобути одночасно переваги за якістю, цінами, асортиментом, обслуговуванням та ін.. Слід визначити для себе пріоритети діяльності, обрати стратегію розвитку, яка дасть змогу підприємству успішно функціонувати в умовах економічної нестабільності.

Правильно розроблена маркетингова стратегія дозволить підприємству: значно розширити клієнтську базу та збільшити обсяги продажів; підвищити конкурентоспроможність підприємства; створити інструменти масового залучення споживачів; розробити ефективну цінову та продуктову політику; налагодити механізм контролю маркетингових заходів; підвищити якість обслуговування споживачів.

У наш час торговельні підприємства мають будувати свою маркетингову стратегію за такими принципами: системність (принцип дослідження, при якому аналізується система загалом, а не її окремі складники); об'єктивність (стратегія має бути неупередженою); партнерство (врахування інтересів усіх учасників ринку); узгодженість (взаємодія між ієрархічними ланками та відносно самостійними підрозділами підприємства); інтерактивність (створення таких інтегрованих систем, які адекватно та своєчасно реагують та впливають на очікувані або прогнозовані зміни у макро- та мікросередовищі) [4].

Список використаних джерел:

1. Егоров Е.Ф. Стратегический маркетинг торгового предприятия / Е.Ф. Егоров // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4 (44). – С. 238–239.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2006. – 382 с.
3. Лоранж Питер Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей / Питер Лоранж. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 388 с.
4. Підмогильна О.І. Основні принципи формування корпоративних маркетингових стратегій підприємств [Електронний ресурс] / О.І. Підмогильна. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/73819.doc.htm.

Інна Бурак,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ ТОРГІВЛІ

Сучасне суспільство важко уявити без розгалуженої мережі торговельних закладів, кількість яких невинно зростає по всій території країни. Рівень торгівлі є своєрідним дзеркалом, де відображається рівень розвитку економічних відносин у суспільстві. В той же час відомо, що кінцевою метою економічних відносин між

торговельними підприємствами і споживачами є, як правило, отримання прибутку – в цьому полягає комерційний характер торгівлі.

Питання теорії і практики функціонування торгівлі та проблеми торговельних відносин займають значне місце в світовій економічній літературі, в зв'язку з чим існує значна кількість різноманітних наукових підходів, які запропонували відомі вітчизняні та зарубіжні вчені. У теоретичному аспекті торгівля як категорія досліджена всебічно у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як П.Буагільбер, Г.Коуз, В.Лагутін, А.Мазаракі, П.Мазурок, Т.Мальтус, А.Маршалл, Д.Норт, В.Ойкен, М.Портер, У.Петті, П.Самуельсон, В.Тарасевич, А.Ткач, Й.Шумпетер та інших. Незважаючи на значний внесок вчених у розвиток науки, залишаються дискусійними деякі теоретичні положення.

Торгівля – це та галузь господарства, що забезпечує рух товарів зі сфери виробництва у сферу споживання, своєрідний посередник між виробниками товарів та її кінцевими споживачами; форма товарного обігу, яка являє собою економічні відносини, пов'язані з обміном товарів, і конкретні господарські відносини, пов'язані з процесами їх реалізації. Таким чином, торгівля виконує дві головні загальні функції:

- як форма товарного обміну здійснює зміну форм вартості;
- як галузь економіки доводить товари від виробника до споживача.

На практиці обидві ці функції пов'язані і реалізуються через торговельні підприємства.

Перша з названих функцій торгівлі є непродуктивною, оскільки її виконання в торговельних підприємствах пов'язано з процесами безпосередньої купівлі-продажу товарів і включає в себе виконання касових, банківських, облікових та інших подібних операцій, що не збільшують вартість товару.

Друга функція є продуктивною і являє собою продовження процесів виробництва в сфері обігу. Для її виконання торговельні підприємства вирішують такі завдання, як транспортування, зберігання товарних запасів, фасування, сортування, тобто проводять ті операції, які збільшують вартість товарів.

Таким чином, першою відмінною особливістю торговельних підприємств є своєрідна подвійність функцій, які вони виконують.

У процесі відтворення торговельні підприємства перебувають під впливом двох сфер: виробництва і споживання. Так, торговельні підприємства впливають як на формування асортиментної політики виробництва, так і на формування купівельного попиту, і водночас змушені реагувати на зміни товарної пропозиції і коливання споживчого попиту. Тому другою особливістю торговельних підприємств є їх взаємний вплив як на виробничі підприємства, так і на кінцевого споживача.

Торгівля є складовою частиною сфери обігу товарів. З технологічної точки зору (в узагальненому вигляді) торговий процес – це сукупність процедур щодо закупівлі, зберігання і продажу товарів. Функціонально і технологічно торговельні підприємства не здійснюють повного виробничого циклу. Вони можуть виконувати окремі виробничі функції, але виробництво там в традиційному розумінні цього слова відсутнє. Тому третьою особливістю можна назвати здійснення торговельними підприємствами лише операцій з купівлі-продажу товарів і послуг, без їх виробництва. У силу специфіки своєї діяльності підприємства торгівлі повинні бути наближені до споживачів. Здійснюючи господарську діяльність, торговельні підприємства, перш за все, повинні визначити свою нішу на ринку, тобто знайти цільовий ринок збуту товарів і визначити його профіль щодо асортименту товарів, переліку надаваних послуг, оформлення магазинів, складів, засобів реклами, рівня цін тощо. Важливе значення має і рішення про місце розміщення торговельного підприємства, оскільки вибір місця його розташування – один з вирішальних конкурентних факторів з точки зору можливостей залучення покупців.

Таким чином, четвертою особливістю торговельних підприємств є цільова спрямованість ринку їх функціонування.

Для того щоб забезпечити успішну реалізацію товарів кінцевим споживачем, на торговельних підприємствах повинна проводитися повсякденна робота з вивчення і прогнозування купівельного попиту населення. З цією метою на торговельних підприємствах організований облік продажу і запасів товарів в асортиментному розрізі, а також реєстрація незадоволеного попиту і вимог покупців до якості окремих видів товарів. Враховуючи, що ця робота досить складна і трудомістка, облік руху товарів широкого асортименту реалізується за допомогою сучасного спеціалізованого комп'ютерного забезпечення. Тому п'ятою особливістю торговельного підприємства слід визначити асортиментний облік товарів.

Зважаючи на різноманітність товарної маси сьогодні, необхідно забезпечити повну інформованість споживачів щодо наявного ринку товарів. Кваліфікований персонал, застосування різноманітних методів продажу товарів, дослідження та аналіз потреб споживачів забезпечують функцію інформування. Для стимулювання збуту товарів широко використовуються різні види і засоби реклами. Успіх торговельної діяльності багато в чому забезпечується ефективною та дієвою рекламною діяльністю торговельного підприємства. Саме своєчасне і повне інформування споживачів за допомогою рекламних засобів становить шосту особливість діяльності торговельного підприємства.

Отже, під час дослідження через призму функцій торгівлі було висвітлено основні галузеві особливості торговельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1096.820.0>
2. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшесліньський, І. В. Смолін ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.
3. Нестеров Д. Покупатели смещаются в онлайн / Д. Нестеров // Экономические известия. – 2010. – №41 (1274). – С. 25.
4. Янчева Л.М. Бухгалтерський облік у галузях економіки / Л.М. Янчева, А.П. Грінько, І.В. Нестеренко; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2009. – 306 с.

Вардан Вардеванян,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАСТОСУВАННЯ ШКАЛ СЕМАНТИЧНОГО ДИФЕРЕНЦІАЛУ У ВИМІРЮВАННІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ МЕБЛЕВОЇ ГАЛУЗІ

Ринок, який динамічно розвивається, є системою можливостей та загроз для діяльності підприємств. Унаслідок негативних тенденцій на споживчому ринку України перед вітчизняними підприємствами актуальними залишаються питання утримання своїх конкурентних позицій. На українському ринку меблів спостерігається особливе загострення зазначених тенденцій. Одним із вагомих інструментів конкурентної боротьби є підтримка позитивного іміджу підприємства. Для ефективного застосування позитивного іміджу підприємства у конкурентній боротьбі крупних і невеликих компаній необхідно здійснювати оперативну діагностику стану оцінки іміджу власного підприємства та конкурентів.

Дослідженням методів вимірювання іміджу підприємства присвятили свої праці І.Альошина, К.Бабиц та І.Лахно, М.Томілова, І.Швець, Т.Примак, С.Горін, О.Ротовський, О.Рудая, О.Кріпіцікова, Д.Штефаніч, В.Шкардун та М.Ахтямов, Г.Черчіль, Р.Акофф, Б.Джі.

Про семантичну диференціальну шкалу як один із популярних та визнаних технік маркетингових досліджень при вивченні іміджу корпорації, торговельної марки або товару говорить А.Черчіль [4, с.381–383]. Він пояснює таку популярність семантичних диференціальних шкал у маркетингових дослідженнях:

- простотою, з якою вони створюються, та чіткістю, з якою вони видають результати;
- ця техніка також дозволяє виразити інтенсивність власних відчуттів стосовно компанії, товару, упаковки, реклами тощо;
- якщо зробити комбінацію з відповідними методиками опитувального аналізу, метод семантичного аналізу дозволить отримати дієвий інструмент дослідження.

Семантична диференціальна шкала виросла з одного дослідження Ч. Осгуда та його колег з Іллінойського університету, яке пов'язано із

прихованою структурою слів і яку було адаптовано до виміру та вивчення очікувань. Порядок її застосування мав відповідати таким вимогам:

1) при аналізі того чи іншого об'єкта дослідження здійснюється його опис. Опис об'єкта формується полярними оціночними судженнями. Деякі з цих суджень містять очікування, що приписувалися даному товару чи фірмі;

2) ще однією умовою є вимога щодо створення профілю торговельної марки, магазину, компанії чи іншого об'єкта, який би дозволив їх адекватно оцінити.

Проблему застосування шкал семантичного диференціалу дозволив вирішити раніше розроблений метод – метод використання шкали сумарних оцінок (шкали Лайкерта, в інших джерелах можна зустріти як Лікерт).

Основними підприємствами на українському ринку меблів є 20 крупних виробників [1; 2], чотирьом з них належить майже 7% ринку, серед них: «Меркс» (3%), BRW (2%), «Екмі меблі» (1%), «Енран» (1%). Приблизно 40% вітчизняного ринку меблів складають меблі імпортного виробництва, решта 53% ринку зайняті середніми та дрібними вітчизняними виробниками меблів.

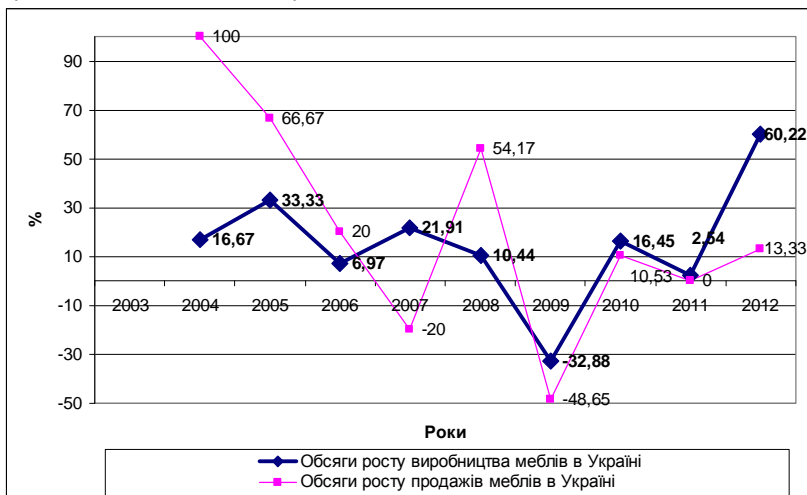


Рис. 1. Темпи зростання обсягів виробництва та продажів меблів в Україні за 2003–2012 рр..*

*Джерело: складено автором за [1; 4-8]

На чернівецькому меблевому ринку, крім регіональних виробників та продавців меблів, працюють меблеві салони відомих українських та європейських виробників. За здійсненими опитуваннями жителів міста

Чернівці протягом 2007–2009 років, лідерами згадувань та наявності знань про торгові марки і виробників на місцевому ринку меблів є ТМ «ПАН-ДИВАН», ТМ «ІМПУЛЬС», ТМ «ДЕКС», ТМ «БОЛЕНА», ТМ «МЕРКС», ТМ «Меблі від Майї». Усі представлені торгові марки виробників меблів, крім ТМ «ПАН-ДИВАН» та ТМ «Меблі від Майї», мають більш ніж десятилітню історію на чернівецькому ринку меблів.

На основі проведених досліджень ми створили шкалу семантичного диференціалу оцінки іміджу виробників меблів м. Чернівці (рис. 2). Завдяки отриманій шкалі оцінок ми можемо визначити позиції виробників на ринку меблів м. Чернівці, їхні сильні та слабкі сторони за різними параметрами їх іміджу.

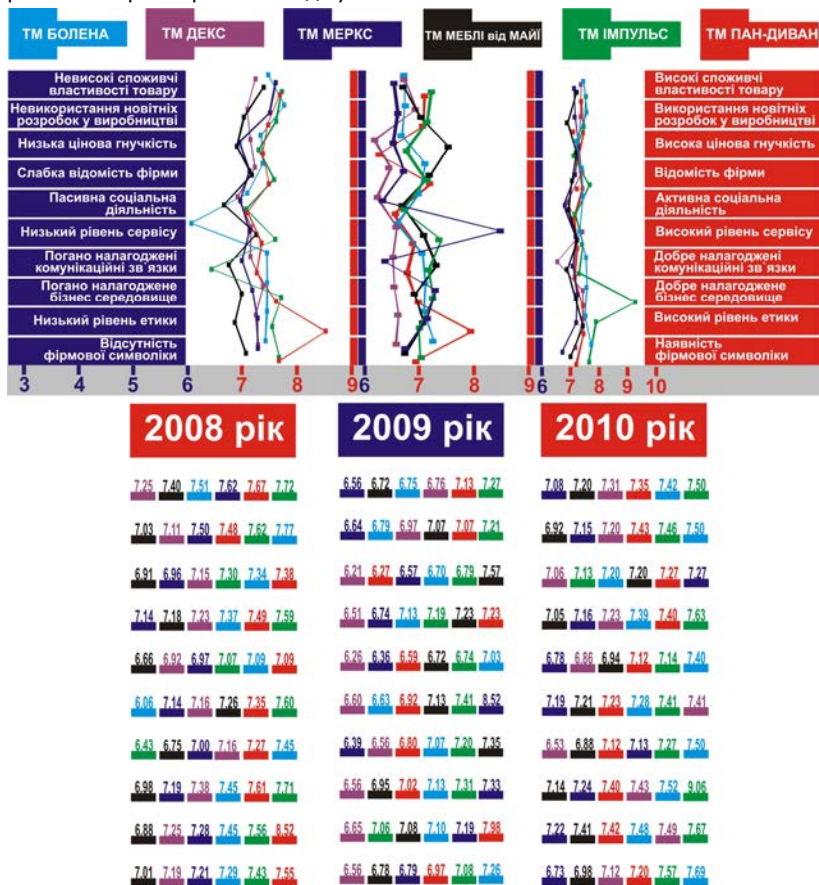


Рис. 2. Рівень реального іміджу виробників меблів м. Чернівці за шкалою семантичного диференціалу за 2008–2010 р. (бали)

Проведені дослідження іміджу виробників та продавців меблів на чернівецькому ринку меблів дали змогу виявити тенденції, які чітко кореспондуються із загальноекономічними кон'юнктурними коливаннями в Україні. Поряд із значним скороченням меблевого ринку у 2009 році (рис. 1) ми спостерігаємо суттєве загальне зниження показників оцінки іміджу меблевих підприємств (рис. 2). У 2010 році спостерігається незначне піднесення ринку меблів в Україні і цю ж тенденцію спостерігаємо в оцінці іміджу підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бизнес. – 11 июня 2007 года. – № 24 (751) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.business.ua/1751/a23507/>
2. Бизнес. – 03 марта 2008 года. – № 9 (788) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.business.ua/1788/a24220/>
3. Кирпищикова О. Метод семантического дифференциала как один из способов изучения имиджа торговой организации / О. Кирпищикова // Маркетинговое образование. – №4. – 2004.
4. Ринок меблів України. Програма «Аналіз ринку». Телеканал УВС. 12.02.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pro-consulting.ua/ukr/video/analitika/2010/02/12/rinok_mebliv_ukraini_4144.html
5. Серета Е. А. Жилпассив [Электронный ресурс] // Бизнес-Информ. – № 1–2 (884–885) от 18.01.2010. – Режим доступа: http://www.business.kiev.ua/articles/live_furniture_market/2510/?sphrase_id=3923
6. Серета Е. А. Корпускулярная теория [Электронный ресурс] // Бизнес-Информ. – 03.08.2010. – Режим доступа: http://www.business.kiev.ua/upload/Pics_to_articles/889/889_p76_tabl1.jpg
7. Серета Е. А. Итальянс [Электронный ресурс] / Е. А. Серета // Бизнес-Информ. – № 12 (1051). – 25.03.2013. – Режим доступа: <http://www.business.ua/articles/konyurencziya/48265/>
8. Серета Е. А. Мебельный танец [Электронный ресурс] / Е. А. Серета // Бизнес-Информ. – № 48 (1035). – 26.11.2012. – Режим доступа: <http://www.business.ua/articles/konyurencziya/41769/>
9. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Гилберт А. Черчилль. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 752 с.
10. Штефанич Д. А. Поведінка споживачів : навч. посібн. / Штефанич Д. А., Ліманський А., Мартова С. П. та інші. – Івано-Франківськ: ІМЕ «Галицька академія», 2005. – 232 с.

Ольга Вдовічена, к.е.н., Світлана Олійнич,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАСТОСУВАННЯ ПОДІЄВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ

Сьогодні інтерес науковців та практиків до концепції подієвого маркетингу пов'язаний з тим, що в умовах швидкого інформаційного розвитку територіям стає все важче заволодіти увагою цільової аудиторії. Зважаючи на те, що старі маркетингові інструменти з часом втрачають свою ефективність, міста, регіони і країни змушені винаходити нові концепції та перспективні шляхи, які дозволять повернути до них увагу та будуть відповідати вимогам сучасності.

У сучасному конкурентному середовищі питання про завоювання потенційних споживачів за допомогою інструментів маркетингу стає особливо актуальним, коли унікальність територій більше не є основною перевагою, і туристичні властивості місць стають все більш схожими. Боротьба за увагу цільової аудиторії переходить зі сфери раціонального в сферу емоційного впливу.

Подієва складова все частіше чинить сильний вплив не тільки на розвиток територій та міст, але й на розвиток їхньої економіки, оскільки культурні події стають не тільки престижними, а й прибутковими заходами.

Головне завдання сучасного маркетингу – створити події, а враховуючи можливості мережі Інтернет, – генерувати масу подій та інформаційних повідомлень, бажано, звичайно, привабливих і цікавих для аудиторії.

Уряди різних країн підтримують і включають події в частину своєї стратегії економічного розвитку, розбудови держави та використовують як вагомий інструмент маркетингу і брендингу територій [2, с.169]. Корпорації та підприємства використовують події як ключові елементи своєї маркетингової стратегії і просування іміджу, оскільки ЗМІ про події пишуть у газетах, транслюють їх по телебаченню. Також увага до визначних подій займає більшу частину вільного часу споживачів, збагачуючи їх життя яскравими і пам'ятними моментами.

Подієвий маркетинг – це комплексний інструмент щодо створення та управління емоційним сприйняттям території в процесі безпосереднього спілкування зі споживачем. Він включає в себе особисте знайомство з місцем, досвід переживання, що дозволяє досягти емоційного залучення споживача в систему цінностей даної території. Особисте знайомство і прями взаємодії з емоційним фоном місця складають ключову перевагу подієвого маркетингу.

Подієвий маркетинг дозволяє утримувати та залучати увагу мешканців, туристів та інвесторів. Багато міст і регіонів за кордоном вже давно успішно використовують цей інструмент. Події помітно впливають на підвищення конкурентоспроможності більшості територій. Розвитку і становленню даного маркетингового напрямку сприяють Асоціація Міжнародних фестивалів і подій (IFEA), яке було засновано в 1956 році, до 2011 року має понад 2000 учасників, і міжнародне суспільство спеціальних подій (ISES), засновану в 1987 році.

Якщо подієвий маркетинг організований правильно, підібрано відповідні події та цільова аудиторія, то ефект не змусить себе довго чекати. За допомогою влучних інструментів маркетингу подій можна не тільки підвищити впізнаваність території, стимулювати відвідуваність, але й сформувати лояльність цільової аудиторії до території – центру подієвого маркетингу.

Сьогодні у світі налічується кілька десятків міст, які спеціалізуються на маркетингу подій і живуть на доходи від нього. Всесвітньо відомий щорічний економічний форум у Давосі, кінофестивалі в Берліні, в Каннах. Так, наприклад, у 2011 р. економічний ефект від Канського фестивалю склав майже 200 млн. євро (194 млн. 653 тисячі), він створив 3200 робочих місць, і на нього припало 10 % річного завантаження готелів у регіоні [3, с. 185].

Репутацією однієї із «святкових» країн користується Італія. Найпопулярнішим є карнавал у Венеції, який щорічно проходить в лютому. Протягом 10 днів у місті відтворюється святкова атмосфера XVIII ст.. Кавалькади, традиційні церемонії, всілякі паради і маскаради змінюють один одного на галасливих і строкатих вулицях. Щорічно на карнавал у Венеції приїжджають понад 500 тис. туристів з різних країн світу [3, с. 185].

Якщо деякі заходи можуть залучити певну аудиторію, то інші, в свою чергу, об'єднують населення території і туристів. Особливої уваги тут заслуговують спортивні події. Сучасний спорт – одна з масових форм розважального і культурного життя, до того ж сфера, яка вносить інвестиції в розвиток міст. Одним з яскравих прикладів є проведення Олімпійських ігор, коли не тільки на місті, але й на цілій країні зосереджується увага всього світу [4, с. 190].

Масштабні міжнародні заходи, події можуть надати унікальні можливості для просування території та підвищення її туристичної привабливості. Але вони забезпечують обмежений, короткостроковий ефект, якщо не включаються в довгострокові стратегії розвитку, які зазвичай пов'язані з поточною соціально-економічною ситуацією. Дані заходи також повинні активно підтримуватися жителями міста або країни [2, с. 148].

Найкращі маленькі містечка і навіть села сьогодні використовують інструменти подієвого маркетингу, організовуючи фестивалі, що підкреслюють їх унікальність [4, с. 220]. Популярними темами є святкування на честь відомих особистостей, які народилися в даних містах, наприклад, Генуя прикладає величезні зусилля до увічнення пам'яті Христофора Колумба. Крім відомих людей, темою може стати і класична музика, балет, театр, опера (Фестиваль Шаляпіна в Казані), кінематограф (Ніцца, Канни).

Відтак, окрім того, що проведення різноманітних заходів відіграє важливу роль у відродженні території і робить значний внесок у підвищення її туристичної привабливості, така маркетингова діяльність часто стає початком брендингової компанії міста, регіону чи країни. Якщо у території вже є сильний бренд (культурний, туристичний), він може залучити заходи, які в свою чергу будуть зміцнювати його.

Насамкінець хотілось б зазначити, що процес формування, становлення, розвитку та використання інструментів подієвого маркетингу як значущої галузі територіальної спеціалізації в Україні у даний час неможливий без координації зусиль органів державної влади всіх рівнів, бізнес-спільноти і науки.

Список використаних джерел:

1. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаус и др. ; пер. с нем Т. Фоминой. – М. : Эксмо, 2010. – 384 с.
2. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / К. Динни ; пер с англ. Веры Сечной. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.

3. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. – М. : Академия, 2008. – 272 с.

4. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер ; Стокгольмская школа экономики. – Санкт-Петербурге, 2005. – 384 с.

Роман Гищук, к.г.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ГОТЕЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розвиток готельно-туристичної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним, оскільки туризм є одним із важливих чинників виходу нашої економіки з кризи, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях господарства, підвищення зайнятості населення. Основною складовою туристичної галузі є готельне господарство. Адже саме готельні господарства виконують одну із найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами.

Сфера готельно-ресторанного обслуговування на території України розвивається нерівномірно і носить чітко виражений регіональний характер. Для регіонального ринку характерним є розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженість та різноманітність їх мережі, якість та обсяг послуг, пропонувані готельним господарством. У Чернівецькій області галузь готельного господарства останніми роками зазнала певних змін. Використання географічного положення регіону створює сприятливі умови для розвитку туристичної галузі та є одним із пріоритетних напрямків розвитку регіональної політики загалом і готельної інфраструктури зокрема.

Проблеми дослідження готельного бізнесу України були опрацьовані в дослідженнях вітчизняних фахівців: Л.Агафонової, Т.Бурменко, А.Дурович, Т.Сокол; зарубіжних: С.Бриггс, І.Енджейчик, Г.Кларк. Засновниками наукового підходу до класифікації готелів у світовій практиці стали доктор В. Хунцикер і доктор К.Крапф.

Готельна інфраструктура Чернівецької області є, загалом, розвинутою задовольняє попит туристів. Останніми роками тут активно розвивається будівництво та відкриваються нові туристичні та готельно-ресторанні комплекси, де туристи можуть отримати широкий спектр відпочинкових, розважальних та побутових послуг. Станом на 1 січня 2013 року на території області функціонувало 80 готелів та аналогічних засобів розміщення, що на 19,4% більше, ніж за попередній рік [1].

Найменша кількість готелів знаходиться в Герцаївському, Кельменецькому, Сокирянському районах. Це означає, що ці районні центри є найменш відвідуваними в області, а туристична

інфраструктура недостатньо розвинута. Найбільша кількість готелів припадає на три райони і м. Чернівці. Це пояснюється тим, що Кіцманський р-н – це приміська зона довкола обласного центру, а Вижицький і Путильський забезпечують основні рекреаційні комплекси в області з найбільшими туристичними потоками.

Останніми роками в м. Чернівці зростає кількість місць у закладах розміщення як за рахунок відкриття нових, насамперед «малих» приватних готелів і апартаментів, так і за рахунок реконструкції вже існуючих «великих» готелів. Аналіз динаміки туристичних потоків у місті за останні роки засвідчує зростання зацікавленості як серед внутрішніх, так і серед іноземних туристів. Тому стає нагально необхідним стимулювання розвитку туристичної інфраструктури, зокрема готелів.

Серед громадян іноземних країн, які були прийняті в готелях області в 2012 році, переважали приїжджі з Російської Федерації – 1,246 тис. ос., Молдови – 1,422 тис. ос., Румунії – 0,846 тис. ос., Польщі – 0,585 тис. ос., Німеччини – 0,3 тис. осіб. Зокрема, найбільша кількість іноземців припадала на 2012 рік (7359 ос.), а найменша – на 2010 рік (4548 ос.) рік [1]. Це можна пояснити тим, що 2010 рік ускладнювався економічною кризою, що, відповідно, призвело до зменшення туристичних потоків. 2012 рік відзначився більшою відвідуваністю іноземців завдяки Євро-2012.

Середньорічна завантаженість готелів міста протягом 2000–2012 рр. складала 8,25–8,1%. Починаючи з 2008 р., простежується різке зменшення рівня завантаженості готелів порівняно з попередніми роками. Це пояснюється тим, що у 2008 р. різко зросла (вдвічі) кількість готелів, середня місткість готелів, але не пропорційно кількості туристів. В наступні роки, аж до 2011 р., спостерігається різкий спад кількості туристів, зменшення відвідування області іноземними громадянами, збільшення рівня простоювання місць у готелях, частина з яких стає все частіше збитковими. Причиною цього була економічна криза – складна фінансова ситуація, яка зменшила платоспроможність населення.

Найбільша кількість туристів в області припадала на 2005–2007 роки, що можна пояснити стійкішим фінансово-економічним становищем населення у той період. Різке зменшення туристичного потоку в Чернівецькій обл. відбулося з 2008 до 2011 рр., що стало відбитком економічної кризи. І лише з 2012 року в області стала вирізнятися тенденція до збільшення кількості туристів та завантаженості закладів розміщення. Водночас, негативним явищем є досить низька тривалість перебування туристів у закладах розміщення, яка від 2000 по 2012 рік в середньому складала менше 3 днів. Для підвищення ефективності функціонування готельного господарства області необхідно шукати способи збільшення часу перебування туристів у закладах розміщення.

Ними можуть бути оновлення матеріально-технічної бази готелю, розширення асортименту послуг у готелі, розробка різноманітних атрактивних заходів для гостей, підвищення рівня обслуговування та залучення кваліфікованого персоналу з відповідною освітою і т.і.

Основні показники роботи готелів та аналогічних засобів розміщення в 2012 році засвідчують, що 92% доходів готелів та аналогічних закладів розміщення складають прибутки від продажу номерів, і лише 8% припадає на надходження від додаткових послуг. Тому доцільним було б урізноманітнення та диверсифікація додаткових послуг у готелі. До них віднесемо і різноманітні спортивно-оздоровчі заклади при готелях (SPA, басейни, спортивні майданчики та тренажерні зали), і можливості організування широкого кола ділових заходів, і послуги екскурсорова, і послуги закладів харчування при готелях, і багато іншого. Це дало б змогу збільшити тривалість перебування туристів, залучити більше прибутків і тим самим підвищити фінансово-економічну ефективність функціонування готельного бізнесу Чернівецької області.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики в Чернівецькій області. Туризм та відпочинок в області: статистичний збірник / За ред. Г.І. Петрова. – Чернівці, 2013. – 88 с.

Лучія Гомба, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Сьогодні пріоритетна роль у розвитку підприємства належить персоналу, який є носієм знань, інформації, інтелекту та інновацій. Саме кадрова складова ресурсного потенціалу підприємства в умовах конкуренції стає однією з найважливіших, найвагоміших сил подолання кризи. З появою управління персоналу, як спеціалізованої штабної діяльності в системі сучасного менеджменту, пов'язано становлення менеджменту персоналу, який поступово інтегрує і трансформує створені форми управлінської роботи.

В усьому світі йде пошук найбільш раціональних моделей управління. Досвід багатьох фірм показав, що інвестиції в нове обладнання не приводять до підвищення продуктивності праці, якщо не враховується «людський фактор», тобто якщо одночасно не здійснюються великі інвестиції капіталу в підготовку персоналу, створення резерву кадрів, у впровадження нових принципів організації праці. Для управлінського рівня необхідно, крім того, створення нової виробничої культури, що включає принципи групової роботи (виробничої діяльності), реорганізацію підготовки і підвищення кваліфікації персоналу з орієнтацією на системну, комплексну організацію роботи з резервом кадрів, на оплату праці, виходячи з виробничих потреб, на стимулювання ініціативи і залучення в процес

прийняття рішень, у тому числі спрямованих на підвищення якості обслуговування споживачів.

Дослідники та практики стверджують, що традиційний керівний інструментарій, притаманний українським підприємствам, стає все менш ефективним. Це зумовлено тим, що виробнича та комерційна діяльність постійно ускладнюється, і підприємства для свого виживання та розвитку повинні шукати методи адаптації до зовнішнього середовища. До визначених недоліків лінійно-функціональної структури системи управління персоналом на підприємствах (коли керівництво додержується принципу єдиноначальності та функціонального поділу праці) відносять:

1) невідповідність повноважень та відповідальності, прав та обов'язків, контролю та виконання;

2) труднощі чи посадової особи з громадських позицій;

3) обмеження у реалізації принципу єдиноначальності, що кладуть сам принцип під сумнів;

4) переважання поточних, оперативних кадрових питань, що мають невідкладний характер та формулюються простіше, над перспективними та стратегічними внаслідок надмірної концентрації повноважень на верхньому рівні управління.

Таким чином, поточні труднощі сучасних українських підприємств багато в чому пов'язані з неефективним кадровим управлінням: збереглася висока концентрація повноважень щодо прийняття рішень у керівництва, відсутня довгострокова кадрова стратегія, зберігається агресивна політика менеджменту щодо працівників та профспілок.

У наш час підприємства, де усі пропозиції, що вирішуються, як правило, у функціональних відділах, повинні передаватися до вищої ланки керівництва – не рідкість. Фактично більшість питань вирішує сам керівник організації за принципом «директор – функціональні відділи» та «функціональні відділи – управління підприємством»; відчуження структурних підрозділів апарату управління викликана тим, що їх робота спрямована на виконання певної визначеної функції, не досягає загальної мети з визначеним кінцевим результатом.

Недоліки в управлінні персоналом за традиційною оргструктурою пов'язані з тим, що в існуючих організаціях в основному вказані вертикальні зв'язки, а горизонтальні між структурами не практикуються і не є «прописаними». Для розв'язання цієї проблеми використовується блочний підхід проектування організаційної структури управління в організаціях з урахуванням не лише вертикальних, але й горизонтальних зв'язків. Для самої кадрової служби така система є вигідною, проте вона створює додаткові обсяги роботи для керівника організації, оскільки розширює сферу контролю і таким чином ускладнює його працю.

Традиційна модель управління персоналом в умовах ринкової економіки, що не справляється із завданнями конкурентної боротьби у всіх її проявах, у тому числі у боротьбі за якість і професіоналізм робочої сили, підлягає сьогодні різким змінам. Значно ускладнюються система мотивації і стимулювання працівників, тимчасові рамки по прийому на роботу скорочуються (короткострокові контракти, банкрутство підприємств, сезонні роботи), матеріальне заохочення працівників зводиться до отримання лише заробітної плати. Одночасно стає домінуючою точка зору про те, що визначним показником конкурентоспроможності підприємства є його людський потенціал. У зв'язку з цим, необхідно створити нові структури управління персоналом, головними рисами яких є:

1) орієнтація на висококваліфіковану та ініціативну робочу силу, що інтегрується у процесі виробництва;

2) неперервність процесу збагачення знанням та кваліфікацією;

3) гнучкість організації праці;

4) делегування відповідальності згори донизу;

5) партнерські відносини між учасниками виробництва;

6) нова організаційна культура, орієнтована на робітників.

Звичайно, сучасним українським підприємствам притаманні деякі зрушення щодо перебудови системи управління персоналом. Навіть за збереження лінійно-функціональної організації скорочуються конструкторські та технічні відділи, деякі відділи обслуговування; посилюється роль комерційних підрозділів. На підприємствах виникають служби маркетингу, що займаються рекламою та збутом готової продукції і спричиняють слабкий вплив на виробництво, служби по роботі з персоналом, що намагаються усунути міжособистісні проблеми у трудовому колективі. Проте при усіх змінах зберігається традиційна схема розподілу повноважень та відповідальності.

За нових умов господарювання, коли підприємства повинні бути орієнтовані на споживача, необхідні якісні парадигмальні зміни системи управління персоналом, створення цілісної системи управління кадрами, що обумовлені наступними обставинами:

1. Необхідний більш ретельний підбір працівників з врахуванням їх характерологічних та фізичних особливостей, збільшення навантаження на кожного працівника, оптимальним розподілом співробітників на робочих місцях. Скорочення чисельності персоналу – найважливіший важіль підвищення ефективності виробництва в умовах перехідної економіки.

2. Зменшення кількості працівників, що повинно бути компенсоване більшою інтенсивністю праці і, відповідно, їх вищою кваліфікацією. У зв'язку з цим збільшується відповідальність відділу кадрів чи відділу управління персоналом у виборі напрямів кваліфікаційного росту працівників, у збільшенні форм навчання та стимулювання їх праці.

3. Реалізація перебудови служби кадрів, що веде за собою підвищення ролі усіх рівнів менеджменту в управлінні персоналом та обумовлення необхідності кардинальної перебудови діяльності усіх підрозділів та створення багатofункціональної служби персоналу.

У нових умовах заслуговує на увагу система управління персоналом, орієнтована на стратегію кооперування та розвитку контрактних відносин, коли основний акцент в управлінні потрібно перенести на унікальні конкурентні переваги персоналу та внутрішньоорганізаційну культуру, що створює орієнтацію на людські ресурси. Адже чималий досвід розвинутих зарубіжних підприємств дає змогу оцінити ефективність роботи підприємств, система управління персоналом яких орієнтується перш за все на інтереси працівників та має широкую мережу внутрішньоорганізаційних зв'язків не лише за вертикальною, але й за горизонтальною схемою.

Список використаних джерел:

1. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу / Н. Гавкалова // Україна: аспекти праці (науково-економічний та суспільно політичний журнал). – 2006. – №7. – С. 17–22.
2. Ельнікова Г. В. Технологія адаптивного управління персоналом / Г.В. Ельнікова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №3. – С.23–33.
3. Макарян А. С. Глобализация и человеческий потенциал: демографическое измерение (международный аспект) / А. С. Макарян. – М., 2003. – С. 112–123.
4. Пузирьова П. В. Базові підходи до формування принципів і методів управління персоналом підприємства / П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №1. – С. 158–162.
5. Яцишин Н. І. Персонал підприємства: кількісний і якісний аспект / Н. І. Яцишин // Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства : тези доповідей ІІ наук.-практ. конф., 23-24 жовт. 2009 р., Львів / НУ Львівська політехніка та ін. – Львів : Вид-во "Львів. політехніка", 2009. – С. 176-178

Володимир Козменко,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

АКАДЕМІЧНИЙ БІЗНЕС-ІНКУБАТОР ЯК ШЛЯХ РЕАЛІЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИПУСКНИКІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Сучасні реалії суспільного життя потребують сучасної економічної системи, яка би була спроможна задовільняти розширені та урізноманітнені потреби сучасної людини. Основним з критеріїв сучасності такої системи є інноваційність, яка не тільки передбачає використання новітніх технологій, а й новітнього мислення підприємців. Відомо, що найбільш гнучкою складовою економічної системи є малий та середній бізнес.

З іншого боку, уже сьогодні вітчизняне суспільство стикається з проблемою працевлаштування молодих фахівців, випускників вищих навчальних закладів. Великий бізнес більш-менш уже укомплектований трудовими ресурсами. На великих підприємствах працюють достатньо досвідчені працівники, які добре справляються зі своїми обов'язками в рамках діючих технологій. До інновацій великий бізнес не такий

спраглий і гнучкий, а тому молоді, недосвідчені, але креативні кадри йому наразі не дуже потрібні. Випускникам нічого іншого не залишається робити, як шукати себе в дрібному і середньому бізнесі. Але одна справа – найматися на роботу і зовсім інша – самому створювати підприємство. Мале підприємництво оптимізоване на високому рівні і тому лишніх кадрів не поторебує, а для створення власного підприємства потрібне певне підґрунтя: кошти, досвід, розвідані ринки збуту продукції. Самостійно заснувати мале підприємство, яке би стало за короткий час успішним, недавньому студенту надзвичайно важко. І тут в багатьох країнах на допомогу приходять бізнес-інкубатори.

Бізнес-інкубація відіграє все важливішу роль для нових підприємств у всьому світі. У все більшій кількості країн інкубатори, які підтримують розвиток молодих, інноваційних фірм, визнаються засобом зміцнення підприємницької діяльності (зростання кількості нових підприємств) та підвищення здатності нових компаній виживати. Поширення бізнес-інкубаторів є одним з головних способів задоволення потреб нових інноваційних фірм. Вплив бізнес-інкубаторів у Європі демонструють такі факти:

- 90% всіх нових підприємств, які починають діяльність у бізнес-інкубаторі, виживають впродовж перших трьох років поспіль;
- суспільна вартість створення робочих місць у бізнес-інкубаторах є дуже низькою порівняно з іншими суспільними заходами та програмами;
- 900 європейських бізнес-інкубаторів допомагають у створенні 29 000 нових постійних робочих місць кожного року на підприємствах, що є більш життєздатними, ніж підприємства, які створюються за межами інкубаторів.

Бізнес-інкубатором називається організація, яка спеціалізується на створенні достатніх умов для ефективної діяльності інноваційних фірм, які реалізують оригінальні науково-технічні проекти. Це здійснюється шляхом надання цим фірмам матеріальних (перш за все наукового обладнання та приладів), інформаційних, консультаційних та інших ресурсів та послуг. У світовій практиці відома низка варіантів організаційних форм взаємодії науки та виробництва у фармацевтичній галузі. Вони формуються на базі дослідних лабораторій, великих фармацевтичних компаній, торгових комплексів, банків тощо.

Підопічні фірми можуть отримувати різного роду послуги, до яких належать: оренда приміщень, прокат науково-технічного обладнання на необхідний період, консультації з економічних та юридичних питань, фінансові послуги, послуги у сфері охорони та захисту інтелектуальної власності, оформлення бізнес-планів, документів, експертиза інноваційних проектів, пошук партнерів та інвесторів, проведення маркетингових та патентних досліджень при розробці ЛП, пошук і вибір

постачальників субстанцій, інформаційне та рекламне забезпечення.

Діяльність бізнес-інкубаторів досить ефективна. Їхній розвиток не потребує бюджетних асигнувань. Бізнес-інкубатор є комерційною організацією, бо окупність її витрат забезпечується за рахунок участі в майбутніх прибутках малих фірм. Доходи бізнес-інкубаторів складаються з таких джерел: 1) орендна плата, яка надається фірмам на пільгових умовах (приміщення, обладнання, досвідне виробництво та ін.); 2) надання на пільгових умовах правових, рекламних, інформаційних та інших послуг; 3) участь у прибутку тих фірм, в які опікун вклав свої засоби в тій чи іншій формі. Тривалість перебування фірми в бізнес-інкубаторі становить в середньому 3 роки. Надалі малі фірми розвиваються самостійно або переходять на інші форми інноваційно-організаційних структур.

Цікавим також є досвід Польщі в сфері стимулювання розвитку інноваційного підприємництва, яке відбувається в таких формах: 1) центри трансферу технології; 2) інкубатори (бізнес-, академічні, інноваційні); 3) технологічні парки (науково-технологічні, промислово-технологічні); 4) промислові парки.

Не секрет, що дуже часто авторами революційних бізнес-ідей та інновацій були і будуть студенти і викладачі вищих навчальних закладів. Досвід Польщі показує, як можна забезпечити трансфер від академічної думки до успішної бізнес-моделі на загальнонаціональному рівні, і може послужити хорошим прикладом для України.

Ідея – це те, з чого бере свій початок будь-який бізнес або start-up. Цікавий і оригінальний проект може стати запорукою успіху на ринку. Але що якщо підприємницького досвіду і відповідної освіти в автора ідеї просто немає? Адже без початкового бачення бізнесу в перспективі декількох років, команди одностумців, розуміння свого продукту, стратегії і ніші на ринку неможливо втілити навіть найперспективніші ідеї. При великих державних університетах Польщі працює мережа бізнес пре-інкубаторів, покликаних допомогти реалізувати бізнес ідеї.

Академічний інкубатор підприємництва – це мережа, яка об'єднує понад 30 університетів в Польщі і понад 1400 фірм. Основна місія такого типу інкубатора – це створення сприятливого клімату для розвитку академічного підприємництва. Інкубатор у стінах вузу надає комплексну підтримку. Завдяки платформі **Startup Online** можна зареєструвати фірму протягом 24 годин, отримати юридичну та бухгалтерську консультацію. Програма **Startup House** надає доступ до 40 офісним приміщенням високого стандарту, з сучасним комп'ютерним та програмним забезпеченням. У свою чергу, програми **Startup Kick-Off**, **Mentoring & Training** забезпечують якісне навчання, допомагають знайти бізнес-партнерів та інвесторів. Все це не безкоштовно. Участь в інкубації коштує 250 злотих (близько \$ 80) на місяць. Але сама тільки оренда офісу в центрі Варшави коштує на порядок дорожче. Інноваційні

проекти можуть претендувати на інвестиції до 100 000 злотих, а це більше \$ 30 000. За сім років роботи завдяки Академічному інкубатору підприємництва 5200 студентських ідей були втілені в життя.

Через академічні бізнес-інкубатори в Україні також можна вирішувати дві нагальні проблеми: розвиток малого і дрібно-середнього бізнесу, а також працевлаштування студентів і випускників вищих навчальних закладів. Водночас в Україні є певні перешкоди на шляху розвитку бізнес-інкубаторів: 1) відсутність законодавчої бази діяльності бізнес-інкубаторів; 2) низька інформованість місцевих керівників про можливості бізнес-інкубаторів у розвитку підприємництва регіону; 3) інерційність вищих навчальних закладів, небажання керівників ВНЗ займатися проблемами працевлаштування студентів, застосовуючи методику та технології бізнес-інкубації.

Таким чином, видно, що сьогодні є досить актуальною проблема ефективного використання бізнес-інкубаторів для активізації процесів розвитку підприємництва в Україні, тим більше, що зарубіжний досвід красномовно свідчить про значні позитивні переваги для розвитку підприємництва. Не обов'язково слід чекати поштовху розвитку такого типу економічних відносин від держави. Достатньо волі територіальних громад, бізнесу та вищих навчальних закладів. Позитивні результати у цьому напрямі настануть лише в комплексі із дієвими кроками різних суб'єктів щодо реалізації економічної стратегії розвитку на інноваційній основі із врахуванням фінансового, технічного, законодавчого, організаційного та інформаційного аспектів.

Список використаних джерел:

1. Подлевський А. А. Бізнес-інкубатор як форма підтримки розвитку підприємництва: зарубіжний досвід та українські реалії [Електронний ресурс] / А. А. Подлевський. – Режим доступу: <http://www.viem.edu.ua/konf3/art.php?id=0110>
2. Тіманюк В. М. Бізнес-інкубатор [Електронний ресурс] / В. М. Тіманюк // Фармацевтична енциклопедія : сайт. – Режим доступу: <http://www.pharmacyencyclopedia.com.ua/article/1902/biznes-inkubator>
3. Токарев О. Академічний бізнес інкубатор. Досвід Польщі [Електронний ресурс] / О. Токарев // Науковий парк «Київська політехніка» : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://spark.kpi.ua/uk/node/627>

Ірина Лошенко, к.т.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПІДВИЩЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна економічна ситуація в Україні негативно відображається на діяльності торговельних підприємств. Провідні оператори роздрібно-торговельної мережі скоротили свої програми розвитку внаслідок ускладнення кредитування, деякі з них потерпіли банкрутство, а їх бренди припинили своє існування. Водночас оцінка потенціалу вітчизняних підприємств свідчить про те, що існуючі проблеми можливо і необхідно подолати на основі використання передових

ефективних інструментів роздрібно́ї діяльності. Перед торговельними підприємствами ставиться завдання використання найбільш дієвих методів залучення клієнтів, формування стійких відносин з ними на принципах співпраці, оновлення всієї системи маркетингу. Актуалізація основної цілі маркетингу торгівлі передбачає перетворення потенційного покупця в клієнта підприємства, а це потребує уточнення і розвитку маркетингового інструментарію, що підтверджує важливість розробки і систематизації теоретичних основ, конкретних прийомів та методів, які дозволяють об'єктивно оцінювати стан роздрібно́го ринку, аналізувати його як складну організаційно-економічну систему, що і взаємодіє із зовнішнім середовищем, і має джерела самостійного внутрішнього розвитку. При цьому підвищення лояльності споживачів роздрібних торговельних підприємств виступають надзвичайно важливим фактором в умовах відновлення економічного росту.

Проблеми і методи оцінки рівня клієнтської задоволеності розробляли у своїх працях такі науковці, як: Ю.П.Адлер, К.Андерсон, М.Браун, С.Бутчер, К.Керр, Т.Парамонова, П.Темпорал, Х.Томпсон, М.Трот, Н.Хілл та інші. Проте, незважаючи на великий перелік публікацій, присвячених вказаним проблемам, недостатньо опрацьованими залишаються програми забезпечення лояльності покупців до торговельних підприємств.

Ціль нашого дослідження полягала у розробці та обґрунтуванні маркетингового інструментарію підвищення лояльності споживачів до роздрібних торговельних підприємств.

Лояльність клієнтів у вітчизняних роздрібних торговельних підприємствах розвинута недостатньо. Це, насамперед, пояснюється відсутністю стереотипу консенсусного вирішення конфліктів між попитом та пропозицією, слабкою диференціацією товарів, що не дозволяє застосовувати ефект клієнтської лояльності для перманентного функціонування підприємств.

Підприємства повинні одночасно здійснювати масовий маркетинг, який передбачає вирівнювання відмінностей у потребах і пропонувати товари, які найбільше враховують потреби кожного споживача. Дані питання у маркетинговій діяльності можуть бути вирішені на основі диференціації напрямків стимулювання прихильності клієнтів до обслуговування на конкретному підприємстві, коли відбувається пошук сфер лояльності, які ґрунтуються на територіальних, соціально-економічних та поведінкових характеристиках покупців. Такий підхід поглиблюється та доповнюється сегментацією споживачів, спрямовується на знаходження способів та методів взаємодії з ними, які не пов'язані з процесами купівлі-продажу товарів. Водночас важливість даного процесу вимагає його обов'язкової інтеграції у систему управління підприємством [1, с. 108].

Водночас відбуваються суттєві заміни пріоритетів покупців у

споживанні та використанні товарів і послуг. Кожен з них уже не просто хоче придбати товар чи послугу у потрібному асортименті, кількості, місці і часі, а повинен бути переконаний, що вони належать саме конкретному виробнику, є брендовими та виконаними за їх замовленням. Торговельні підприємства не тільки задовольняють ці бажання, а й переходять з ними у новий формат відносин – маркетинг взаємовідносин, який дозволяє об'єднати покупців у групи за інтересами, продавати товари та надавати послуги, які піднімуть і посилять їх життєву позицію, вирізнять серед інших, допоможуть у досягненні цілей [2, с. 121].

Розробка програми лояльності дозволяє виявити та передбачити можливі недоліки у торговельній діяльності підприємств, які перешкоджають залученню та утриманню клієнтів. Впроваджувати її необхідно разом з комплексними змінами у торговельно-технологічних процесах і формуванням професійної команди торговельного персоналу. При цьому потрібно виявляти ті напрямки лояльності, які нададуть торговельному підприємству конкурентні переваги.

Сьогодні при реалізації програми лояльності керівництву торговельних підприємств необхідно надавати гнучкий спектр додаткових послуг, за яких увага зі споживчих переваг у товарах переноситься на інші потреби клієнтів, що пов'язані з різноманітними умовами функціонування підприємств.

Купівельні переваги є одними із найбільш об'єктивних індикаторів зміни смаків і доходів покупців. Проведення маркетингових досліджень надає можливість виробникам і торговельним підприємствам отримати об'єктивну оцінку і спрогнозувати попит, адже саме ті покупці, які сьогодні назвали товар одним з улюблених, завтра придбають його. Водночас не завжди виправдовується копіювання досвіду найпотужніших конкурентів, час вимагає пошуку своїх ніш, де можна досягти успіху на ринку. А це потребує від торговельних підприємств використання нових гнучких стратегічних інструментів маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Бугаков В. П. Особенности маркетинга услуг / В. П. Бугаков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №91. – С. 106–112.
2. Грошев И. Эмоциональный брендинг и поведение потребителя / И. Грошев, А. Краснолотов // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 7–8. – С. 119–126.

Юлія Маначинська, к.е.н., Володимир Євдошак, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОЛЬ ГОТЕЛІВ У РОЗБУДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА АСПЕКТИ ПІДКОНТРОЛЬНИХ ПРОЦЕДУР

Сучасне підприємство готельного господарства – це узгоджена система пов'язаних між собою елементів, що діють як єдине ціле з метою вирішення конкретних завдань та досягнення поставленої мети,

а саме отримання позитивного кінцевого фінансового результату від власної комерційної діяльності. Відповідно, останній формується за результатами процесу надання основних та додаткових послуг. Тому обґрунтування необхідного рівня прибутковості готельного господарства виступає ключовим орієнтиром при формуванні тарифів на готельні послуги загалом, тобто безпосередньо пов'язане з методологічним підґрунтям побудови тарифної політики.

Станом на 1 січня 2012 р. на території Чернівецької області функціонувало 80 підприємств готельного господарства, що на 13 підприємств, або на 19,4% більше, ніж станом на 1 січня 2011 р. За останні 10 років їх кількість зросла на 72,22%. Така тенденція була зумовлена збільшенням кількості інших місць для тимчасового проживання, які надавали послуги протягом 2000–2012 рр., окрім того, починаючи з 2011 року, у загальну кількість готелів враховуються юридичні особи та фізичні особи-підприємці [1].

Під час проведення контрольних заходів та основних підконтрольних процедур органи Державної фінансової інспекції України стикаються з проблемою якісного відбору об'єктів контролю – підприємств готельного господарства – для здійснення ревізій, державних фінансових аудитів та перевірок державних закупівель, в діяльності яких можливе виникнення ризиків допущення фінансових порушень. Державна фінансова інспекція України для виконання завдань, визначених чинним законодавством, потребує отримання інформації щодо підконтрольних їй готелів, зокрема їх найменування, організаційно-правову форму, адреси, відокремлені підрозділи, орган управління, керівних осіб, відсутність за місцезнаходженням, перебування в стані ліквідації тощо. Вказана інформація міститься в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців [2].

Водночас слід зауважити, що підконтрольними органам ДФІ є підприємства готельного господарства, багато з яких знаходяться в стадії реорганізації, ліквідації або нещодавно створені. Уточнення такого масиву інформації шляхом надання запитів до спеціально уповноваженого органу з питань державної реєстрації в установленому законом порядку є неможливим. Вказане призводить до того, що Держфінінспекція не володіє достовірною інформацією щодо підконтрольних їй підприємств готельного господарства, зокрема в частині підтвердження їх існування [2].

Для вирішення зазначених питань Державною фінансовою інспекцією України розроблено проект Закону України «Про внесення змін до статті 20 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» [2], метою прийняття проекту Закону є отримання масиву інформації про підконтрольні їй підприємства, установи і організації, що дозволить удосконалити процес

планування контрольно-ревізійної роботи шляхом якісного відбору об'єктів для проведення заходів державного фінансового контролю.

У потенціалі підприємств готельного господарства Чернівецької області у 2012 р. налічувалось більше 1,74 тис. номерів. Житлова площа всіх номерів складала 35,0 тис. кв. м, що на 6,5% менше, ніж у 2010 р. Середня площа одного номера збільшилась на 7,1 кв. м і склала 25,1 кв. м. Динаміка кількості готельних номерів свідчить, що у 2012 р. по готелях Чернівецької області спостерігається позитивна тенденція щодо зростання кількості номерів вищої категорії – на 1,72% порівняно з 2011 р., 472 од.. Тотожні тенденції притаманні для готельних номерів першої категорії (стандарт) та другої категорії, скорочення кількості одиниць простежується лише за номерами третьої категорії – на 61 од., або на 27,23% порівняно з попереднім 2011 р. [1].

Надаючи оцінку динаміки кількості підрозділів сфери сервісу готелів та інших місць для тимчасового проживання по Чернівецькій області протягом 2000–2012 рр., варто зазначити, що прослідковується негативна тенденція до скорочення кількості ресторанів при готелях на 6 одиниць у 2011 р. порівняно з 2010 р., така тенденція збереглася і в 2012 р., а їх кількість склала 14 од. [1].

У грудні 2012 р. середня ціна за проживання у готелях Чернівецької області за одну добу (Average Room Rate) склала 237,90 грн., що на 1,90 грн. (0,81%) більше за показник 2011 р.[1].

Механізм формування готельних тарифів – це один із важливих напрямів діяльності менеджерів готелю, що визначає ефективність його функціонування на ринку послуг гостинності. Розв'язання цієї проблеми, на думку вітчизняних дослідників, необхідно здійснювати з урахуванням багатьох факторів: стану ринку; готовності до ринкових коливань з метою забезпечення стратегії саморозвитку та економічного виживання в умовах конкуренції [3, с. 198].

Окрім того, під час процесу визначення тарифів, згідно з підходом вищезгаданих вчених, потрібно насамперед брати до уваги: собівартість номерів і готельних послуг загалом; інвестиції, які надійшли, або план їхнього надходження; тенденції та ситуацію, що склалися на основних цільових ринках; норми прибутку й повернення витрат на вкладений капітал; пропозиції та реальний попит на цільовому ринку в певний час; можливості конкурентів, наявність у місцевості інших засобів тимчасового проживання; якість обслуговування у готелі та можливості його вдосконалення [3].

До структури готельного тарифу (вартості проживання), крім вартості розміщення у номері певного типу, відносять такі складові, як дворазове чи триразове харчування (або лише сніданок), послуги міні-бару (напої), послуги сауни тощо, залежно від особливостей попиту клієнтів та відповідної маркетингової (в тому числі продуктової)

політики готельного підприємства. В умовах, коли окремі складові не включають до готельного тарифу, надаються знижки, наприклад, за поселення в номер дорослої особи або дитини тощо. На базі таких та подібних особливостей формуються готельні тарифи, яким присвоюються спеціальні назви: «родинний тариф», «європейський тариф», «американський тариф» тощо [3, с. 198–199].

На думку багатьох науковців, саме із використанням системи спеціальних тарифів для конкретних категорій клієнтів та залежно від конкурентної ситуації, в сучасних умовах поживлення туристичних потоків функціонує переважна більшість підприємств готельного господарства, останні відповідно відграють першочергову роль у розбудові економічної інфраструктури регіонів у межах підконтрольних процедур.

М. П. Мальська, І. Г. Пандяк [3], здійснивши порівняльний аналіз діяльності вітчизняних та іноземних підприємств готельного господарства, звертають увагу на неефективність дискримінаційної системи диференціації готельних тарифів згідно з громадянством. На думку науковців, вітчизняним готелям необхідно ширше використовувати міжнародний досвід управління доходами та встановлення спеціальних тарифів, оскільки він дозволяє збільшити обсяг реалізації послуг, зберегти постійних та залучити додаткових клієнтів без зниження ціни для всіх інших відвідувачів, а якщо попит нееластичний за ціною – отримувати плату за проживання за повною вартістю без знижок, що забезпечує додатковий дохід та сприяє оптимізації витрат з досягненням бажаного рівня прибутковості готельного бізнесу [3, с. 211].

Список використаних джерел:

1. Статистичний збірник за 2000–2012 рік «Туризм та відпочинок в області» / Державна служба статистики України. – Чернівці : Головне управління статистики у Чернівецькій області, 2013. – 82 с.
2. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців : Закон України від 05.09.2013 р. № 441-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/control/uk>
3. Мальська М. П. Готельний бізнес : теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

Світлана Мельниченко, д.е.н.,

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ПРО ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

З розвитком туризму відбувається переосмислення ролі закладів соціальної сфери, спрямованої на оздоровлення населення. Насамперед це стосується санаторно-курортних закладів, діяльність яких пов'язана з виробництвом, реалізацією та наданням відповідних послуг лікувально-оздоровчого характеру. Незважаючи на те, що у Концепції розвитку санаторно-курортної галузі реалізація державної політики у

сфері діяльності курортів повинна стати одним із пріоритетних напрямів національної соціальної політики та економіки, роль і місце санаторно-курортних закладів на ринку туристичних послуг залишається незначним [1].

За останні чотири роки розвиток туризму характеризується позитивною динамікою, а саме: кількість громадян України, які виїжджали за кордон, зросла на 38,3%, іноземних громадян, які відвідали Україну, – на 10,7%, туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності – на 32,5%, чисельність оздоровлених при цьому зменшилася на 18,1% [2]. За даними Міністерства інфраструктури України 85,2% обслугованих туристів перебували в країні з метою відпочинку, оздоровлення (80%) та лікування (5,2%), з них 14,5% іноземних громадян [2].

Негативні тенденції, що спостерігаються останнім часом, викликані низкою причин, а саме:

- зменшення кількості функціонуючих санаторно-курортних закладів. Тільки за 2010–2011 роки припинило діяльність 588 підприємств, з них перебували на капітальному ремонті – 130, відсутні кошти на експлуатацію у 272 закладах, відсутність дозволу санітарно-епідеміологічної служби – у 39, відсутність осіб, що бажали оздоровлюватись, – 38 та з інших причин – 109 [2];

- невідповідність якості ціни послуг санаторно-курортних закладів; як показали результати досліджень, підвищення цін призводить до зменшення завантаженості закладів в середньому 18–20% на рік, при цьому стан матеріально-технічної бази та якість наданих послуг не покращується [3];

- відсутність налагодженої системи взаємодії підприємств, що створюють, реалізують та надають туристичні послуги;

- недоліки в управлінні закладами;

- обмежене використання сучасних інформаційних технологій: глобальних систем бронювання та резервування; електронної торгівлі; спеціалізованих інформаційно-пошукових систем;

- стан деяких санаторно-курортних закладів державного сектору характеризується застарілою матеріально-технічною базою, що викликано недостатнім фінансуванням з державного та місцевого бюджетів.

Вищезазначені проблеми, які гальмують розвиток сучасних санаторно-курортних закладів, повинні бути розв'язані у межах цільової програми.

Метою повинно стати створення ефективного механізму управління санаторно-курортними закладами для забезпечення їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичному ринку.

Досягнення поставленої мети можливо через удосконалення та

покращення складових програми, а саме: нормативно-правової та матеріально-технічної бази; маркетингової політики; професійної підготовки; економічних умов розвитку закладів.

Для удосконалення нормативно-правової бази регулювання розвитку санаторно-курортних закладів та гармонізації їх з міжнародними стандартами необхідно здійснити наступні заходи:

1) розробити нормативно-правову базу з питань функціонування системи стандартизації та сертифікації санаторно-курортних послуг, побудови системи управління якістю послуг на основі принципів всеохоплюючої системи управління якістю TQM;

2) розробити заходи, спрямовані на створення державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності (у тому числі санаторно-курортних закладів) оперативною інформацією про попит, пропозиції, ціни, тарифи на державному та регіональному рівнях; створити і впровадити механізм інформаційного обміну між суб'єктами господарювання, які задіяні в процесі виробництва, реалізації та надання санаторно-курортних послуг;

3) визначити напрями державної підтримки розвитку санаторно-курортних закладів на макро-, мезо- та макrorівнях.

Серед заходів, спрямованих на покращення матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, слід виділити наступні:

- проведення інвентаризації обладнання санаторно-курортних закладів, комп'ютерної техніки і т.д.;

- створення і введення єдиного державного електронного реєстру санаторно-курортних закладів України; інтегрованої електронної статистичної бази даних центрального і регіонального рівня;

- створення регіональних електронних спеціалізованих інформаційно-пошукових систем з повним банком даних про заклад та послуги, що надаються;

- забезпечення на державному рівні розвитку спеціалізованої туристично-курортної інфраструктури, здатної забезпечити стійкі темпи зростання туристичних потоків з урахуванням специфіки національного туристичного продукту [4]; розвиток мережі історико-культурних закладів, сучасної інфраструктури розваг;

- проведення реконструкції застарілої матеріально-технічної бази державних санаторно-курортних закладів;

- створення інформаційного банку даних про вітчизняні та закордонні інвестиційні проекти у лікувальну, оздоровчу та діагностичну санаторно-курортні сфери.

З метою реалізації ефективної маркетингової політики пропонується низка заходів, а саме:

- поширення у соціальній сфері, спрямованій на оздоровлення населення, електронної торгівлі, запровадження електронного маркетингу в питаннях пропагування та реклами санаторно-курортних

послуг через рекламування на інформаційних порталах міжнародних туристичних організацій, туристичних порталах інших країн;

- створення туристично-інформаційних центрів;
- організація та проведення віртуальних спеціалізованих виставок;
- на державному рівні та на рівні підприємств санаторно-курортної сфери забезпечити розроблення дієвої маркетингової стратегії просування бренду.

Професійна підготовка фахівців для санаторно-курортної сфери повинна передбачати:

- забезпечення підготовки адміністративно-управлінського персоналу у зазначеній сфері, здатних відбирати, здійснювати інтерпретацію інформації та використовувати її в процесі прийняття управлінських рішень;
- реформування навчальних програм і формування змісту дисциплін з урахуванням світових досягнень у санаторно-курортній сфері;
- враховуючи обмежений попит на підготовку фахівців для вищезазначеної сфери, слід запровадити та активно розвивати дистанційну форму навчання;
- на державному рівні переглянути вимоги до укомплектування адміністративно-управлінського персоналу фахівцями з спеціальною вищою освітою, що володіють теоретико-методологічною базою менеджменту.

Серед економічних умов розвитку та функціонування санаторно-курортних закладів необхідно передбачити:

- створення сприятливого інвестиційного клімату для вітчизняних та іноземних інвесторів, пошук додаткових джерел фінансування санаторно-курортних закладів;
- визначення механізму державного регулювання цін і ціноутворення на санаторно-курортні послуги; приведення у відповідність вартості санаторно-курортних путівок до якості надання основних та додаткових послуг;
- для санаторно-курортних закладів, які неспроможні ефективно здійснювати свою діяльність, залучати до виконання управлінських функцій компанії, що спеціалізуються на управлінні даними закладами.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку санаторно-курортної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Мигалина Ю. Ю. Розвиток санаторно-курортної справи в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Ю. Мигалина // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Випуск II (43). – Частина I. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2011_3/NV-2011-V3_40.pdf.
4. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vuppi.at.ua/publ/zakonodavcha_baza_shhodo_invalidiv/vidpochinok_invalidiv/konceptija_derzhavnoji_cilovoji_programi_rozvitku_turizmu_ukrajini_na_2011_2015_r/23-1-0-164

Ірина Мустеца,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПАРАМЕТРИЗАЦІЯ ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЇ ПОТУЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Параметризація експлуатаційної потужності підприємств готельного господарства полягає у визначенні основних параметрів, які необхідні для побудови системи показників, що дають можливість визначити експлуатаційну потужність підприємства.

Метою аналізу експлуатаційної потужності підприємств готельного господарства є визначення можливого рівня завантаження потужностей підприємства, а саме завантаження наявного номерного фонду.

Головними параметрами, які впливають на показники експлуатаційної потужності готелів, є: категорія готелю, кількість номерів та місткість, структура номерного фонду за категоріями номерів, контингент гостей, тривалість проживання в готелі, терміни проведення капітального та поточного ремонту, якість обслуговування, етап життєдіяльності циклу послуги та програма маркетингової комунікації. Із врахуванням вищезазначеного нами запропоновано визначення експлуатаційної потужності готельного господарства – максимально можливого річного (добового) обсягу наданих готельних послуг за категоріями номерів при умові максимального використання основних засобів та виробничої площі номерів, застосовуючи прогресивні технології в організації виробництва готельних послуг.

Виділяють три види експлуатаційної потужності готелю: 1) перспективну (передбачається проектом будівництва, реконструкції, рухом туристичних потоків, програм із розміщення проживаючих); 2) поточну (фактично досягнута завантаженість номерного фонду); 3) резервну (для покриття пікового завантаження номерного фонду).

Параметризацію перспективної експлуатаційної потужності підприємств готельного господарства пропонуємо структурувати за вісьмома етапами аналізу, які визначені на рис. 1.

Запропонована методика визначення перспективної експлуатаційної потужності підприємств готельного господарства базується на оцінці галузевих показників потужності підприємств готельного господарства України.

Результати проведеного дослідження показали, що загалом на один готель станом на 2012 р. по Україні припадає 43 номери [1]. Тому із ростом номерного фонду їх завантаженість є необхідною умовою ефективного використання основних засобів готелів. Л.П. Дяченко зазначає, що повне завантаження потенціалу спальних місць у готелях неможливе, оскільки завжди виникають вимушені простой, пов'язані не тільки з відсутністю попиту, а й з капітальним ремонтом та іншими причинами [2, с. 63]. Резервом збільшення завантаження номерного

фонду можуть бути корінні зміни у напрямках туристських потоків, пов'язані зі змінами в ціннісній орієнтації туристів [3, с.122].

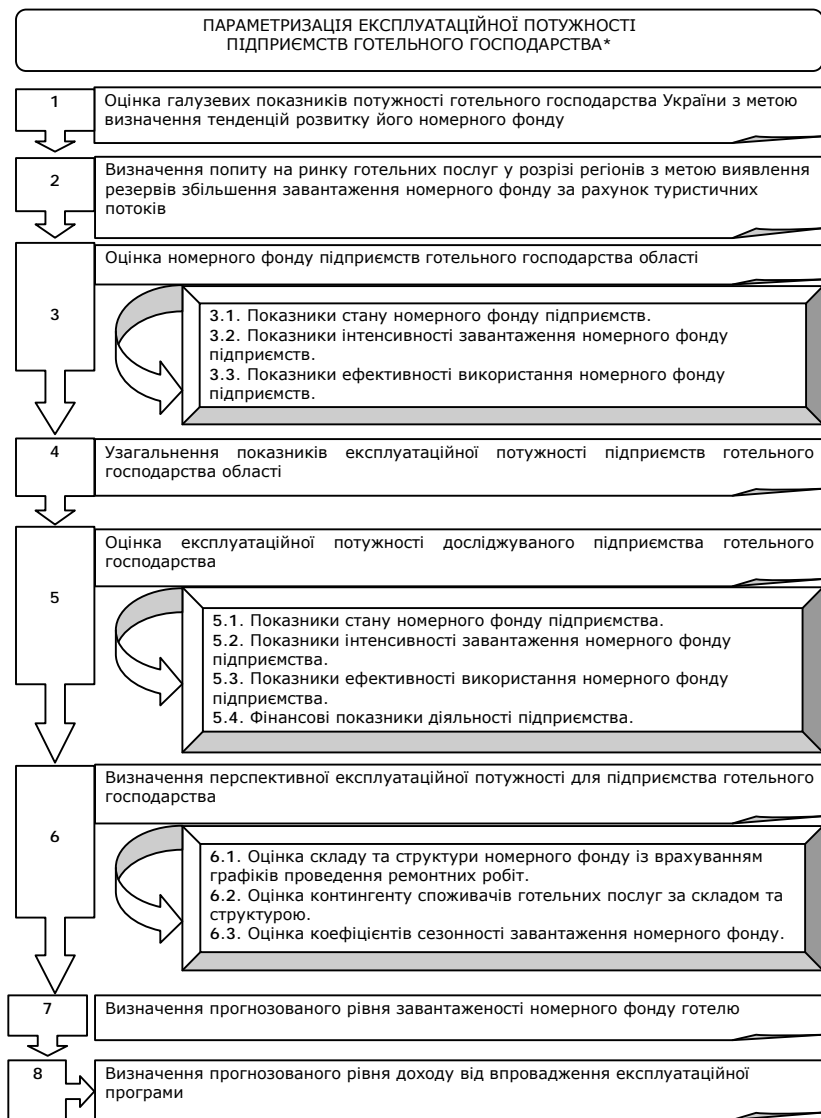


Рис. 1. Параметризація перспективної експлуатаційної потужності підприємств готельного господарства*

* Власна розробка автора

Потенціалом для збільшення завантаженості готелів є збільшення туристичних потоків, розподілених за підциклами рекреаційних занять: пішохідний, лижний, водний, транспортний, спелеотуризм. Крім того, в останні роки практикують і спортивні види туризму (скелелазіння, водний слалом по річках).

Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник України за 2012 р. / Державний комітет статистики України. – К., 2012. – С. 88–91.
2. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дяченко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Кілінська К. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні : монографія / К. Кілінська, В. Руденко, Н. Аніпко, Н. Андрусак, Н. Коновалова та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2010. – 250 с.

Валентин Нікульча,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

НОВІ ПРІОРИТЕТИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОЖИВАЧА

За умови динамічних змін маркетингового середовища торговельного підприємства постає необхідність у концептуальних змінах маркетингової діяльності. Найбільш актуальною на сьогодні для підприємств роздрібно́ї торгівлі є концепція маркетингу взаємовідносин, зміст якої полягає у побудові взаємовигідних відносин із усіма учасниками ринку. Важлива роль в даному процесі відводиться взаємовідносинам із покупцями.

Дотримання принципів зазначеної концепції дозволяє вести мову про виокремлення окремих груп споживачів залежно від прихильності до окремого підприємства роздрібно́ї торгівлі. Зокрема, науковцями С. Сисоевою та А. Нейман запропоновано виділяти наступні групи споживачів:

1. Потенційний покупець – споживач, що не бачить необхідності у відвідуванні конкретного підприємства роздрібно́ї торгівлі або відвідує конкурента.

2. Новий або випадковий покупець – це споживач, що відвідав підприємство роздрібно́ї торгівлі для ознайомлення або ж через неможливість відвідати звичне місце придбання товарів.

3. Покупець – споживач, що здійснює придбання товарів у конкретному магазині, але активно розглядає й інші місця здійснення покупок.

4. Постійний покупець – надає перевагу у здійсненні покупок конкретному підприємству роздрібно́ї торгівлі, оскільки задоволений і товарами, і процесом придбання.

5. Прихильник – особа, що виявляє лояльне ставлення до підприємства роздрібно́ї торгівлі [3].

Виходячи із змісту вищезазначеного, слід наголосити, що побудова взаємовідносин із покупцями переслідує мету забезпечення їх

лояльності до підприємства, що дозволяє утримати їх, таким чином максимізуючи дохід підприємства.

Категорія «лояльність» походить від англійського слова *loyal* (вірний, відданий), що означає, насамперед, позитивне ставлення покупця до підприємства, товару, послуги, торговельного персоналу тощо. Як свідчить західна практика, утримання покупців та формування їх лояльності до підприємства є більш пріоритетним завданням, ніж залучення нових. Це пояснюється насамперед тим, що витрати на утримання вже наявних покупців нижчі порівняно із залученням нових. Хоча, з іншого боку, стає очевидним, що утримання покупців буде вимагати від підприємства додаткових витрат часу і фінансів на розробку комплексу заходів, пов'язаних із формуванням стандартів обслуговування, забезпеченням додаткового мотивування покупців і персоналу, підвищенням кваліфікації торговельного персоналу тощо.

Незважаючи на різні підходи та трактування категорії лояльності окремими науковцями, слід відзначити, що лояльними споживачі можуть вважатися в тому випадку, якщо вони:

- надовго зберігають лояльність до підприємства;
- купують не тільки традиційно запропоновані товари та послуги, але і нові послуги, що пропонуються підприємством;
- поширюють позитивну інформацію про підприємство та приводять друзів;
- не чутливі до рекламних кампаній підприємств-конкурентів;
- менш чутливі до рівня цін;
- не критичні до одноразових випадків зниження якості;
- із задоволенням беруть участь у різного роду опитуваннях;
- активно висловлюють пропозиції щодо вдосконалення товарів і послуг [2].

Формування лояльності покупців – тривалий процес, пов'язаний із підкріпленням існуючих зручностей при здійсненні покупки емоційною прихильністю покупця до підприємства роздрібною торгівлі. За результатами досліджень ринку визначено, що до ключових факторів впливу на формування лояльності покупців належать:

- Позитивний досвід взаємодії між підприємством та покупцем – 73%.
- Гарні рекомендації близьких і друзів – 59 %.
- Сійка репутація компанії – 55 %.
- Позитивний рейтинг з боку сторонніх організацій (Better Business Bureau, Consumer Reports) – 46%.
- Забезпечення політики конфіденційності щодо споживчих даних – 45 %.
- Позитивні відгуки клієнтури – 39%.
- Реклама за участю незначених осіб – 26%.
- Благодійна чи громадська діяльність підприємства – 21%.

- Регулярна поява підприємства на телебаченні чи радіо – 7% [1].

Враховуючи визначені вище ознаки лояльності покупця та фактори її забезпечення, відзначимо необхідність врахування їх підприємствами роздрібною торгівлі, що є беззаперечною умовою імплементації в господарську діяльність сучасної концепції маркетингу взаємовідносин.

Список використаних джерел:

1. Копитько Т. Прямой маркетинг – универсальный ключ к лояльности клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/marketing/mark096.html>
2. Новоченко В.А. Взаимоотношения с клиентами - ключевой фактор успешной компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.altcr.ru/?p=libr_card&item_id=618&group_id=41
3. Сысоева С. Насильно мил не будешь, или Что такое лояльность покупателей / С. Сысоева, А. Нейман // Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/what_is_loyalty.htm

Анна Розман,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Торговельна галузь як вагома складова національної економіки віддзеркалює всі сучасні тенденції розвитку бізнесу. Еволюція форм і методів торгівлі призвела до виникнення та паралельного існування різноманітних традиційних типів торговельних підприємств та нових форматів торгівлі. Різноманітність способів інтеграції підприємств торгівлі у торговельні мережі, а також об'єднання з іншими суб'єктами ринку, трансформація торговельних мереж у бізнес-мережі обумовлюють необхідність дослідження сучасних тенденцій їх розвитку та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності.

Глобалізаційні процеси, які охоплюють всі сфери сучасного суспільства, в тому числі і торговельну галузь, підвищують вимоги до інформаційної взаємодії підприємств та вимагають пошуку нових форм організації економічної діяльності на ринку. Як показує досвід розвинених країн, ефективну співпрацю між підприємствами торгівлі може забезпечити створення інтегрованих корпоративних структур у вигляді кластерів. Кластерний метод організації економіки є одним із найефективніших способів забезпечення самодостатності регіональних економічних систем. Найбільш успішним прикладом кластерної економіки у світі є відома Силіконова долина в США, де сконцентровані провідні підприємства ІТ-галузі.

Згідно з теорією М. Портера, кластер – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій у певних областях, що конкурують, але при цьому ведуть спільну роботу [1, с.258].

Основною метою кластерної політики в торгівій сфері України є забезпечення високих темпів економічного росту та диференціації економіки за рахунок підвищення конкурентоспроможності підприємств, об'єктів торгівлі. Торговельні кластери мають різні форми залежно від своєї глибини та складності, але більшість включає в себе компанії готової продукції або сервісних послуг; постачальників спеціалізованих товарів і послуг; складські, оптові та оптово-роздрібні підприємства; експортні компанії; торговельні підприємства та об'єкти роздрібно торгівлі [2, с. 149]. В рамках кластеру об'єднується не лише виробничий, але й інноваційний бізнес, комплексне управління якістю продукції, сервісне обслуговування.

Створення торговельного кластеру повинно здійснюватися із дотриманням базових принципів: добровільності входження на основі спільних економічних інтересів; свободи вибору організаційно-правової форми об'єднання; рівноправності у спільній діяльності і взаємовигідної співпраці; договірної основи економічних відносин між учасниками [3].

Об'єднуючись у кластер, торговельні підприємства отримують наступні конкурентні переваги: створення єдиного економічного та інформаційного простору, що дозволяє скоротити час на обмін інформацією, на прийняття та реалізацію управлінських рішень, на формування та реалізацію кластерної стратегії; об'єднання інтелектуальних капіталів, взаємопідтримка фінансовими ресурсами; економічніше витрачання ресурсів; розширення асортименту продукції; можливість залучення і виконання замовлення великого обсягу; здійснення спільного маркетингу і розповсюдження продукції; прискорення впровадження нових технологічних процесів; отримання можливостей маневрування робочою силою. Ефективне співіснування торговельних підприємств у кластері знижує ризики діяльності внаслідок їх розпорошення між суб'єктами господарювання та покращує використання наявних ресурсів. Кластерний підхід до організації взаємодії між торговельними підприємствами дозволяє зберегти автономність всіх учасників та надає можливість координації їх діяльності органами місцевої влади.

Важливою умовою реалізації впровадження кластерних технологій як механізму підтримки розвитку сфери торгівлі є необхідність вирішення таких важливих завдань, як: розробка та затвердження стратегічних програм підвищення конкурентоспроможності країни та її регіонів, орієнтованих на кластерні структури; створення національних та регіональних центрів, які б координували розробку й реалізацію проектів інноваційних кластерних об'єднань; забезпечення впровадження інноваційних освітніх програм для підготовки й перепідготовки фахівців, що беруть участь у розвитку й функціонуванні інноваційних мережевих структур; проведення фундаментальних досліджень для визначення пріоритетів формування національних і

регіональних інноваційних кластерів [4]. Перехід на кластерну структуру економіки сприятиме підвищенню динамічності, збалансованості, ефективності регіонального розвитку, забезпечить високий рівень конкурентоспроможності регіонів.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М. : Вільямс, 2005. – 608 с.
2. Шпильова Ю. Б. Кластеризація у сфері торгівлі як основа підвищення її ефективності / Ю. Б. Шпильова // Стратегія економічного розвитку України. – 2009. – № 24–25. – С. 148–151.
3. Наговицин А. А. Формирование и развитие торговых бизнес-сетей на кластерной основе : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / А. А. Наговицин. – Красноярск : Красноярский государственный торгово-экономический институт, 2009. – 181 с.
4. Жарова Л. В. Міжнародна практика формування кластерів та можливості її адаптації для України [Електронний ресурс] / Л. В. Жарова. – Режим доступу: <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rc=t&ct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCgQJfAA&url=http%3A%2F%2Fwww.google.com.ua%2Ffiles%2FZharova.ppt&ei=rQQU4fJPDR4Q6S5YCIaw&usq=AFQJcNE1HhKS8ggLT46TXb66L2Efbg48g>

Людмила Савицька, к.е.н., Роксоляна Кравчук,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах формування нової економічної системи значна увага приділяється питанню створення дієвих організаційно-економічних механізмів, здатних підвищити конкурентоспроможність як окремого підприємства, так і економіки загалом. Для розробки такого механізму пропонуються різноманітні підходи, серед яких одним з основних є концепція корпоративної культури підприємства. Важливе практичне значення цієї концепції полягає в тому, що управління корпоративною культурою дає можливість керівництву ефективно впливати на стратегію та конкурентоспроможність підприємства.

Життєвий потенціал сучасного підприємства, його успішне функціонування і виживання в конкурентній боротьбі залежать не тільки від стратегій розвитку діяльності, чіткої організаційної побудови, відповідних систем управління і висококваліфікованих працівників, а й від його сформованої корпоративної культури, що займає ключове місце в системі управління сучасними підприємствами.

Корпоративна культура - це складна та багатоаспектна система цінностей, переконань, ділових принципів, норм поведінки, традицій, що стає важливим нематеріальним ресурсом підприємства, оскільки забезпечує соціальні зв'язки, комунікативно-інформаційне спілкування, гармонізує відносини між роботодавцями і найманими працівниками і таким чином суттєво впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства [2].

Знання основ організаційної культури своєї фірми допомагає новим працівникам правильно інтерпретувати події, що в ній відбуваються, вірно розставляти пріоритети. Корпоративна і організаційна культура є

двома взаємопов'язаними і взаємообумовленими феноменами. При цьому організаційна культура є об'єктивним і формалізованим у відповідних нормативних документах відображенням відносин між членами організації. Власне корпоративна культура є наслідком, внутрішнім духовним відтворенням цих унормованих відносин. Корпоративна культура майже завжди є оригінальною сумішшю цінностей, відносин, звичок, форм поведінки і ритуалів, властивих лише даній організації. Ядром цього конгломерату, безсумнівно, є цінності, на основі яких формуються норми поведінки в компанії. Цінності організації можуть чинити істотний вплив на мотивацію, взаємодію співробітників, плинність кадрів і ефективність діяльності в цілому. Єдина і зрозуміла співробітникам система цінностей (призначення і цілі компанії, принципи здійснення виробничої діяльності, заходи по відношенню до персоналу, споживача і якості продукції) та адекватних способів їх реалізації (поведінка менеджерської ланки, правила і норми організації, способи взаємодії, система роботи з персоналом) створює середовище для ефективної праці. Наявність спільних цінностей здатна об'єднувати людей в групи, створюючи потужний імпульс для досягнення цілей організації. У такому середовищі відбувається істотне поліпшення комунікацій, кожному співробітнику надається можливість найбільш повно і ефективно використовувати свій потенціал, і, як наслідок, підвищується загальна мотивація до праці. Крім цього, створюються умови формування корпоративної ідентичності співробітників, яка проявляється у відчутті себе частиною організації, а її цінностей – своїми.

На сьогодні корпоративна культура підприємства відіграє все більшу роль в управлінні підприємством, вона є фактором його конкурентоспроможності, фактором успіху, запорукою ефективності діяльності, а іноді й основою виживання. Корпоративна культура відрізняється ще й тим, що їй притаманні швидкі зміни (вона може змінитися протягом року, іноді - протягом одного-двох місяців). Все це призводить до того, що формування корпоративної культури має чітко виражену орієнтацію на майбутнє. Адже у наш час, коли підприємства вимушені виживати в умовах нестабільного економічного та політичного становища, успіх підприємства тримається на відповідальності та цілеспрямованості працівників. У таких випадках корпоративна культура підприємства стає основою для колективізму та командного духу, що дозволяє співробітникам проявляти ініціативу та творчість.

Вплив корпоративної культури на конкурентоспроможність підприємства проявляється у формуванні позитивної репутації і привабливого його іміджу та продукту (товару, або послуг) серед споживачів, ділових партнерів, інвесторів, кредиторів та інших представників суспільства. Імідж підприємства можна класифікувати за різними ознаками і виділити окремі види іміджу, найважливішим із яких

є корпоративний імідж.

Корпоративний імідж - це узагальнений об'єднаний образ організації як цілісного утворення, а не окремих її складових елементів - персоналу чи товару. Корпоративний імідж відображає сукупність уявлень про вид діяльності, напрямки і спонукальні мотиви розвитку, очікувану поведінку, ділову репутацію, успіхи, ступінь стабільності організації, які склалися у свідомості певних груп суспільства [1].

До основних структурних елементів корпоративного іміджу відносять: імідж керівника (першої особи), імідж персоналу, внутрішній імідж, зовнішній імідж, імідж споживача та імідж товару (послуги).

Корпоративний імідж підприємства як уявний позитивний його образ сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, впливає на збільшення обсягів продажу, розширення кількості споживачів і бізнес-партнерів. Створення чесного та респектабельного корпоративного іміджу є актуальним і складним завданням ринкового позиціонування підприємства. Створення корпоративного іміджу у загальному випадку спирається на такі принципи планування стратегії PR щодо досягнення цілей корпоративного іміджу: формування довіри до підприємства; пріоритетність соціальної а не бізнесової, складової місії підприємства; відкритість і прозорість; довготривалість взаємних відносин; дотримання бездоганної етики у діяльності підприємств.

Реалізація стратегії корпоративного іміджу вимагає вирішення таких завдань: визначення корпоративної місії, конкретизування бачення, формування мети, виокремлення конкурентних особливостей і переваг, вибір сегментів цільового ринку і споживачів, обґрунтування способу комунікацій, встановлення виду діяльності; аналіз сильних і слабких сторін, виявлення можливостей і загроз; формування критеріїв успішної діяльності.

Важливим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства є персонал. Високоякісний та конкурентоспроможний персонал - це основа, гарант успішної та ефективної діяльності на ринку, основне джерело конкурентних переваг на ринку. Тому заходи з розвитку персоналу, котрі сприяють підвищенню якості робочої сили, є важливою умовою успішної діяльності будь-якого підприємства, оскільки воно процвітає настільки, наскільки грамотно залуцає, зберігає та розвиває свої кадри. Це особливо справедливо на сучасному етапі розвитку суспільства та економіки України, коли прискорення науково-технічного прогресу веде до швидких змін і підвищення вимог до професійних знань, умінь і навичок.

Корпоративна культура у системі управління персоналом підприємства повинна розглядатися як стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування.

Метою корпоративної культури є формування поведінки персоналу, що сприяє досягненню цілей підприємства. Для досягнення даної мети в процесі управління персоналом підприємства необхідно вирішувати наступні завдання: розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства; заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства; зміцнення стабільності системи соціальних відносин; підтримка індивідуальної ініціативи працівників; надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху; створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу на підприємстві; делегування відповідальності; зміцнення корпоративної родини (вітання персоналу із сімейними святами, подіями і т.і.) [3].

Наявність у трудових колективах слабкої корпоративної культури викликає, як правило, появу депресивних настроїв, почуття безпорадності і навіть безглуздість існування персоналу, низької оцінки професійної компетентності, що, в кінцевому результаті, позначається на працездатності людини та призводить до зниження продуктивності діяльності. Синдром слабкої корпоративної культури провокує порушення трудової дисципліни, а також часто призводить до інших негативних наслідків функціонування підприємств.

На підприємствах з сильною корпоративною культурою потреба в бюрократичній ієрархії і системі контролю знижується, коли персонал має єдині цінності і норми поведінки. Організація може бути впевнена, що її члени приймуть правильне рішення, керуючись своїми унікальними культурними нормами і цінностями. В умовах ринку корпоративна культура виступає потужною конкурентною перевагою підприємства, підвищуючи його ефективність функціонування в зовнішньому середовищі, як правило, за рахунок збільшення внутрішньої ефективності.

Таким чином, корпоративна культура існує на підприємстві незалежно від того, чи займається хтось цими питаннями, чи ні. Але для того, щоб корпоративна культура була стабільним механізмом мотивації всіх співробітників і працювала на створення конкурентоспроможного іміджу підприємства, залучала потенційних клієнтів і високопрофесійні кадри, її формуванню необхідно займатися планомірно і цілеспрямовано. Адже, корпоративна культура є тим потужним організаційним ресурсом, вмиле застосування якого може стати запорукою успішного розвитку організації.

Список використаних джерел

1. Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П., Винничук Р.О., Смолінська Н.В. Корпоративна культура: Навчальний посібник. - Львів: «Новий Світ - 2000», 2011. - 342 с.
2. Кицак Т.Г. Формування корпоративної культури в процесі розвитку соціально-трудоких відносин. Автореф. дис. кандидата еком. наук. / Київський національний університет ім. Т. Шевченка. - Київ, 2008. - 20 с.
3. Мул. Н.А. Корпоративна культура в системі управління персоналом на підприємстві [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20Vchnu_ekon/2010_1_1/068-071.pdf

Ірина Адамова, Галина Машталяр,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці
**ІНФОРМАЦІЙНА ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ АНАЛІЗУ ПОКАЗНИКІВ
ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В Україні спостерігається розвиток малого підприємництва. Для підтримки ефективності діяльності малих підприємств в умовах конкуренції, для виходу на зовнішні ринки збуту, для залучення інвестицій та отримання кредитів потрібно володіти необхідною інформацією для проведення аналізу.

Організація бухгалтерського обліку на малому підприємстві не повною мірою забезпечує аналітичні проблеми управління. Застосування спрощеної системи обліку на малому підприємстві обмежує інформаційні потреби внутрішніх і зовнішніх користувачів. Крім того, ще недостатньо вивчені інформаційні потреби користувачів інформації малого підприємства та не розроблені показники для проведення аналізу його діяльності.

Огляд інтересів користувачів фінансової звітності малого підприємства наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Інтереси користувачів фінансової звітності малого підприємства

Потреби користувачів інформації	Користувачі інформації						
	власники	дебітори, кредитори	інвестори	ДП	органи статистики	банки	органи влади, населення
Достовірність фінансової звітності	+	+	+	+	+	+	+
Оцінка фінансового стану	+	+	-	-	-	+	+
Платоспроможність	+	+	+	-	-	+	+
Інвестиційна привабливість	+	-	-	+	-	-	+
Оцінка ділової активності	+	+	-	-	-	-	+
Формування доходу, витрат	+	+	+	+	-	-	+
Стратегія розвитку	+	-	-	-	-	+	+
Прогнозування показників діяльності	+	+	+	-	-	-	+
Можливість банкрутства	+	+	-	+	-	+	+
Показники руху грошових коштів	+	+	+	-	-	+	-

Всі користувачі фінансової звітності поділяються на зовнішніх і внутрішніх.

До зовнішніх користувачів фінансової звітності відносяться інвестори, кредитори, податкові органи, органи державної статистики та ін. Ці користувачі фінансової звітності використовують її для створення єдиної інформаційної бази, для оцінки стабільності й ефективності роботи підприємства, його фінансового стану.

До внутрішніх користувачів фінансової звітності відносяться власники і керівництво підприємством. Інформація фінансової звітності використовується ними для детального фінансового аналізу з метою

виявлення резервів росту прибутку, поліпшення ділової активності підприємства, розробки стратегії розвитку підприємства та інше.

Інформаційною базою для проведення аналізу показників діяльності на малому підприємстві є фінансова звітність. Більшість малих підприємств України складають наступні форми фінансової звітності згідно з П(с)БО 25: Баланс (форма № 1-м), Звіт про фінансові результати (форма № 2-м), а також Балансу (форма № 1-мс) і Звіту про фінансові результати (форма № 2-мс) [3].

Якщо малі підприємства складають фінансову звітність за міжнародними стандартами згідно з нормами МСФЗ для МСП, то вони подають повний комплект фінансової звітності, який затверджений НП(С)БО 1, а саме:

1. Баланс (Звіт про фінансовий стан).
2. Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід).
3. Звіт про рух грошових коштів.
4. Звіт про власний капітал.
5. Примітки до фінансової звітності [2].

Зазначимо, що згідно з нормами МСФЗ для МСП малі підприємства повинні складати такі звіти: Звіт про фінансовий стан на дату звітності (баланс); Звіт про сукупний дохід за звітний період або окремий Звіт про прибутки та збитки й окремий Звіт про сукупний дохід; Звіт про зміни у власному капіталі за звітний період; Звіт про рух грошових коштів за звітний період; Примітки, що містять стисле викладення значної облікової політики та іншу пояснювальну інформацію [1].

Порівняння елементів фінансової звітності для малих підприємств за міжнародними та національними стандартами свідчить про те, що застосування форм фінансової звітності за міжнародними стандартами дає більше інформаційних можливостей для проведення аналізу діяльності малого підприємства та задоволення потреб користувачів.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих і середніх підприємств (МСФЗ для МСП) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [IFRS-for-SMEs- UKR.pdf](#)
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>

Ірина Антохова,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

АДАПТАЦІЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ ДО РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Формування цивілізованої ринкової системи господарювання в Україні відбувається на ґрунті складного становлення української державності та демократизації суспільного життя. Вирішальна роль у

здійсненні глибоких соціально-економічних перетворень належить людському чиннику, якісні рушія якого формуються освітою. Світовий і вітчизняний досвід показує, що лише та держава може розраховувати на економічне зростання і процвітання, яка головною пріоритетом державної політики визнає турботу про розвиток освіти і науки. У цих умовах адаптація системи освіти до ринку є надзвичайно актуальною.

Проблеми та перспективи розвитку освіти необхідно розглядати тільки в контексті тих перетворень і тієї політики, які проводяться загалом в країні. Коли суспільство і держава, як виразник інтересів суспільства, висуюють високі вимоги до системи освіти, тоді виникає серйозна проблема готовності і науки, і практики задовольнити ці вимоги. У цей час і виникає необхідність у реформуванні освіти. Для більшості країн закономірно, що з ростом рівня освіти збільшується і частка приватного фінансування. Держава оплачує початкову і в більшості випадків середню освіту. У професійній освіті важлива роль належить роботодавцям, які забезпечують навчання безпосередньо на робочих місцях або беруть участь у фінансуванні підготовки кадрів професійними навчальними закладами. У вищих навчальних закладах зазвичай стягується плата за навчання.

Важливою проблемою сьогодні є управління системою освіти, яка включає в себе розробку найважливіших напрямків політики в галузі освіти, планування цілей і найважливіших характеристик систем освіти, розробку освітніх структур і показників якості освіти, підготовку та реалізацію планів, програм, проектів і пріоритетних напрямків розвитку освіти, оцінку і контроль за освітньою політикою, ресурсне забезпечення освіти і т.п. Основним завданням держави в частині реалізації освіти як суспільного блага є прогнозування і розрахунок необхідних ресурсів на розвиток освіти з урахуванням соціального попиту на освіту, з одного боку, і вимог ринку праці – з іншого. Ринкові відносини вносять у сферу освіти елементи саморегулювання.

Вдосконалення, підвищення ефективності управління системою освіти обов'язково потребує і впровадження елементів відповідальності та прозорості державної політики. На жаль, недостатня відпрацьованість таких механізмів є однією з основних причин того, що продекларовані наміри і цілі залишаються на папері [2].

В умовах ринкової економіки необхідно враховувати, що в системі національної освіти, як і у всій соціальній сфері загалом, діють як ринкові, так і соціально-економічні механізми неринкового характеру. Тільки їх взаємодія може охопити як всебічні зовнішні зв'язки освіти зі сферою матеріального виробництва, так і специфіку вимог «технології» навчання, виховання і підготовки кадрів. Тому завданням освіти в ринкових умовах господарювання має бути одночасне поєднання удосконалення ринкових і неринкових механізмів.

Для ефективного розвитку освіти на всіх її рівнях потрібне

дотримання наступних головних умов: правильний вибір пріоритетів, залучення достатніх коштів і раціональне їх використання.

На регіональному рівні необхідно розробити «Програму сприяння зайнятості населення», пріоритетними напрямками якої слід виділити: організацію додаткових робочих місць і сприяння самозайнятості безробітних громадян; забезпечення адресної підтримки безробітних; організацію громадських робіт; розвиток нових форм співпраці служби зайнятості з роботодавцями; підвищенню конкурентоспроможності робочої сили; вдосконаленню технології роботи з безробітними і громадянами, які шукають роботу.

Одним з важливих компонентів програми зі сприяння зайнятості населення має стати розробка стратегії взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг.

Динаміка співвідношення попиту і пропозиції формує кон'юнктуру ринків праці та освітніх послуг, яку необхідно враховувати при виборі короткострокової і середньострокової політики в галузі освіти та зайнятості населення. Державне регулювання має бути орієнтовано на досягнення відносної рівноваги на національному та регіональних ринках праці та освітніх послуг, розробку відповідної політики у районах з надлишком робочої сили або її недостатчі, а також нівелювання нерівного економічного становища різних соціальних груп населення. Регулювання попиту і пропозиції на ринках праці та освітніх послуг має бути орієнтоване на досягнення максимально повної зайнятості населення відповідно до технічного рівня виробництва, досягнутого в регіоні, з урахуванням його подальшого зростання. Регулювання професійно-кваліфікаційних аспектів зайнятості покликано виконувати двояку функцію: соціальну й економічну.

Важливим аспектом розвитку освіти є її двосторонній обмін діяльністю з ринковим сектором національного господарства. Цей обмін включає організацію таких функцій, як: працевлаштування випускників, організація кооперативних наукових центрів, спеціалізованих організацій по спільному використанню дороговартісного устаткування. Нових підходів потребує організація фінансових служб навчальних закладів. Посилення патентно-ліцензійної діяльності призведе до створення все більш спеціалізованих організацій для виконання цих функцій. Вже зараз закладаються основи ринку підручників та посібників, програм, методик. Для потреб освіти важливе значення матимуть центри з оформлення та тиражування нових методик навчання і виховання, пакетів навчальної документації, надання послуг з консультування і демонстрації організаційно-педагогічних нововведень. Такі центри можуть створюватися на базі університетів, педагогічних вузів і кафедр і мати доступ до спеціалізованих інформаційних банків, що концентруватимуть результати науково-методичних досліджень і розробок [1].

Однією з найважливіших стратегічних завдань розвитку освіти виступає забезпечення високого соціального статусу педагогічних працівників.

Отже, входження України в європейську спільноту неможливе без наближення своєї системи освіти до середніх загальноєвропейських умов функціонування освітньої галузі [3]. Водночас, поряд з намаганням досягти уніфікованості і стандартизації освітніх послуг необхідно підтримувати тенденцію збереження національної особливості і неповторності нашої системи освіти, позитивного досвіду, нагромадженого століттями.

Список використаних джерел:

1. Іванюк І. В. Оцінювання освітніх проєктів та програм : навч. посібник. – К.: Таксон, 2004. – 208 с.
2. Лукіна Т. О. Державне управління якістю загальної середньої освіти в Україні : монографія / Т. О. Лукіна. – К. : Вид-во НАДУ, 2004. – 292 с.
3. Стратегія економічного та соціального розвитку України (2004-2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції". – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. – С. 117–118.

Надія Близнюк, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕКИ МІЖНАРОДНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ КОРИДОРІВ УКРАЇНИ

Завдання забезпечення транспортної безпеки розглядаються провідними країнами світу як чи не найбільш актуальні. Значні суми виділяють на це країни ЄС, Китай, Японія, Росія. У Сполучених Штатах Америки на розв'язання проблем безпеки транспорту щорічно виділяється близько 6 млрд. дол. Систематично питання безпеки розглядаються на міжнародних конференціях, семінарах і спеціалізованих заходах.

Забезпечення транспортної безпеки визначається якістю виконання завдань у відносно самостійних складових, таких як: технічний стан транспортної системи; рівень професійної підготовки спеціалістів, задіяних у роботі транспорту та охорони; наявність засобів інформаційного контролю, спостереження та супроводу транспорту; протидія спробам проведення терористичних актів та несанкціонованого втручання у транспортну діяльність; укомплектованість та рівень підготовки охоронних структур, стан протипожежної безпеки, забезпеченість технічними засобами спостереження та охорони, взаємодія силових структур.

Визначення рівня транспортної безпеки базується на врахуванні можливостей ліквідації загроз техногенного, природного чи соціального характеру. За нинішньої ситуації в Україні близько 2/3 інцидентів та катастроф на транспорті трапляється через технічні несправності, понад 1/4 пригод спричинено природними катаклізмами і близько 5% від усіх загроз становлять небезпеки здійснення терористичних актів [1].

На залізничному транспорті, що функціонує у системі міжнародних транспортних коридорів, завдання транспортної безпеки, як загалом по Укрзалізниці, вирішуються органами державної влади залежно від сфери відповідальності. Охорона об'єктів та їх супроводження здійснюється управлінням МВС та підрозділами відомчої охорони. Головна увага приділяється забезпеченню охорони вантажів, пропусковому режиму на важливих об'єктах життєзабезпечення залізничного транспорту, контролю у місцях масового скупчення пасажирів. Органами МВС щоденно проводиться ретельне обстеження вокзалів, рухомого складу, об'єктів життєзабезпечення. Особлива увага приділяється супроводженню нарядами міліції поїздів далекого сполучення. Ця робота проводиться з опорою на результати аналізу кримінальної обстановки на маршрутах руху поїздів. Під оперативний контроль «естафетним» чи «наскрізним» методом беруться конкретні потяги, що слідує маршрутами міжнародних транспортних коридорів.

За результатами дослідження можна запропонувати рекомендації щодо заходів безпеки на залізничному транспорті України та в міжнародних залізничних транспортних коридорах.

Організаційні заходи:

- продовжити роботу з поліпшення нормативного регулювання питань безпеки на транспорті, а також питань узгодження співробітництва всіх структур як на рівні міністерств, так і на рівні регіонів з попередження терористичних актів;

- проаналізувати плани спільних заходів органів управління залізничного, автомобільного, морського транспорту, авіаперевезень, Служби безпеки України, МВС інших силових структур з попередження актів тероризму, несанкціонованого втручання в роботу транспорту, недопущення злочинів;

- посилити професійну підготовку транспортної міліції з питань виявлення зброї, підірваних засобів, наркотиків, контрабандних вантажів; виявлення та затримання терористів і злочинців. Ширше використовувати в цих цілях спільні з органами СБУ України та МВС навчання, тактико-спеціальні тренування, відпрацювання окремих завдань;

- розширити штат кінологічної служби, звернувши особливу увагу на морські та річкові порти, розміщені в прикордонній зоні; нарощувати сили, засоби, якісний склад і рівень підготовки позавідомчої охорони;

- з метою недопущення проникнення терористичних груп на об'єкти залізничного транспорту, морських та річкових портів підтримувати тісне співробітництво позавідомчої охорони з правоохоронними органами України щодо обміну інформацією, відносно дій у позаштатних режимах, підготовки та проведення спільних операцій.

Технічні заходи:

- розробити програму невідкладних заходів щодо поетапного поновлення та капітального ремонту рухомого складу, задіявши до її реалізації найбільш прийнятні схеми лізингу;
- продовжити обладнання переїздів на дорогах загального користування, встановлення шлагбаумів з автоматичним перекриттям доріг на всю ширину проїзної частини та відеофіксацією порушень;
- розробити і впровадити автоматизовану систему безперервного контролю і супроводження небезпечних вантажів; виключити відстій вантажних поїздів з розрядними вантажами і вантажами, які є легкозаймистими, на станціях, розташованих у населених пунктах або поблизу них.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Асоціації міжнародних залізничних перевізників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.asmap.org.ua/index1.php?page=mizhn_diyaln&langid=1.

Мирослава Босовська, к.е.н.,

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби споживачів, суспільства, власників бізнесу та працівників підприємств, забезпеченні на цій основі ефективного розвитку підприємств галузі туризму. Сучасна практика ведення підприємницької діяльності свідчить про те, що економічні та соціальні вигоди отримують підприємства, які максимально швидко адаптують форми і методи господарювання до змін зовнішнього середовища. У контексті сучасних економічних перетворень одним з найбільш ефективних інструментів розвитку підприємництва в туризмі на засадах стратегічного галузевого та географічного партнерства виступає кластерний підхід.

Запровадження кластерної моделі розвитку туристичного бізнесу забезпечує активізацію економічного розвитку регіону, оскільки сприяє: збільшенню продуктивності підприємств за рахунок спільного доступу та розподілу ресурсів (трудових, технічних, природно-рекреаційних, інформаційних); зростанню темпів впровадження інновацій, напрями яких визначаються за рахунок дослідження ринку; здатності швидко та гнучко проводити зміни; стимулюванню створення нових підприємств, що забезпечує посилення стійкості кластера; співробітництво для формування конкурентних переваг споріднених та підтримуючих галузей [1, с.46]. Так, О. В. Мельник вважає, що кластерна модель організації діяльності підприємств може бути з'єднуючим елементом суміжних галузей та інституцій, які об'єднують свої зусилля для того, щоб отримати більший ефект порівняно з тим, який би вони отримали, функціонуючи окремо [2, с.322], оскільки: створення кластера

дозволить охопити важливі зв'язки між галузями, які його формуватимуть, робота кожного учасника кластера буде взаємодоповнюватись діями інших учасників; такі інтегровані територіально-галузеві об'єднання мають змогу краще використовувати технології та інформацію, сприяють узгодженості дій між замовником та постачальником; за допомогою кластера можна підвищити продуктивність праці, скоротити витрати на маркетингові дослідження при визначенні напрямків та місць організації нових видів туризму, а також сприяти впровадженню інновацій; більшість учасників кластера не конкурують між собою, у них є багато спільних інтересів та можливостей.

Із зазначеного можна зробити висновок, що сучасні методологічні погляди на розвиток туризму необхідно доповнити кластерною компонентою, що надало можливість сформулювати власний погляд на переваги активізації кластерних інтеграційних тенденцій та визначити їх вплив на розвиток суб'єктів туристичної діяльності.

Унікальні конкурентні переваги, які здобувають учасники туристичних кластерів, доцільно представити у розрізі дев'яти блоків: фінансові, управлінські, ресурсні (операційні), маркетингові (ринкові), інформаційні, науково-технологічні, екологічні, соціальні та інфраструктурні (рис. 1). Різні дослідники [3; 4] висловлюють різні погляди на недоліки та слабкі сторони кластерного інтегрування. Узагальнивши теоретичні дослідження та практичний досвід, нами зроблено висновок про необхідність структурування складнощів та протиріч кластеризації за джерелами їх виникнення відносно економічного суб'єкта (зовнішні та внутрішні), що в подальшому надасть можливість не лише для діагностики недоліків, але й передбачення та недопущення настання негативних наслідків у діяльності учасників за рахунок розроблення і реалізації дієвих управлінських механізмів. До зовнішніх протиріч запровадження кластерів відносяться: обмеженість державної підтримки та фінансування інтеграційних процесів; недосконалість державного регулювання; недостатність поінформованості, інтеграційної активності та ініціативності господарських суб'єктів; низький рівень взаємодії держави (публічного сектора) з бізнесом; недосконалість розвитку туристичної інфраструктури тощо. Внутрішні проблеми формування кластерних утворень пов'язані з: ризиками втрати права власності на спільно розроблені продукти та інновації; можливостями втрати організаційної гнучкості, керованості об'єктів внаслідок зростання масштабу; підвищенням складності управління кластерами через відсутність дієвих механізмів управління складними інтегрованими структурами; складнощами перерозподілу отримуваних доходів і витрат між учасниками; протиріччями в організаційній культурі, цінностях, мотивах учасників (опір); проблемою збереження конфіденційності

інформації; зростанням вірогідності внутрішніх конфліктів (між власниками, працівниками, менеджерами); ризиками спільної діяльності (втрата специфічних ресурсів, іміджу, продуктової та територіальної винятковості тощо).



Рис. 1. Переваги кластерних формувань

Отже, в умовах зростаючої конкуренції, проблеми формування та сприяння ефективному розвитку кластерних утворень набувають особливої актуальності для розвитку туристичної галузі. Існування полеміки щодо перспектив та протиріч розвитку туристичних кластерів підтверджує необхідність розгляду як переваг, так і проблем досліджуваного явища з метою формування дієвого методологічного інструментарію управління цим інноваційним типом стратегічної інтеграційної взаємодії господарських суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Босовська М.В. Проблеми та перспективи розвитку туристичних кластерів / М.В. Босовська // Вісник СНУ ім. В. Даля. – 2013. – №7 (196). – С. 43–48.
2. Мельник О.В. Конкурентоспроможність туристичної галузі як чинник формування туристичної привабливості території / О.В. Мельник // Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». – № 499 «Логістика». – 2004. – С. 321–325.
3. Porter Michael E. Clusters and the New Economics of Competition / Michael E. Porter // Harvard Business Review. – 2002. – Nov.–Dec. – P. 77–90.
4. Соколенко С. Структура кластерних систем по регіонах України / С. Соколенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucluster.org/blog/2012/06/struktura>

Ольга Ватаманюк,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРЕВАГИ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ЯК ФОРМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Становлення і розвиток підприємницького сектору в Україні завжди були одними із найважливіших проблем вітчизняної економіки, адже структура бізнесу держави визначає напрями її розвитку, у тому числі домінування сфери послуг над сферою матеріального виробництва. У сучасному світі господарюючі суб'єкти відіграють ключову роль у виокремленні нових форм капіталу та мають неабиякий вплив на підвищення фінансового потенціалу держави, а важливою рисою ринкової економіки нині є їх організаційне різноманіття, зумовлене новими інформаційними та технологічними можливостями і спричиненими світовою глобалізацією.

Раптова зміна соціально-економічного устрою в Україні без створення відповідної системи інституціональних засад ускладнила розвиток позитивних економічних процесів і спричинила необґрунтоване руйнування багатьох ланок суспільного відтворення. Пристосування підприємств до ринку не супроводжувалося удосконаленням їх організаційної структури та відповідним розвитком коопераційних зв'язків [5, с. 12]. Водночас процеси глобалізації й стрімке завоювання ринками НТП істотно вплинули на розвиток економіки, і головне, організацію промисловості.

Вивчення організації промисловості показує наявність трьох фундаментальних підходів: галузевого, галузевих ринків і інституціонально-мережевого, причому останній домінує в дослідженнях з кінця ХХ ст. З позицій цього підходу кластер – це нова форма

організації – гетерархія, що не має яскраво виражених ієрархічних рис, лише почасті є ринковою й характеризується організаційною гетерогенністю. Така структура являє собою мережу, що функціонує на основі інституціональних механізмів координації й кооперації [7, с. 74].

Більшість авторів визначають кластер як інституцію через взаємодію людського капіталу, пошук спільних інтересів, різні форми співпраці. У згаданих визначеннях простежуються такі важливі фактори, як використання переваг організаційних ресурсів, схем кооперації серед бізнесу та елементів ринкової інфраструктури, мотиваційних механізмів міжсуб'єктної взаємодії, а також формування правил і положень зі створення територіально-галузевих об'єднань з інноваційними пріоритетами розвитку регіону як соціально-економічної системи [1, с.202].

В інвестиційному аспекті кластери розглядаються як організаційна форма консолідації зацікавлених сторін – інвесторів, спрямована на досягнення конкурентних переваг в умовах глобалізації економіки. Основна мета формування кластера – забезпечення синергії розвитку як окремого бізнесу, так і регіону загалом. Так, для бізнесу кластер – це реальна можливість забезпечення конкурентоспроможності при ефективно розробленій стратегії розвитку на 5–10 років. Однак варто наголосити, що кластер формують локалізовані географічно підприємства одного сектора економіки, метою об'єднання яких є підвищення результатів діяльності за умови цивілізованої конкуренції, орієнтації на лідера та державної підтримки [6]. Вигідною особливістю кластерного угруповання є легітимне використання різних шляхів виводу з-під оподаткування – як організації «вексельних клубів», трансфертне ціноутворення, комісійні операції. Таким чином корпоративний центр звільняється від зайвих витрат, акумулюючи чистий прибуток в інвестиційні проекти, які спрямовані на розвиток виробничого потенціалу компанії [3, с. 25].

Діяльність кластерних об'єднань базується на постійному розвитку, роботі за новими технологіями, розширенні діяльності, розробці інноваційної політики. Це причина того, що кластерні об'єднання потребують інвестиційного забезпечення. Результатом цього є те, що кластери стають центрами залучення зовнішніх інвестицій [2, с.128].

Таким чином, погоджуючись із думкою науковців [4, с.137], вважаємо, що кластер слід розглядати як систему взаємовигідних відносин різних організацій, а саме: промислових підприємств, компаній сфери послуг, фінансових установ, науково-дослідних центрів, органів регіонального та державного управління, громадських організацій тощо. Всі вони отримують додаткові системні переваги завдяки виникненню ефекту синергії від спільного співробітництва, що сприяє забезпеченню конкурентоспроможності підприємств кластера, інноваційному розвитку регіональної і національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук В. А. Сутність поняття кластерного механізму / В. А. Ковальчук // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3 (33). – С. 202–206.
2. Кузьмін О. Є. Кластери як важливий чинник залучення інвестицій на промислові підприємства / О. Є. Кузьмін, Л. О. Саталкіна // Бізнесінформ. – 2013. – № 4. – С. 127–134.
3. Пархоменко А. А. Синергетичний вектор кластерів / А. А. Пархоменко // Економічний часопис – XXI. – 2012. – № 11–12 (1). – С. 25–27.
4. Пуліна Т. В. Генезис кластерних об'єднань підприємств / Т. В. Пуліна // Проблеми економіки. – 2013. – № 3. – С. 134–142.
5. Савельєва Т. Проблеми розвитку великих корпоративних структур в економіці країни / Т. Савельєва // Персонал. – 2007. – № 9. – С. 12–15.
6. Спасів Н. Я. Кластер як імператив інвестиційної активності [Електронний ресурс] / Н. Я. Спасів, М. І. Холчан, В. М. Холчан // Ефективна економіка : [електронне фахове видання]. – 2010. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=406>
7. Тищенко О. М. Кластери як вектор розвитку економіки: організація, сутність і концепції / О. М. Тищенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – № 21. – С. 74–80.

Lesya Horzhu,

Chernivtsi Trade and Economics Institute of KNTEU, Chernivtsi

SOME ASPECTS OF CLUSTER-BASED TECHNOLOGIES' IMPLEMENTATION: INTERNATIONAL EXPERIENCE

Active development of clusters is considered an effective direction for innovative activities in advanced economies, where the main direction for the implementation of the cluster concept advocates the establishment of relationships between corporate entities, investment, brokering, scientific, educational, public organizations in the region.

A cluster can be broadly defined as a group of firms, related economic actors, and institutions that are located near each other and have reached a sufficient scale to develop specialized expertise, services, resources, suppliers and skills. Cluster policies are designed and implemented at local, regional and national level, depending on their scope and ambition. Clusters are predominantly a market-driven phenomenon. Most successful clusters are created spontaneously as a result of natural competitive advantages, market forces or simply by chance.

The increasing interest in clusters is only one aspect of a broader re-orientation of research and economic policy towards the microeconomic foundations of prosperity and growth. The economic policy debate had in previous decades been to a large degree dominated by macroeconomics and the creation of market institutions in transition economies. But while there is now fairly broad consensus on the type of macroeconomic and legal conditions necessary to achieve economic progress, it is also increasingly becoming clear that these conditions are not sufficient. As a new approach to help economies reap the full potential of an improved macroeconomic and legal context cluster-based efforts have received a lot attention.

While there is little dispute that the cluster concept is becoming increasingly popular, not all researchers agree that this is a positive development. Some critics argue that the definition of clusters is too vague

and the concept thus a problematic source of policy advice. Others see cluster-based development as a useful approach, but are concerned about its actual use in projects bearing little resemblance to the original framework. Practitioners, however, are under such intense pressure to develop a new, more effective approach to economic development that they can't afford to wait for these theoretical disputes to be resolved.

Clusters differ in many dimensions: the type of products and services they produce, the locational dynamics they are subject to, their stage of development, and the business environment that surrounds them, to name a few.

Clusters can be classified by the type of product and/or services they provide. There are clusters in automotive, in financial services, in tourism, in ceramic tiles, and many more. Within these clusters, recent research has pointed out how different locations play different roles. The early discussions on clusters focused on clusters with international importance and leading world market positions, such as the financial clusters in New York and London, the media cluster in Hollywood, the IT cluster in Silicon Valley, the automotive clusters in Southern Germany and Detroit, the telecom clusters in Stockholm and Finland, and the textile/fashion clusters in Northern Italy. This characterization of clusters has discouraged many regions with no realistic chance of achieving a similar level of performance in their clusters.

More recent research on clusters indicates that even within a given field there is room for many different successful clusters, each taking a unique, individual role. Clusters are differentiated by their specialization in a particular stage of their field's value chain, by their focus on specific geographic areas, or by targeting selected customer needs or market segments. Take the example of footwear: Northern Italy is home to a very successful, high wage cluster, serving the world market and focusing on design, brand building, and high value production. Portugal is home to another cluster, focused on footwear manufacturing and short production runs serving fashion-conscious markets in Europe. Timisoara, Romania, is emerging as another cluster, functioning as an offspring of the Italian cluster focused on production in the low- to medium value product range. And then there are the major clusters in Asia, China and Vietnam in particular, focused on high-volume contract manufacturing of low value footwear products for the U.S. and European markets respectively.

The same mechanisms are at work within a country as the life sciences cluster in the United States indicates: New Jersey is home to most of the large pharmaceutical

companies and many of their manufacturing capacity. More standardized manufacturing is prominent in Puerto Rico. Minneapolis/St. Paul and Boston are specialized on medical devices. Biological products are concentrated in Los Angeles and San Francisco. Research hubs are the San

Francisco Bay Area, Boston, and – specialized on specific diseases groups – the Research Triangle in North Carolina and San Diego. These examples show that even within a given field there are many different ways to be a successful cluster.

The most famous instruments to support the clusters' development are:

- direct funding (grants, debts), that reaches 50% of the costs by creating new products and technologies (France, the United States, Russia and other countries);
- legislative protection of intellectual property rights and copyrights;
- tax relief for businesses, including exclusion from the taxable amounts for R & D and writeoffs of investments for R & D, preferential taxation for universities and research institutions (Japan);
- granting of loans, including loans without interest payments (Sweden);
- targeted grants for research and development (in virtually all developed countries);
- creation of innovation funds in view of the possible commercial risk (England, Germany, France, Switzerland, the Netherlands, Russia);
- non-refundable subsidies, up to 50% of the cost for innovation (Germany);
- reduction of stamp duties for individual inventors and submission of tax benefits (Austria, Germany, the United States, Japan and others), as well as the establishment of special infrastructure for its support and economic security (Japan);
- deferral of duties repayment or its relief, if the invention relates to energy savings (Austria);
- free management of office-work on individual inventors' orders, free service of patent attorneys, duty relief (Netherlands, Germany);
- government programs for risks' decrease and refunding of risk-related loss (Japan);
- programs for search and foreign talents' attracting, including speedy visas' processing, scholarships notation and improvement of living conditions (United States, Japan, Australia).

Commercialization of cluster strategies, typically implies the existence of grant-making foundations (institutions, agencies) that support cluster initiatives: for example, the national planning agency DATAR (France), information system of search and clusters' classification CASSIS (Luxembourg), National Council for competitiveness (United States), cooperation program LINK (United Kingdom).

In addition, there are special institutions that are capable to perform effectively the functions of development, building a network of structures and their internationalization. These include centers of expertise (Finland), centers of excellence (United States), consulting, marketing, analytical and branding companies (Economic Competitiveness Group (United States), the

Center for marketing and analytical research (Kazakhstan); institutions and agencies included in the cluster initiatives (Technical University Munich). An integral part of infrastructure cluster strategies software is the creation of business incubators, technological clusters and special economic zones, which, in fact, are catalysts for education of industrial clusters.

Thus, cluster-based economic development is entering a new era. As it is moving towards the mainstream of economic policy approaches in many countries and regions, it needs to face up to more rigorous demands:

1) It needs to be based on shared conceptual foundations, many of which we argue already exist.

2) It needs to make much more extensive use of data to test its hypotheses and to evaluate policies, a process that has just started in earnest.

3) It needs to develop a conceptual framework of the implementation process, clearly separating the discussion about clusters from the discussion about cluster-based economic policy.

4) And it finally needs to move beyond a narrow focus on clusters to a broader microeconomic policy for enhancing competitiveness.

Clusters should be open, flexible and attractive to the best talent and expertise available worldwide. Efforts at regional, national and international level should facilitate the establishment of closer and more efficient linkages between clusters as well as with leading research institutes within Europe and abroad.

International experience shows that public policy initiatives in a clustered policy are primarily oriented towards supporting of strong and creative companies and creating of productive environment, where weaker companies could improve their competitiveness.

Selected bibliography:

1. Porter M. Competition. – M. : Izd. Home «Williams», 2003.
2. Biryukov A.V. Characteristics of scientific clustering concepts // Microeconomics. – 2009. – No. 3.

Микола Грінчук, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРОМ НОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ОСНОВІ ПРОГНОЗУВАННЯ

Важливою особливістю прогнозування як інформаційної діяльності суб'єктів управління полягає в тому, що воно носить комплексний характер та здійснюється на базі (одночасно):

- інтуїтивної інформації з використанням уяви та інтуїції;
- предметної інформації та логіки;
- кількісних даних та математичних методів [1, с. 67].

Кожному з цих трьох випадків відповідають свої методи, способи та прийоми прогнозування. Важливо враховувати, що перевага в

конкретних ситуаціях одного з типів інформації, відповідно і одного з методів, не є підставою для заперечення інших методів.

У свою чергу прогнозний характер управлінського рішення породжує невизначеність в оцінці наслідків кожного рішення. Ця невизначеність пов'язана з тим, що у період з моменту отримання інформації про об'єкт управління до моменту виконання згідно з прийнятим рішенням управлінської дії може відбуватись наступне:

- старіння інформації, на основі якої приймалось рішення;
- зміна структури та параметрів об'єкта прогнозування;
- зміна структури та параметрів зовнішнього середовища даного об'єкта.

Дослідження показують, що одним з найбільш важливих об'єктів прогнозування в управлінні промисловим підприємством є витрати на виробництво продукції та їх співвідношення з різними сторонами функціонування підприємства. Загалом проблема прогнозування рівня витрат має складний слабо структурований характер.

Даний цикл включає різні етапи, причому деякі з них можуть повторюватись доти, доки не буде досягнутий позитивний результат. Це означає, що прогнозування, загалом, не є жорсткою однозначною процедурою, а гнучким, інтерактивним та багатоваріантним процесом. Крім того, під час нього не тільки визначається сам прогноз, але й вибираються засоби прогнозування (методи, методики і т.д.) [2, с.113].

Складність вирішення завдань прогнозування витрат викликає необхідність їх поетапного представлення в контексті розробки управлінських рішень на промислових підприємствах. Загалом, пропонуємо виділити наступні етапи (види робіт):

1. Аналіз завдання та точне його формулювання (включаючи аналіз логічної структури завдання).

2. Формулювання позицій спостерігача та декомпозиції завдання.

3. Формулювання загальної мети та критерію оцінки ефективності.

Декомпозиція мети, розробка дерева мети.

4. Формування альтернативних варіантів вирішення завдання.

5. Прогноз та аналіз майбутніх умов, тобто прогноз розвитку та зміни середовища, а також прогноз появи нових факторів, які здатні впливати на кінцевий результат.

6. Конструювання системи для вирішення завдання: визначення мети; аналіз структури системи, включаючи визначення рівнів ієрархії специфіки підсистем, процесів їх функціонування.

7. Виявлення потреби в ресурсах та технологічних процесах.

8. Оцінка ресурсів, які вже існують, включаючи оцінку технологій та потужностей.

9. Відбір переважних варіантів системи для вирішення завдання згідно з розробленим критерієм.

10. Розробка комплексної програми вирішення завдання,

включаючи: формулювання заходів, визначення послідовності досягнення проміжних результатів, розподіл сфер діяльності, компетентності та відповідальності між виконавцями.

11. Формування організаційної структури вирішення завдання прогнозування, організація інформаційних потоків та режимів роботи.

12. Оперативний моніторинг функціонування системи для вирішення завдання прогнозування.

Отже, виконання даного переліку робіт дозволить отримати системне вирішення завдань прогнозування витрат на промислових підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Кіперман Г. Я. Показники та нормативи в нових умовах господарювання / Г.Я. Кіперман. – М. : Фінанси та статистика, 2009. – 176 с.
2. Ткаченко П. Г. Економічні нормативи та стимули в плануванні / П. Г. Ткаченко. – М., 2007. – 108 с.

Любов Гут, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ДИСПРОПОРЦІЙ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Диспропорція – це порушення необхідних співвідношень у розвитку територіальних, галузевих та господарських комплексів. Дослідження соціально-економічного розвитку Чернівецької області за 2011–2012 роки дозволило визначити такі диспропорції:

- у структурі підприємництва Чернівецької області за розміром підприємств частка малих підприємств складає 94%, середніх – 5,7%, великих – 0,3%;

- у структурі малого бізнесу за сферами економічної діяльності найбільша частка припадає на підприємства торгівлі, ремонту автомобілів, побутових послуг та предметів особистого вжитку;

- нерівномірність розвитку малих і середніх підприємств у територіальному розрізі проявляється у тому, що понад 50% малих підприємств сконцентровано у м. Чернівцях, у районах їхня частка коливається від 5,9% у Новоселицькому районі до 1,6% у Герцаєвському;

- станом на 1 січня 2013 року кількість суб'єктів ЄДРПОУ на 1000 осіб наявного населення становила у м. Чернівці – 38, у м. Новодністровську – 24, а у Глибоцькому районі – 9 при середньому значенні по області 20;

- індекси продукції сільського господарства по містах та районах Чернівецької області порівняно 2012 роком коливаються від 120% у м. Новодністровську до 96% у Кельменецькому районі;

- розмір капітальних інвестицій на одну особу по містах та районах у 2012 році коливався від 700 грн. у Заставнівському районі до 3213,9 грн. у Сторожинецькому районі;

- в обсязі експорту товарів частка підприємств м. Чернівців у 2012 році становила 69,3%, Вижицького та Сторожинецького районів – 8%;

- частка прибуткових великих підприємств складає 75%, середніх – 69,2%, малих – 61,9%;

- навантаження на одне робоче місце при середньому значенні по Чернівецькій області 15 осіб коливається від 272 осіб у Сокирянському районі до 14 осіб у Путильському районі;

- наявність структурної диспропорції між попитом на робочу силу та її пропозицією за професіями є фактором, що обмежує можливості працевлаштування безробітних та задоволення потреб роботодавців у працівниках, значне перевищення пропозиції робочої сили над попитом спостерігалось серед категорії кваліфікованих робітників сільського та лісового господарства, риборозведення та рибальства (в 124,5 рази), а найменше – професіоналів (у 4,9 рази);

- середньомісячна номінальна заробітна плата працівників коливається від 2853 грн. у м. Новодністровську до 2018 грн. у Хотинському районі, що значно нижче розміру середньомісячної номінальної заробітної плати по Чернівецькій області (2329 грн.) та по Україні (3026 грн.), і свідчить про достатньо високий рівень тінізації доходів, при цьому середня зарплата працівників малого бізнесу значно нижча, ніж загалом по області, існує коливання середньомісячної заробітної плати працівників за видами економічної діяльності: між фінансовою діяльністю і діяльністю готелів і ресторанів (1,9 рази).

З метою нівелювання територіальних диспропорцій розвитку регіонів доцільно поступово здійснювати переформатування підприємницьких мереж та реалізовувати кластерні технології у функціонування вітчизняних підприємств. Кожний кластер проходить певні етапи життєвого циклу: виникнення, розвиток, період зрілості та трансформації. Період від одної стадії до іншої залежить від активності суб'єктів, правового та податкового поля.

Незважаючи на існування певних кластерних об'єднань в окремих областях України, на даний час мають місце певні юридичні та організаційні неузгодженості, які стримують реалізацію кластерних технологій:

- не визначені нормативно-правові засади формування і функціонування мережевих форм організації бізнесу;

- не затверджено науково обґрунтовані і практично апробовані методики виміру результатів їх діяльності;

- відсутні єдині організаційні форми побудови кластерів;

- відсутня прозора і дієва система соціального захисту населення;

- існуючий механізм розподілу коштів на регіональному і місцевому

рівнях призводить до міжрегіонального розшарування, коли інтелектуальний і інноваційний потенціал нації задіяний на декількох територіях;

- часті зміни керівників органів місцевої влади та органів самоврядування, комунальних установ та організацій.

Радянській моделі економіки притаманний був високий рівень використання внутрішньорегіональної кооперації та спеціалізації виробничої системи на науково-виробничих об'єднаннях, географічно локалізованих і взаємопов'язаних компаній – постачальників, виробників, сервісних, наукових і проектних організацій. На відміну від звичайних форм коопераційно-господарської взаємодії малого, середнього та великого бізнесу, кластерні технології мають свої особливості: обов'язковим є наявність великого підприємства-лідера (наприклад, для агропромислового кластеру – підприємств переробної галузі), яке визначає довготривалу господарську, інноваційну та інші стратегії всієї системи. Багато холдингів і конгломератів відчувають сьогодні необхідність вирощувати конкурентні переваги бізнес-системи, відчуваючи дефіцит нових ідей, нових продуктів, нових технологій. Керівники таких компаній, розуміючи короткотерміновість життєвого циклу своїх продуктів, відчуваючи загострення конкурентної боротьби, жорсткі цінові війни, готові піти на створення структурних підрозділів і підприємств, вертикально-інтегрованих холдингів, які відповідатимуть за створення нових конкурентних переваг.

Вивчення закордонного досвіду функціонування кластерних об'єднань свідчить про те, що реалізація кластерної політики проходить довготривалий період становлення з логічними напрацюваннями горизонтальних та вертикальних напрямків розвитку на основі розробки національних і регіональних стратегій та програм соціально-економічного розвитку з метою активного державного впливу на напрямки реформування національної економіки. У січні 2012 року на засіданні Ради підприємців при Кабінеті Міністрів України розглядалося питання про законодавче та інституційне забезпечення процесу формування та розвитку кластерів в Україні, внесено пропозицію щодо створення за участю представників центральних органів виконавчої влади, неурядових організацій та Ради підприємців при КМУ Міжвідомчої робочої групи з питань розвитку інноваційних кластерів в Україні для розробки проекту Закону України «Про загальні засади формування та розвитку кластерів».

Кластеризація – це підхід до організації виробничої системи, який полягає в об'єднанні зусиль, близьких за певними ознаками виробництва (територіальна близькість, соціальна відстань, особливості технологій, напрями виробничих потоків, вмотивованість суб'єктів співпраці) і дає їм перевагу над тими бізнес-структурами, які працюють окремо. Це дозволяє стверджувати про наявність чотирьох видів синергізму, які

існують за умови, коли загальний ефект перевищує суму показників віддачі всіх ресурсів його учасників, які діють незалежно один від одного [3, с. 36]:

- синергізм від реалізації продукції за рахунок використання різними постачальниками одних і тих же складських приміщень, каналів реалізації та ринки їх збуту, рекламних, маркетингових заходів щодо стимулювання збуту продукції;

- синергізм оперативного управління, який є результатом спільного й ефективного використання устаткування приміщень, персоналу, розподілу невідгідних витрат, проведення навчання кадрів і обмін досвідом, здійснення єдиних закупівель великою партією;

- фінансово-інвестиційний синергізм пов'язаний з розподілом або перерозподілом фінансово-інвестиційних ресурсів, які спрямовуються на розвиток малих підприємств;

- синергізм менеджменту пов'язаний з розробкою стратегій розвитку підприємств при диверсифікації діяльності або зміні організаційно-правової форми.

На шляху кластеризації економіки України знаходяться кластерні об'єднання, основні напрями діяльності яких було сконцентровано у таких областях:

- Хмельницькій (швейний, будівельний, харчовий, туристичний);
- Івано-Франківській (туристичний та виробників декоративного текстилю);
- Черкаській (перевізників);
- Житомирській (каменедобування та каменеобробки).

У Чернівецькій області, яка входить до Карпатського економічного регіону, функціонують: Перший аграрний кластер, який об'єднує такі галузі сільського господарства, як: садівництво, овочівництво, ягідництво, птахівництво, кролівництво із забезпеченням заготівлі, збереження продукції в овочесховищах, у холодильних камерах з подальшою реалізацією через спеціалізовані торговельні мережі; Буковинсько-Подільський туристичний кластер, який об'єднує туристично-рекреаційний напрям.

Основні перспективи кластеризації у Чернівецькій області пов'язані з розвитком наступних кластерів: агропромисловий кластер; кластер сільського туризму «Черемошський»; лісовий кластер (Сторожинецький, Вижницький Путильський райони); деревообробний кластер (Путильський, Вижницький та Сторожинецький райони); кластер вирощування і обробки цукрового буряку (Кіцманський, Новоселицький райони); весільний кластер (Глибоцький район); кластер сільського туризму (Сокирянський, Хотинський, Вижницький, Путильський райони); туристично-рекреаційний кластер (Путильський, Вижницький та Сокирянський райони та м. Чернівці і Новодністровськ); спортивно-туристичний кластер з орієнтацією на гірськолижний напрям

на основі реалізації інвестиційного проекту «Олімпійська надія – 2022» (Вижницький, Путильський райони); кластер ІТ-послуг (м. Чернівці).

З метою системного підвищення конкурентоспроможності і стимулювання розвитку нових форм просторової організації виробництва (класнерних технологій) і кооперації їх учасників доцільно:

- на національному рівні: прискорити процес затвердження Національної програми кластеризації економіки України; забезпечити формування законодавчих актів щодо формування сприятливого для розвитку підприємництва, ділового середовища з акцентом на співпрацю влади, бізнесу, науки, освіти і громадських організацій у формі інноваційних мережевих структур; забезпечити розробку правового та методичного забезпечення діяльності кластерів і підприємницьких мереж у процесі їх формування та функціонування залежно від основних типових моделей кластерів, способів їх ідентифікації у господарській практиці, їх організаційної структури; форм та інтенсивності зв'язків між учасниками кластерів; вивчати досвід зарубіжних країн та країн пострадянського простору щодо специфіки впровадження нових виробничих структур (мереж, агломерацій, альянсів, технопарків, кластерів); розвивати транскордонне співробітництво у 15 областях України, які мають можливість брати участь у розвитку євро регіонів, що сприятиме покращенню інвестиційного клімату та сприятиме об'єднанню природних, технологічних і інтелектуальних ресурсів і співпраці влади, бізнесу і громадських організацій;

- на регіональному рівні: ініціювати створення при Чернівецькій облдержадміністрації (або міській раді) координаційного центру реалізації кластерних ініціатив; здійснювати постійний моніторинг соціально-економічних потреб Чернівецької області з метою визначення пріоритетних цілей і завдань регіональної політики; передбачити впровадження інноваційних освітніх програм для підготовки і перепідготовки фахівців, які спроможні будуть розробляти програми створення та функціонування кластерних технологій, а також механізми їх впровадження, здійснювати оцінку основних перешкод і наукового обґрунтування отриманих результатів; передбачити на базі діючих кластерів створення навчальних центрів, де б мали змогу стажуватися фахівці з інших регіонів; активізувати створення інноваційної інфраструктури, що сприятиме розвитку трансферу технологій на території області, визначенню підходів до підтримки інноваційного підприємництва.

Отже, у наш час застосування кластерних технологій у регіонах України є необхідною умовою для виходу з економічної кризи, відродження вітчизняного виробництва, створення нових робочих місць, підвищення інноваційно-інвестиційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного зростання та конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Програма регіонального розвитку України до 2015 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.07.2006р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/1001-2006-п
2. Про загальні засади формування та розвитку кластерів: проект Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: biznes.od.ua>index.php?option=com_content...view&id...
3. Кулик Р. О. Основні економічні механізми формування синергічного ефекту в кластерних структурах / Р. О. Кулик // Економіка АПК. – 2008. – №11. – С. 35–41.
4. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко. – К.: Логос, 2004.

Євгенія Дронт, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

Валентина Заньковська, к.т.н.

ПВНЗ «Буковинський університет», м. Чернівці

СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ПРОСТОРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Специфіка регіонального розвитку України обумовлена комплексом факторів, які є причиною диференціації областей за рівнем економічного розвитку та дезінтеграції економічного простору країни, внаслідок чого виникають суттєві диспропорції в структурі соціального середовища. Це є свідченням недостатнього напрацювання теоретичних основ та методологічних підходів до аналізу стану економічної системи, насамперед з позиції територіального та функціонального розміщення економічних одиниць.

Необхідним є визначення системи показників, комплексний та системний аналіз яких дозволив би виокремити основні економіко-управлінські аспекти кластеризації регіональних економічних систем та дозволив здійснити адекватну оцінку потенціалу розвитку кластерів, як основи просторової логалізації економічних суб'єктів.

Питаннями визначення та дослідження системи індикаторів, які сигналізують про ступінь розвитку економічної системи та рівня її економічної безпеки займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, а саме: Л.Абалкін, О.Власюк, С.Глазьев, В.Геєць, А.Гуменюк, Б.Губський, Т.Ковальчук, В.Кузьменко, І.Мішина, А.Мокій, В.Мунтіян, С.Пирожков, Р.Покотиленко, В.Сенчагов, А.Сухоруков, А.Чесноков, Ю.Харазішвілі та ін.

Важливе завдання регіонального управління полягає в виявленні перспективного та безпечного напрямку розвитку соціально-економічної системи. Процес прийняття управлінського рішення повинен містити в собі багатоаспектний аналіз економічної системи. Можливість прийняття незаангажованого рішення залежить від коректності вибору, оцінки та інтерпретації показників, які в повній мірі дозволять визначити стан та напрям розвитку. Адже адекватна оцінка рівня розвитку економічної системи дозволить вибрати найбільш перспективну траєкторію розвитку.

Виникає гостра необхідність в напрацюванні методів ідентифікації значущих ознак, аналізу міри впливу структурних зрушень та

економічних факторів на темп та якість розвитку. Адже соціально-економічна система володіє внутрішньою структурою, зміна якої впливає на соціальний розвиток та на рівень економічної безпеки загалом.

Кластер слід розглядати як системно-об'єктний конструкт територіальної локалізації взаємодіючих чинників виробництва, а також основу формування територіальної забезпеченості ресурсами (природними, фінансовими, трудовими) в логічній ув'язці з послідовністю дій, вживання норм, правил, законів, регіональних територій, корпоративних культур підприємств [1, с. 45].

В умовах регіоналізації, на всіх рівнях формування регіональних територіально-локалізованих підсистем української економічної системи актуальним завданням стає розробка кластерної моделі управління, що є територіальною концентрацією сукупності взаємозв'язаних між собою бізнесом-інтересами підприємств, а також державних і суспільних соціально-економічних інститутів, необхідних для розвитку як регіональної економіки так і загальнодержавної економічної систем загалом.

Задля забезпечення комплексності прийняття рішення на загальнодержавному та регіональному рівнях необхідно створити методологію комплексної оцінки програм стійкого соціально-економічного розвитку регіону на основі багатофакторного критеріального аналізу економічних індикаторів, яка б дозволяла підвищити якість і обґрунтованість стратегічних рішень. З цією метою варто створити алгоритм оптимізації комплексних програм розвитку регіону з врахуванням чинника невизначеності та з врахуванням потреб економічної безпеки держави.

Існує обґрунтована потреба в розробці підходів до оптимізації регіональних програм розвитку з врахуванням інтересів різних економічних суб'єктів, які формують кластерну структуру і вірогідності виникнення загроз та ризиків пов'язаних з реалізацією вибраних програм. Це завдання буде виконано через розробку та використання сучасних алгоритмів, які використовуються для забезпечення ефективного функціонування інформаційно-аналітичної системи моніторингу економічної безпеки регіону.

Список використаних джерел:

1. Паньков В. С. Организационно-экономические инструменты формирования и развития кластеров в региональной экономике : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Паньков Виктор Сергеевич. – К., 2011. – 175 с.
2. Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України / Національний інститут проблем міжнародної безпеки; за ред. А. І. Сухорукова. – К., 2003. – 64 с.
3. Система економічної безпеки держави / Під заг. ред. д.е.н., проф. Сухорукова А. І. ; Національний інститут проблем міжнародної безпеки при РНБО України. – К.: ВД «Стилос», 2010. – 685 с.
4. Харазішвілі Ю. М. Теоретичні основи системного моделювання соціально-економічного розвитку України : монографія / Ю. М. Харазішвілі. – К. : ТОВ «Поліграф-Консалтинг», 2007. – 324 с.

Наталія Замятіна,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ

Сьогодні підвищення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичної сфери можливе за рахунок активізації руху туристичних потоків. Одним із способів покращити привабливість території для потенційних туристів, а також отримати в результаті конкурентні переваги на ринку є створення такого територіально-галузевого об'єднання, як туристичний кластер. Його створення дає змогу ефективно використовувати природні та рекреаційні ресурси, історичну та культурну спадщину, а також посилити вплив сфери рекреації і туризму на економічний розвиток регіону.

Кластери як інтегровані групи підприємств, фірм, організацій та супутніх закладів, діяльність яких знаходиться в одній сфері бізнесу, можуть виробляти та реалізувати рекреаційно-туристичні послуги та створити гідну конкуренцію іншим туристичним продуктам на міжнародному ринку.

Проблеми створення, функціонування та розвитку кластерів висвітлюються у роботах таких зарубіжних та українських вчених, як К.З.Адамова, О.А.Бакуменко, І.М.Дишловий, С.М.Ільчишин, В.Ф.Кифяк, Ф.Котлер, А.І.Мокій, М.Портер, Д.М.Стеченко, Т.І.Ткаченко та ін.

В економічній та спеціальній літературі поняття «кластер» має різні дефініції, але головна ознака – об'єднання окремих елементів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації поставленої мети.

Кластеризація в туризмі є індикатором того, що глобалізаційні процеси охоплюють велику кількість галузей економіки.

До основних переваг туристичного кластеру можна віднести:

- максимальне та ефективне використання ресурсів;
- взаємовигідне співробітництво: обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників;
- підвищення привабливості територій для інвестування;
- розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості;
- створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів [2, с. 32].

Об'єднання в кластери дає можливість залучати фінансові ресурси в нові виробництва шляхом:

- об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств того чи іншого кластера;
- залучення інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах;

– шляхом участі в конкурсах проєктів, що фінансуватимуться як гранти;

– об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств для забезпечення гарантій на отримання кредитних ресурсів [3, с. 71–72].

При цьому забезпечується обмін інформацією, а також можливість виходу на зовнішні ринки.

В Україні кластерний рух започаткований у 1998 р., зокрема у Хмельницькій області створено шість кластерів (швейний, будівельний, харчовий, продовольчий, туристичний та кластер зеленого туризму). Сьогодні прикладами функціонуючих кластерних утворень в сфері туризму в Україні є:

– громадська організація «Туристичний кластер «Кам'янецький дивокрай» (с. Колибаївка, Кам'янець-Подільський район, Хмельницька область);

– кластер еко-агротуризму «Оберіг» (селище Гриців, Шепетівський район, Хмельницька область);

– туристичний кластер «Південне туристичне кільце» (складається із 12 міст Одеської, Миколаївської, Херсонської областей та АР Крим);

– туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавський, Диканський, Миргородський та Шишацький райони Полтавської області);

– Подільсько-Буковинський туристичний кластер (м. Кам'янець-Подільський, м. Чернівці та м. Хотин);

– туристичний кластер «Славутич» (м. Славутич, Київська область) [5, с. 91].

Як приклад, пропонуємо детальніше розглянути Подільсько-Буковинський туристичний кластер. Ідея створення такого кластера виникла декілька років тому, оскільки сьогодні окремим містам досить складно втримати свій статус при тих потужних фінансових потоках, що залучаються в туристичну індустрію у світовому та регіональному масштабах. Подільсько-Буковинський туристичний кластер об'єднав різні об'єкти туристичної інфраструктури, які були розділені, в один конгломерат. Таким чином, туристи можуть розраховувати на комплекс послуг та цілісний туристичний продукт. Трьома основними містами Поділля та Буковини є Кам'янець-Подільський, Чернівці та Хотин. Ці міста володіють надзвичайно потужними ресурсами для розвитку туризму. Тут знаходяться дивовижні історико-архітектурні, природні пам'ятки Буковини та Поділля, стародавні замки Хотина та Кам'янець-Подільського, каньйони річок Дністер та Смотрич, а також щорічно відбуваються унікальні події: фестиваль Маланок «Маланка-Фест» (м. Чернівці), фольклорно-етнографічний фестиваль «ОбноваФест» (м. Чернівці), фестиваль повітряних куль (м. Кам'янець-Подільський), Міжнародний історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» («Битва націй») (м. Хотин), міжнародний лицарський фестиваль «Форпост»

(м. Кам'янець-Подільський), Міжнародний історико-військовий фестиваль «Terra Heroica» (м. Хотин), фестиваль музики та стрит-арту «Respublica» (м. Кам'янець-Подільський), Регіональний фестиваль комедії «Золото оплески Буковини» (м. Чернівці) та ін. [7]. Варто зазначити, що саме подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. В контексті туристичного кластера це означає, що активно залучаються об'єднання фірм і організацій не тільки тих сфер господарського комплексу регіону, що виробляють та надають рекреаційні та туристичні послуги (готельне, ресторанне господарство, транспорт, тощо), а й супутніх галузей (харчова та легка промисловість, сільське господарство, виробництва сувенірної продукції, комунальне господарство та ін.). Всі ці галузі тісно зв'язані між собою та взаємно сприяють зростанню конкурентоспроможності одна одній.

Таким чином, кластер є однією з найбільш привабливих форм організації рекреаційної діяльності, особливо в умовах становлення ринкових механізмів господарювання, оскільки:

- об'єднує на добровільних і взаємовигідних засадах суб'єктів економічної діяльності, що дозволяє їм успішно конкурувати на ринках різних рівнів;
- кластерні технології сприяють налагодженню взаєморозуміння між управлінськими структурами і бізнесовими колами у процесі розв'язання соціально-економічних проблем певного регіону;
- рекреаційна галузь – приваблива сфера вкладання інвестицій, які даватимуть повнішу віддачу за умови створення регіональних рекреаційних кластерів;
- регіон має реальні шанси перетворитись в один з піонерних регіонів запровадження кластерних технологій у сфері рекреації та туризму [4].

Для всієї економіки регіону рекреаційно-туристичний кластер виконує роль локальних точок росту внутрішнього ринку, що може привести до створення нових кластерів, а це значно посилить міжнародну конкурентоспроможність регіону та й країни загалом. Наявність злагодженої системи надання міжнародних туристичних послуг створює позитивний імідж регіону та країни загалом на міжнародній арені, роблячи територію більш привабливою та, як наслідок, економічно вигідною і прибутковою, а торговельні можливості при цьому спрощуються.

Список використаних джерел:

1. Адамова К. З. Классификация в туристской отрасли как фактор глобализации [Электронный ресурс] / К. З. Адамова // Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия: материалы I международной научной конференции, г. Саратов, 15–16 апреля 2009 г. – Саратов, 2009. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/adamova.htm

2. Бакуменко О. А. Классификация туристских кластеров / О. А. Бакуменко // Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе: сб. статей Международной научно-практической конференции, 29–30 березня 2013 р., м. Уфа. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2013. – Ч.3. – С. 30–34.

3. Дишловий І. М. Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластеру та його регулювання / І. М. Дишловий // Экономика и управление. – 2010. – №6. – С. 69–75.

4. Кифяк В. Ф. Формування рекреаційно-туристичного кластеру та його вплив на підвищення ефективності управління сферою рекреації і туризму [Електронний ресурс] / В. Ф. Кифяк // Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою: матеріали доповідей III науково-практичної конференції. – Бердянськ: АУТ «АРИУ», 2007. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kyfjak2.htm

5. Ткаченко Т. І. До основ механізму формування кластерів у туризмі / Т. І. Ткаченко // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – №236. – С. 89–92.

6. Фестивалі [Електронний ресурс] / Сайт на підтримку фестивального руху. – Режим доступу: <http://festyvali.org.ua/>

Наталія Канут,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ «ДЕРЕВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ» ПРИ ВИКЛАДАННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ БЖД

У педагогічному процесі сучасного ВНЗ існує багато різноманітних форм та методів інноваційного навчання, спрямованих на якісне засвоєння знань студентами, розвиток їх розумової діяльності, виявлення умінь та навичок критичного осмислення проблем, набуття досвіду самостійного опрацювання навчального матеріалу, пошукової роботи, набуття якостей, які стануть у нагоді в подальшому розвитку самоосвіти і самореалізації.

Найбільш ефективними формами організації навчальної діяльності є робота в групах. Розмір такої групи залежить від кількості студентів в академічній групі, доступності джерел і змісту завдання. Як правило, це 5–7 студентів. Робота в групах – це така організація роботи, яка сприяє залученню всіх студентів, але з урахуванням рівня їх розвитку та можливостей сприйняття матеріалу. Особливого значення при цьому набуває диференційний підхід до визначення завдань.

Проблем на семінарі можна розглянути кілька, і всі обов'язково розв'язувати в групах. Але неодмінною умовою є наявність проблеми та робота з нею в групах, прийняття узгодженого рішення і діалог за підсумками роботи.

Діалог – це співробітництво учасників навчального процесу, з одного боку - різних груп студентів, з другого – студентів і викладача з метою спільного пошуку рішення. Тому воно направлено на пошук спільних знаменників, розширення і можливу зміну власного погляду, відвертість у взаємовідносинах. Як доводять дослідження, групові дискусії сприяють засвоєнню 50% матеріалу.

Дискусії – це словесний обмін ідеями, думками з будь-якої теми. Корисні тим, що дають можливість активізувати розумову діяльність студентів, уміння висловлювати власні думки, використовувати набуті

знання.

„Мозкова атака” достатньо популярний засіб навчання у дискусії. Ведучий пропонує якусь проблему або життєву ситуацію, для її вирішення пропонується якомога більше альтернативних засобів, які потім аналізуються самими студентами.

„Дерево прийняття рішень” – метод усіх можливих варіантів. Цей метод застосовується при аналізі ситуацій і допомагає досягнути повного розуміння причин, які призвели до прийняття того чи іншого важливого рішення, події в минулому. Студенти мають зрозуміти механізм складних рішень, роль викладача - заносити (можна залучати студентів) у колонки переваги і недоліки кожного з них. В ході обговорення студенти заповнюють таблицю.

Допомогою в обговоренні та прийнятті правильного рішення для кожного з запропонованих варіантів може бути і використання схеми вибору рішень, що використовується в теорії ризиків “Дерево прийняття рішення”:

				Подія (Що сталося ?)	
				Інформація (Наукові дані про подію)	
				Рішення (Що робити?)	
				Варіанти	
B1	B2	B3	B4	B5
+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	(прораховуються і зазначаються

усі позитивні і негативні сторони кожного з варіантів)
Суб’єктивні фактори(вплив людей на дану ситуацію)
Об’єктивний фактор (вплив обставин)
Рішення, що прийняте на основі врахування усіх даних.

Розглянемо лише деякі типи практичних - семінарських занять, які, на наш погляд, зможуть проілюструвати застосування інтерактивних методик у вищій школі. Зупинимось, передусім на заняттях, де відпрацьовуються комунікативні, вербальні, дискусійні вміння, які необхідні майбутнім випускникам .

На практичному занятті-конференції студенти "перевтілюються" у дослідників з конкретної проблеми, що зазначена у планах до заняття (здебільшого п'ять-шість питань). Студенти розподіляються на дослідників-доповідачів (п'ять осіб), опонентів (п'ять осіб), учасників конференції - більшість студентів. Обирається керівник секції та секретар. Викладач, залежно від мети заняття, може бути ментором, модератором або координатором -спостерігачем. Головне завдання - підготувати студентів до участі у конференціях різного рівня, тому питання до семінарського заняття будуть доповідями науковців з різних країн світу.

Практичне заняття-диспут

Ця форма роботи в університеті , як і попередні, пов'язана з мотивацією діяльності студентів гуманітарних факультетів, передбачає

розвиток їх комунікативних умінь, які так необхідні майбутньому викладачеві, політику, адвокату тощо. Можна обрати декілька тем з курсу, щоби вдосконалити вміння вести дискусію, науковий діалог з опонентами, рецензентами, коректно ставити запитання дослідникам, чітко та логічно на них відповідати.

Практичне заняття - "вибори"

На цьому занятті моделюються ситуації, які допоможуть порівняти два типи виборів (демократичні й недемократичні) і показати перевагу перших. Викладач призначає комітет з кількох студентів, який визначає імена кандидатів. З'ясовуються відмінності під час голосування за одну кандидатуру, або можливість обирати за альтернативним списком.

Практичне заняття за методом "снігова куля"

Цей тип заняття складний за своєю методикою, проте може відіграти важливу роль у підготовці спеціаліста до самостійної наукової діяльності. До планів практичних занять обов'язково додаються проблемні дискусійні питання, вирішити які легше у невеликій групі. Об'єднуємо студентів у групи по двоє-троє, даючи змогу обговорити проблему протягом 5 хв. Наступний крок – об'єднання маленьких груп по дві, а згодом - в одну-дві великі, щоб поступово, аналізуючи складне питання, зібрати достатньо матеріалу та спільно вирішити проблему. Відповідають переважно студенти, які обізнані з цього питання, або ті, кого висуває група (групи).

Переваги та недоліки у застосуванні інтерактивних методик

Отже, групова форма роботи в порівнянні з іншими має низку переваг: за той самий проміжок часу обсяг виконаної роботи набагато більший; висока результативність у засвоєнні знань і формуванні вмінь; формується вміння співпрацювати; формуються мотиви навчання, розвиваються гуманні стосунки між дітьми; розвивається навчальна діяльність (планування, рефлексія, контроль, самоконтроль).

Як і кожна форма роботи зі студентами в аудиторії під час навчального заняття, групова форма недосконала, і не є самоціллю у педагогічному процесі. Впровадження нових методик викладання у вищу школу потребує від викладача змінити і ставлення до своєї ролі в аудиторії, як до керівника процесом навчання.

Список використаних джерел:

1. Баханов К. Технологія групової справи в навчанні історії в школі / К. Баханов // Історія в школах України. – 2002. – № 1. – С.23–29.
2. Бикова О.В. та ін. Основи цивільного захисту: навч. посіб. / О.В.Бикова, О.Ч. Болієв, Д.М. Деревинський, В.Н. Єлісєєв, С.М. Миронець, С.І. Осипенко. Ю.О. Півень, В.І. Плетньов, Л.В. Попов, І.П. Соколовський; за заг. ред. канд. іст. наук М.В. Болотських; МНС України, Ун-тет цивільного захисту України, Ін-тут держ. упр. у сфері цивільного захисту. – К., 2008. – 223 с.
3. Василенко Л.Б. Основи безпеки життєдіяльності. 10 клас. Матеріали до уроків: посібник для вчителя / Л.Б. Василенко. – Харків: Веста: Видавництво «Ранок», 2011. – 208 с.
4. Основи охорони праці : підруч. для студ. вищих навч. закладів / Гандзюк М. П., Желібо Є.П., Халімовський М.О.; за ред. М.П. Гандзюка. – К.: Каравела, 2004. – 408 с.
5. Джигирей В.С. Безпека життєдіяльності : підручник / В.С. Джигирей, В.Ц. Жидецький. – Львів: Афіша, 2009. – 256 с.

6. Безпека життєдіяльності: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України I-IV рівнів акредитації / Желібо Є.П., Заверуха Н.М., Зацарний В.В. ; за ред. Є.П. Желібо. – К.: Каравела, 2008. – 328 с.
7. Безпека життєдіяльності : навч. посібн. / Желібо Є.П., Заверуха Н.М., Зацарний В.В. – Львів: Піча Ю.В., 2002. – 328 с.
8. Збірник нормативних документів з безпеки життєдіяльності. – К.: Основа, 2004. – 880 с.
9. Коденко Я.В. Основи медичних знань: навч. посіб. для 10-11 кл. серед. загальноосвіт. шк. / Я.В. Коденко. – К.: Арт-Освіта, 2004. – 159 с.
10. Мухина С.А. Нетрадиционные педагогические технологии в обучении / С.А. Мухина, А.А. Соловьев. – Ростов-на-Дону, 2004.

Дмитро Карпов, Роман-Даниїл Кучер,

Національний інститут стратегічних досліджень, м. Київ

ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ГАЛУЗІ НА РИНКАХ ЄС

1. Аграрний сектор посідає важливе місце в економіці України, оскільки в ньому виробляється 19 % ВВП, створюється 17 % валової доданої вартості, зайнято майже 25 % загальної чисельності працюючих у державі. За останні роки зовнішня торгівля розвивається досить динамічно, що відображено у збільшенні виробництва та обсягів експорту у 2013 р. Незважаючи на традиційне (більшою мірою) позитивне сальдо зовнішньої торгівлі продукцією АПК, на ринках ЄС воно від'ємне. Ця тенденція пояснюється такими характеристиками: високий рівень конкуренції на ринках ЄС; слаборозвинена зовнішньоторговельна (ринкова) інфраструктура; мала кількість капітальних інвестицій; недостатня державна підтримка; високий рівень тінізації; екстенсивні форми ведення господарської діяльності. Вирішальне значення мають макроекономічні фактори, від яких залежить раціональне використання природних ресурсів, задоволення споживчого попиту та стимулювання експортного потенціалу галузі.

2. Рекомендації та висновки вітчизняних дослідників збігаються щодо доцільності використання європейського досвіду розвитку аграрної сфери – Спільної аграрної політики ЄС (САП), оскільки сфера та механізми її діяльності зачіпають всі важливі проблеми галузі, такі як стимулювання, модернізація виробництва, формування та розширення нових ринків, інтеграція в систему світового агропромислового господарства. Понад те, для формування європейської аграрної моделі в Україні існують майже всі передумови, серед яких: вагомий природно-ресурсний, експортний та людський потенціал; поступове зростання інвестиційної привабливості; збережений уклад сільського життя та багатотисячолітні традиції ведення сільського господарства. Проте не варто переоцінювати переваги спільної аграрної політики ЄС з огляду на такі причини: бюджетне планування САП є складним завданням і непомірним в умовах України з її перманентним дефіцитним станом; поглиблення лібералізації аграрного ринку України для

європейських товаровиробників призведе до втрати вітчизняними виробниками своїх позицій насамперед на вітчизняному ринку; реструктуризація та модернізація аграрного сектора є складним процесом з огляду на фінансову, адміністративну, науково-технологічну та інфраструктурну складову. Перешкодою для інтеграції аграрної політики України в загальноєвропейську є також те, що в Україні значення сільського господарства у ВВП значно більше, ніж у країнах ЄС. Стимується розвиток науково-технологічної та інноваційної діяльності в аграрній сфері, оскільки слабка платоспроможність споживачів знижує попит на інноваційні розробки.

3. Дослідження вітчизняних економістів доводять, що переважна більшість показників конкурентоспроможності вітчизняних підприємств АПК ґрунтується на аналізі зовнішньої торгівлі, а покращення експортного потенціалу АПК – це пріоритет формування конкурентоспроможної галузі. В процесі кількісної характеристики стану та рівня конкурентоспроможності галузі базовою є оцінка експортного потенціалу аграрної галузі на міжнародній арені і, зокрема, ринках ЄС.

Аналіз факторних ознак розвитку (внутрішніх та зовнішніх) аграрного експорту виявляє найбільшу залежність:

1) обмінного курсу гривні до долара: девальвація гривні на 1 % збільшує експорт аграрної продукції на 1,93 %, ймовірність похибки можна відкинути на рівні статистичної значущості 95 %. Збільшення експорту в результаті девальвації національної грошової одиниці збільшує прибутки експортерів на 1 дол. США у національній грошовій одиниці;

2) зростання видатків на споживання в країнах ЄС: при їх збільшенні на 1 %, український експорт продукції АПК збільшується на 12,3 %, результат достовірний на рівні статистичної значущості 90 %. Частка експорту продукції АПК до ЄС становить 24,6 % (I квартал 2012 р.), тобто європейський ринок є одним з основних ринків збуту для України;

3) індексу цін в країнах ЄС на аграрну продукцію: його зростання на 1 % призводить до зростання вітчизняного експорту на 0,48 %, ймовірність похибки можна відкинути на рівні 90%. Пояснюється це тим, що вітчизняні виробники отримують перевагу на зовнішніх ринках у результаті підвищення цін на продукцію АПК на ринках ЄС. Також спостерігається незначне збільшення експорту при збільшенні інвестицій у сферу АПК, що свідчить про низьку технологічну базу цієї галузі. Відсутність впливу видатків бюджету на залежну змінну можна пояснити неінвестиційним характером бюджетних асигнувань та низьким рівнем дотацій у сферу АПК.

4. Враховуючи особливості сільськогосподарського виробництва, необхідними ознаками інноваційної моделі розвитку сільськогосподарської галузі визначаємо такі: комплексна

автоматизація виробничих процесів; скорочення низькотехнологічних засобів та методів управління завдяки переважанню інтелектуальних; зростання частки працівників з вищою освітою; технологічне переоснащення та використання ресурсозберігаючих технологій; децентралізація науково-технологічного потенціалу шляхом створення аграрних технополісів (об'єднання підприємств АПК різних форм власності та науково-дослідних інститутів).

Враховуючи особливості українського державного регулювання, варто виділити основні принципи, на яких повинна базуватися українська аграрна політика: поміркований протекціонізм; системність і комплексність; передбачуваність і прозорість; послідовність і справедливість; зрозумілість та ефективність; екологічна доцільність; законність та забезпечення реалізації конституційних прав та свобод селян; вільний вибір організаційно-правової форми господарювання; цілеспрямованість та адресність державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників; недопущення безпідставного втручання органів державної влади та місцевого самоврядування у вибір форм господарювання та господарську діяльність аграрних товаровиробників; забезпечення суб'єктам господарювання захисту прав власності на землю, майно та результати праці.

Першочерговими заходами щодо відродження галузі сільського господарства мають бути: дотації у сільське господарство, сприятливе податкове навантаження, поліпшення інвестиційно-кредитного клімату галузі, зменшення відсоткових ставок по кредитах, формування страхового ринку, стимулювання будівництва сільськогосподарських комплексів, встановлення справедливих цін на сільськогосподарську продукцію, врегулювання законів щодо ринку землі тощо.

Андрій Круглянко, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ КЛАСТЕРНОГО
ПІДХОДУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Соціально-економічний розвиток регіонів у період трансформації вітчизняної економіки значною мірою залежить від розвитку регіонального підприємництва. В умовах розвитку господарської самостійності регіонів воно може розглядатися як потужний фактор розвитку економіки регіону, реалізації його потенціалу тощо.

Враховуючи роль регіонального підприємництва Чернівецької області, його вплив на економіку регіону, ми приходимо до висновку про необхідність формування відповідної стратегічної системи його розвитку. Слід зауважити, що стратегія розвитку регіонального підприємництва Чернівецької області повинна базуватись на

результатах виконання попередніх кроків різноманітних програм державних органів із забезпечення розвитку регіонального підприємництва, а також враховувати стан, динаміку та пріоритети у розвитку самого регіонального підприємництва.

Особливістю регіонального підприємництва Чернівецької області є його певна відособленість від інтеграційних процесів, заснованих на засадах кооперації, франчайзингу, лізингу тощо у межах України. Особливо це стосується виробничого підприємництва. Зовнішньоекономічна діяльність розвинена недостатньо, участь в євроінтеграційних процесах досить пасивна, міжрегіональні підприємницькі відносини характеризуються несистемністю, епізодичністю, малими обсягами тощо.

Тут ми зупинимось на визначенні пріоритетних напрямків розвитку регіонального підприємництва Чернівецької області. Ми пропонуємо використати нетрадиційний підхід у визначенні цих напрямків, а саме – відійти від традиційного розуміння пріоритетних напрямків у стратегії розвитку як видів або сфер діяльності підприємництва, в рамках яких потрібно зосередити зусилля. У численних публікаціях та конференціях, що проводяться у Чернівецькій області, такими напрямками однозначно визнаються розвиток торгівлі та туризму [1; 2].

Не заперечуючи проти означених пріоритетних сфер розвитку підприємництва у Чернівецькій області, акцентуємо увагу на реалізації потенціалу регіонального підприємництва як стратегічного напрямку його розвитку. Суть такого підходу полягає у тому, що головним при розробці стратегії розвитку регіонального підприємництва Чернівецької області є чітке розуміння об'єктів, на які вона спрямована. Для того, щоб стратегія була ефективною, потрібно зрозуміти структуру регіональне підприємництва. Якщо класифікувати регіональне підприємництво за комплексним критерієм, який поєднує в собі соціальне значення, економічну потужність та підприємницький потенціал, то можна виділити дві категорії підприємництва:

- діюче регіональне підприємництво;
- потенційне регіональне підприємництво.

Кластерний аналіз діючого буковинського регіонального підприємництва показує, що його суб'єкти умовно можна поділити на:

1. «Непрофесійне» регіональне підприємництво («аматорське») – це переважно підприємці – фізичні особи, що займаються торгівлею на ринках, наданням дрібних побутових послуг. Особливість кластеру полягає в тому, що це самозайняте населення, яке займається підприємництвом задля задоволення своїх життєвих потреб і в переважній більшості не має амбіцій на розширення власної справи.

2. «Професійне» регіональне підприємництво – це переважно підприємства, які займаються як торгівлею, громадським харчуванням та наданням послуг, так і виробництвом, які мають відносно невеликі,

але стабільні обсяги доходу, певні основні засоби, але найчастіше також не мають амбіцій на значне розширення бізнесу та екстенсивний його ріст.

3. «Еліта» регіонального підприємництва – суб'єкти регіонального підприємництва, обсяги яких не виходять за рамки, визначені законодавством для таких суб'єктів, але ці підприємства стрімко зростають і мають великі амбіції. Такі підприємства, як правило, шукають та мають власні know-how, запроваджують інноваційні системи управління, в тому числі і якістю продукції, є найкращим плацдармом для інновацій.

Різні кластери сектору регіонального підприємництва Чернівецької області мають різні властивості і різну вагу. Кількісно найбільший прошарок – «непрофесійне» регіональне підприємництво – має велике соціальне значення, але є найбільш вразливим та чутливим до змін зовнішнього середовища. Цей кластер потребує державної підтримки, особливо в частині, що стосується створення стабільного правового середовища, простих і прозорих умов та правил ведення підприємницької діяльності.

Кластер «професійного» регіонального підприємництва є значно менш численною групою, ніж попередня, але він також потребує прозорих і стабільних правил. При цьому діяльність суб'єктів, що до нього відносяться, стикається з більшим обсягом регуляцій. З іншого боку, ця група підприємців потенційно готова залучити достатню значну кількість ресурсів, які зроблять її значно стабільнішою. Тому увага з боку держави має враховувати цю особливість і зосередити свій вплив не стільки на підтримку, скільки на невтручання та створення нормальних умов функціонування.

Третій кластер – «еліта» – є найперспективнішим для економічного розвитку підприємництва, хоча у підприємництві Чернівецької області займає найменшу частку у загальній кількості суб'єктів підприємницької діяльності. В даному випадку державна підтримка має бути спрямована на створення сприятливої податкової та регуляторної політики, але основні зусилля зосередити на послідовній інноваційній та сприятливій інвестиційній політиці.

Таким чином, кожен кластер має свої особливості, які необхідно враховувати при розробці єдиної стратегії підприємництва Чернівецької області, та й не лише Чернівецької області, оскільки така структура діючого підприємництва притаманна всім регіонам України.

Водночас, ці три групи мають одну спільну рису, яка потребує уваги та всебічного вивчення. Згадані кластери об'єднує те, що сьогодні всі суб'єкти регіонального підприємництва, незалежно від групи, до якої вони відносяться, дають нам урок з незалежної економічної політики, державної політики. Адже підприємці, щоб вижити, створюють робочі місця для своєї сім'ї, для сусідів, для мешканців своїх населених

пунктів. А відтак вони дають нам приклад того, як держава повинна турбуватися про підприємництво, про людей.

На цьому етапі визначаються механізми реалізації стратегії та основні структури, що її здійснюють та коригують залежно від змін тих або інших факторів.

Результатом таких кроків буде створення сприятливого для стійкого розвитку регіонального підприємництва середовища, яке впливає на стан підприємництва на основі підвищення ефективності роботи системи підтримки регіонального підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Формування соціально-економічного розвитку регіонів України в умовах суспільних трансформацій: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 18–19 квітня 2013 року. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. – 408 с.

2. Вісник ЧТЕІ КНТЕУ. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. – Вип. III (51). Економічні науки. – 352 с.

Олег Кшевецький, к.ф.-м.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД

ПРИ АНАЛІЗІ ФОРМУВАННЯ І ДІЯЛЬНОСТІ КЛАСТЕРІВ

Існує низка визначень поняття «економічний кластер». Вони акцентують увагу на різних аспектах формування та функціонування кластерів. Згідно з одним із визначень, кластер – це добровільне об'єднання підприємців, які тісно співпрацюють з науковими установами та місцевою владою з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону. Учасниками кластера можуть бути тією чи іншою мірою підприємці та інвестори, науковці, влада, працівники. Важливим завданням кластера може бути вихід підприємств регіону в глобальне конкурентне середовище та на світові ринки. Це має й позитивні соціальні наслідки, що полягають у збільшенні добробуту населення, виникнення невиробничих активів, підвищення якості соціальних послуг [1–4].

Особливості формування та функціонування кластерів у різних країнах різні. Так, у Франції кластери створюються за рахунок партнерства між локальними промисловими групами, університетами та дослідницькими центрами. У Німеччині більшість кластерних ініціатив є результатом активності влади регіону або міста з вираженою специфікою кожного регіону. Уряд Німеччини також впроваджує велика кількість програм підтримки окремих регіонів через формування кластерних структур, хоча конкретна підтримка здійснюється головним чином через надання дослідним інститутам обладнання, технологій та фінансів. В той же час у Великобританії політика держави спрямована не на створення нових кластерів, а на використання існуючих регіональних ресурсів. При цьому посилено стимулюється кооперація між бізнесом і академічним середовищем, спільне використання

результатів співпраці. Японська економіка відноситься до найбільш кластеризованих економік. У 1970–80-х роках влада Японії сприяла кластеризації через створення особливих економічних зон і полегшення оподаткування ефективних кластерів. Значну роль у розвитку кластерів та регіональної економіки США загалом відіграють університети. Прикладом формування унікального високотехнологічного кластера є виникнення Силіконової Долини поблизу Stanford університету в 1939 р. Співпраця бізнесу та академічного середовища у США базується на принципі конкуренції – фінансування університету з боку приватного сектора здійснюється залежно від результатів досліджень. Роль федеральної влади США в ХХІ ст. у розвитку регіонів і особливо у формуванні високотехнологічних кластерів значно зросла. Країни Європейського Союзу мають свої національні програми кластеризації. Вони реалізуються відповідно до рішень Лісабонського Саміту ЄС, що відбувся в 2000 р. У 2006 р. в ЄС був схвалений і прийнятий «Маніфест кластеризації в країнах ЄС», а в 2008 р. затверджено «Європейський кластерний Меморандум». У цих документах серед прикладів розвитку кластерів в Європі наводиться і позитивний досвід розвитку кластерів у низці регіонів України [2].

Із наведених прикладів та з врахуванням все більшого розвитку і значення різноманітних технологій випливає, що на сучасному історичному етапі все більшу роль відіграють наукові установи як при створенні нових кластерів, так і в їх діяльності та розвитку. Особливості формування, розвитку та функціонування економічних кластерів на регіональному рівні є важливими питаннями сучасних наукових досліджень.

Актуальними є такі напрями наукових досліджень:

- дослідження загальних закономірностей формування і функціонування кластерів як різноманітних складних систем з урахуванням всіх зовнішніх та внутрішніх факторів (впливів);
- дослідження індивідуальних особливостей окремих кластерів та їх типів з врахуванням конкретної специфіки регіону, галузі;
- аналіз можливості та доцільності створення нових кластерів з урахуванням всіх факторів і системного підходу;
- аналіз регіонального потенціалу та визначення пріоритетних територій, де саме доцільно створювати економічний кластер;
- аналіз переваг і ризиків у зв'язку із створенням та існуванням економічного кластеру в регіоні;
- дослідження впливу того чи іншого окремо взятого фактора чи групи факторів на формування і діяльність кластера тощо.

На формування та діяльність кластерів можуть впливати у комплексі низка факторів: економічні, соціально-політичні, науково-технічні, технологічні, природні, культурні, історичні, інформаційні тощо. При дослідженні економічних кластерів доцільним є системний підхід (з

врахуванням всіх взаємозв'язків між елементами системи). При об'єднанні окремих елементів у систему властивості окремих елементів у складі системи можуть посилюватися або послаблюватися, а також формуватися нові властивості, яких немає в окремо взятих елементів системи.

Список використаних джерел:

1. Michael E. Porter. On Competition. Updated and expanded edition. – Harvard Business Review Press; (September 9, 2008). – 576 pages.
2. Українські кластери – портал учасників регіональних кластерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucluster.org>.
3. Безуглий О. В. Державна політика розвитку інфраструктур в умовах існування регіональних економічних кластерів / О. В. Безуглий // Кластери як інструмент регіонального розвитку : матеріали наук.-практ. семінару, м. Феодосія, 16–20 липня 2012 р. – Х. : ХарРІ НАДУ, 2012. – С. 6–9.
4. Микитюк О. П. Кластери як нова форма конкурентних відносин в сучасній економіці / О. П. Микитюк // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2013. – Випуск 28, т.1. – С. 198–205.

Ирина Мирончик, Татьяна Герцева,

УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, Республика Беларусь

УСЛОВИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Процесс глобализации мировой экономики обусловил повышение интереса к проблеме конкурентоспособности. Потому возникла необходимость в формировании новых форм организации и кооперации труда, которые бы способствовали развитию конкуренции между регионами, привлечению дополнительных инвестиций в регионы экономики республики. Одной из таких форм являются кластеры. Генезис приведенного понятия включает исследования различных периодов и экономических школ. Существует достаточно много определений понятия кластера, что объясняется разными подходами и характером организаций, занимающихся этой проблемой. Считается, что впервые логически описал и раскрыл феномен кластеров в экономике Майкл Портер. Он под кластером понимал «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объектов) в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу») [2, с. 25].

Существующий в Республике Беларусь механизм хозяйствования и управления характеризуется низким уровнем конкурентной среды, высокой степенью концентрации и монополизации производства, наличием жесткой иерархичной системы хозяйственного управления, преобладанием вертикальных связей над горизонтальными, значительным государственным сектором экономики, недостаточным

уровнем развития малого и среднего предпринимательства. Это обуславливает необходимость реформирования национальной экономики.

Условиями и предпосылками для кластерного развития экономики Республики Беларусь являются:

- создание благоприятной конкурентной среды посредством реформирования отношений собственности;
- постепенное замещение традиционных отраслей экономики, исчерпавших свой жизненный цикл на существующей технологической базе, отраслями высокотехнологичного сектора;
- трансформация системы государственного управления видами экономической деятельности в направлении концентрации за отраслевыми органами государственного управления исключительно функций стратегического развития курируемых сфер деятельности, т. е. разграничение функций государственного регулирования и хозяйственного управления;
- создание специализированных образовательных программ по подготовке специалистов в области кластерного развития;
- создание нормативной правовой базы, регламентирующей деятельность в области кластерного развития экономики.

В результате проведенных исследований выявлена незаинтересованность республиканских органов государственного управления, отраслевых концернов в формировании инновационно-промышленных кластеров на базе их подчиненных организаций. В связи с этим целесообразно начинать формировать данные структуры на базе субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом их готовности к самоорганизации в рамках кластерной модели развития.

В настоящее время в Республике Беларусь существует успешный опыт реализации кластерной модели развития в ИТ-индустрии на базе научно-технологической ассоциации "Инфопарк" и Парка высоких технологий. Резиденты Парка высоких технологий являются участниками научно-технологической ассоциации "Инфопарк", объединяющей в своем составе 69 юридических лиц, работающих в сфере информационных технологий как частной, так и государственной формы собственности. Ассоциация "Инфопарк" осуществляет развитие в Республике Беларусь разработки и экспорта информационных технологий. Исполнительный аппарат ассоциации выступает де-факто центром кластерного развития, а совет этой ассоциации выполняет функции совета участников кластера.

Помимо этого, в феврале 2013 г. создана Республиканская ассоциация наноиндустрии, в которую входят более 20 организаций различных форм собственности и ведомственной подчиненности, осуществляющих разработку нанотехнологий и производство нанотехнологической продукции. Взаимодействие между данными

організаціями являється основою для формування інноваційно-промислового кластера в сфері наноіндустрії.

Для дальнішого кластерного розвитку національної економіки в цілях створення умов для підвищення рівня її конкурентоспособності в Республіці Беларусь постановленням Ради Міністрів Республіки Беларусь від 16 січня 2014 р. № 27 була затверджена Концепція формування і розвитку інноваційно-промислових кластерів в Республіці Беларусь.

Таким чином, в Республіці Беларусь в теперішній час відбувається формування організаційно-економічного механізму стимулювання кластерного розвитку економіки, створення комплексної системи підтримки кластерних проєктів. Це дозволить прискорити процес впровадження нових організаційних форм інтеграції і кооперації суб'єктів господарювання, здійснюваних різними видами економічної діяльності, і буде сприяти зростанню інноваційної активності і нарощуванню експортного потенціалу, що в кінцевому підсумку дозволить підвищити рівень конкурентоспособності національної економіки.

Список использованных источников

1. Концепція формування і розвитку інноваційно-промислових кластерів в Республіці Беларусь: утв. Постановленням Ради Міністрів Республіки Беларусь від 16 січня 2014 р. № 27 // КонсультантПлюс: Беларусь [Електронний ресурс].

2. Портер, М. Конкуренція: пер. з англ. / М. Портер. - М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. - 495 с.

Максим Москальов,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ТЕОРІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Теорія процесного підходу до управління виникла на основі загальної теорії процесів, яка вивчає процеси будь-яких явищ. Дана теорія виникла ще наприкінці 60-х років минулого століття і була на той час передовою думкою в розвитку системної теорії організації.

Різномічне трактування поняття «процес» існує вже давно. Але в науковій думці вважається, що вперше воно було запропоновано Г. Плехановим як фундаментальна основа та об'єкт системи управління. Загальні властивості процесу характеризуються наступними категоріями: динаміка та поетапність перетворень; взаємозв'язок та трансформація одного явища до іншого; директивність руху в одному напрямі; перетворення стану об'єкта або системи в інші [1, с. 112–113].

Під час здійснення господарської діяльності підприємствам притаманні певні процеси, які не мають традиційних описів та імен, точних параметрів, бо одночасно проходять крізь різні структури підприємства, на відміну від організаційних підрозділів організацій, що мають звичні назви, сутність, функції тощо.

Для сучасних досліджень сутності поняття «процес» характерним є різноманітне тлумачення цього явища. Так, при дослідженні поняття «процес» Є.Хохлов зазначив певні особливості і складові, що характеризують процес як економічну категорію:

- процес не ототожнюється з рухом – навпаки, рух є складовою процесу, який може включати «рух руху»;
- процес є двостороннім – тобто має не менш ніж дві протилежні сторони;
- процес містить кількісний та якісний перехід;
- процесу характеризується мінливістю, яка проявляється під час дії переходу від однієї сторони процесу до іншої;
- процес характеризується змінами загалом [1].

Термін «бізнес» (**business**) у перекладі з англійської мови означає «діяльність», «діло», «діловий». Тому «бізнес-процес» можна тлумачити як «діловий процес», або «процес діяльності», що дає підстави для його розуміння та тим самим пояснює дискусійність його визначень.

На даний час існуючі погляди на бізнес-процес як соціально-економічну категорію тісно пов'язані з поняттям, що було запропоноване науковцями Джоном Чампі та Майклом Хаммером: «Бізнес-процес – це сукупність різноманітних видів діяльності, всередині якої «на вході» застосовується один або більше видів ресурсів, та в результаті здійснення діяльності «на виході» виникає готовий продукт, який має цінність для споживача» [6].

Однак це визначення певною мірою не конкретизоване та не стосується адресних описових процедур. Якщо бізнес-процес – це «сукупність різних видів діяльності», то він може містити у собі інші бізнес-процеси, але тут постає проблема єдиного центру управління бізнес-процесом.

Не до кінця є зрозумілим подання висловлення «використовуються один або більше видів ресурсів», оскільки до ресурсів відносяться людські, фінансові, матеріальні тощо. Більш точним було б «ресурси, що забезпечують виробничу діяльність». Назви, що описують бізнес-процеси, ці науковці пропонують розглядати відповідно до їх початкового та кінцевого статусу, наприклад: «розробка продукції: від вимог – до продукту», «продаж: від заявки – до постачання» тощо.

Більш точно поняття бізнес-процесів надають вчені Філіп Уллах та Майкл Робсон: «Потік роботи, який переходить від однієї людини до іншої, а у великих процесах – від одного відділу до іншого» [2].

Вчений Т. Давенпорт розглядає поняття бізнес-процесу через призму організаційної структури підприємства: «У той час як ієрархічна структура організації представляє собою часовий зріз розподілу відповідальності та взаємовідносин за звітністю, структура її процесів відображає динамічний погляд на те, як ця організація виробляє

продукцію» [5]. Виходячи з цього визначення організаційної структури підприємства, Томас Давенпорт дає наступне визначення бізнес-процесу: «Набір логічно взаємозалежних дій, що виконуються для досягнення визначеного виходу бізнес-діяльності».

Крім того, Т.Давенпорт відокремлює певну часову тривалість бізнес-процесу: «Процес – це специфічно упорядкована сукупність робіт, задана в часі та просторі, з вказівкою початку та кінця та точним визначенням входів і виходів» [5].

Науковці О.Г.Риндін та Г.А.Шамаєв у своїх працях дають наступне трактування бізнес-процесу: «Ділова операція – це сукупність взаємозв'язаних угод, що спрямовані на отримання прибутку» [3, с.27]. Таким чином підкреслюється відмінність ділової операції від бізнес-процесу, хоч механізм її опису (за допомогою алгоритмічних схем реалізації ділової операції), виокремлення ролей учасників ділової операції тощо дозволяють проводити між ними аналогію.

Більш розповсюдженим і простим тлумаченням поняття «процес», якого дотримуються багато спеціалістів у сфері управління, є наступне: «Процеси – це потоки роботи, вони мають свої границі, іншими словами – початок та кінець» [2, с. 28].

Український фахівець В. Н. Тупкало дає більш різноманітне поняття бізнес-процесу: «Бізнес-процес – це ієрархія внутрішніх і залежних між собою циклічних функціональних дій, кінцевою метою яких є випуск продукції або окремих її елементів, і управління якими здійснюється за циклом «планування, контроль, аналіз, вплив (PDCA)» [4].

Таким чином, існує низка досліджень, які присвячені природі і сутності поняття «бізнес-процес» в організаціях і відображають різні підходи до його розуміння. Водночас, необхідно зазначити, що дехто з авторів приділяє увагу і досліджує сутність бізнес-процесу, виходячи з однієї або декількох його характеристик, а не системи взагалі.

Проаналізувавши існуючі вчення про категорію «бізнес-процес», можна окреслити загальні властивості, що лежать в основі цих теорій:

- бізнес-процес – це перелік певних дій або їх сукупність;
- бізнес-процес має початкову і кінцеву точку відліку, тобто певні межі;
- бізнес-процес повинен бути спрямований на задоволення потреб компанії;
- бізнес-процес повторюється у часі і може мати кількісні та якісні параметри, що піддаються виміру, аналізу, контролю та впливу.

Наведені визначення свідчать про те, що бізнес-процес може мати визначений опис залежно від цілей, напрямів функціонування, вирішення конкретних завдань, на певних етапах діяльності організації, що служить найважливішою умовою для постановки завдання глобальної оптимізації управління ресурсами різного роду, особливо з позиції структуризації бізнес-процесів.

Список використаних джерел:

1. Козаченко А. В. Управление крупным предприятием : монография / А. В. Козаченко, А. Н. Ляшенко, И. Ю. Ладыко. – К. : Либра, 2006. – 384 с.
2. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 224 с.
3. Рындин О. Г. Организация финансового менеджмента на предприятии / О. Г. Рындин, Г. А. Шамаев. – М. : РДЛ, 1997. – 352 с.
4. Тупкало В. Н. Процесний підхід до управління: від декларацій стандарту ISO 9001:2000 до методологічних основ теорії процесного управління / В. Н. Тупкало. – М., 2007. – 272 с.
5. Davenport T. H. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign / T. H. Davenport, J. E. Short // Sloan Management Review. – 1990. – Summer. – P. 11–27.
6. Hummer M. Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution / M. Hammer, J. Champy. – New York : Harper Collins, 1993. – 32 p.

Олександр Носирєв, к.геогр.н.,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

ЕФЕКТИВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

М. Портер описує промисловий кластер як об'єднання кількох виробництв, заснованих на відносинах «покупець – постачальник», схожості технологій, спільних каналах розподілу [1]. Кластери він характеризує як групи взаємозалежних фірм, постачальників, суміжних галузей і установ, які виникають у певних місцях. Кластеризація є не новим процесом сучасної економіки, адже значна частка її за періодом виникнення припадає на минулі століття. Важливо зазначити, що статистичні дослідження ефективності функціонування промислових кластерів показують відсутність кореляції між віком кластера (від дати його створення) і поточною конкурентоспроможністю кластерів, що означає рівність у конкурентній боротьбі кластерів з великим досвідом роботи та новостворених [2]. Також було доведено, що новостворені підприємства ефективніше розвиваються у сформованому «кластерному» середовищі. К.Венберг та Г.Ліндквіст [3] вивчали діяльність підприємств «нової економіки» у Швеції з 1993 до 2002 року і виявили, що розташування в кластері значно позитивніше впливає на рівень «живучості» нових компаній. У таких компаніях генерується більшість робочих місць, вищий рівень заробітних плат і податкових надходжень до бюджету.

Позитивні ефекти кластерної взаємодії: зростання продуктивності; підвищена сприйнятливість до можливостей інновації та високої спеціалізації; розширений доступ до ринків збуту спеціалізованим постачальникам, послугам, кваліфікованій робочій силі, технологічним знанням; підвищений рівень формування нових підприємств; більша гнучкість та ефект великого масштабу; спільна діяльність; колективна ефективність.

Проте варто звернути увагу на те, що, аналізуючи численні визначення та підходи до опису кластерів, не зовсім зрозуміло, що саме

їх вирізняє серед інших форм економічної інтеграції. Тим паче, сутність економічних взаємовідносин учасників кластеру чітко не визначається. Для вирішення цих неточностей та суперечностей варто порівняти кластери з іншими формами економічної взаємодії (корпорації, фінансово-промислові групи, синдикати, картелі, холдинги, мережі, стратегічні альянси, економічні асоціації, логістичні центри, технологічні парки, бізнес-інкубатори). На основі такого аналізу можна дійти висновку, що чіткої межі між ними немає, тому що можливі різні комбінації особливостей. Найочевиднішою відмінністю кластерів є різноманітність учасників та їхніх економічних «статусів», які не можуть розвивати діяльність за межами сфери своєї спеціалізації або стати економічно ефективними без партнерських відносин з невиробничими структурами. Ще однією відмінною особливістю кластерів є їхня належність до певного регіону [2]. Всі інші особливості можуть бути притаманні як кластерам, так й іншим формуванням.

Набір заходів державного регулювання економічного розвитку регіонів не можна підпорядкувати єдиній теоретичній концепції, він буде відрізнятися у різних країнах залежності від проблем, характерних для даної держави. При цьому можуть бути виділені дві принципово різні групи заходів: підвищення привабливості регіону для інвесторів за рахунок удосконалення інфраструктури (як синтетичний показник умов господарювання на даній території) і за рахунок надання певного набору пільг для інвестора (перш за все – податкових). Участь держави в кластеризації регіональної економіки не має обмежуватись лише фінансовою допомогою. Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування в межах компетенції можуть укласти угоди з органами управління пілотним кластером стосовно реалізації спільних проектів інноваційно-інвестиційної діяльності, включаючи заходи з підтримки дослідницьких робіт, комерціалізації технологій, розвитку інноваційної інфраструктури, сприяння виходу учасників кластера на міжрегіональні та зовнішні ринки, залучення іноземних інвесторів, розробки і реалізації програм перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів за певними галузями тощо.

Дослідження структури галузей промислового комплексу України за технологічними укладами виробництва у розрізі регіонів показують, що високотехнологічні галузі промисловості VI технологічного укладу: біотехнології, системи штучного інтелекту, глобальні інформаційні мережі займають 1–3% у структурі виробництва, а середньо-високотехнологічні галузі V технологічного укладу: виробництво електричного та електронного устаткування, машинобудування, фармацевтична промисловість – 6–8 % і зосереджені у Київській, Харківській та Львівській областях. Натомість низькотехнологічні галузі III технологічного укладу: виробництво і переробка займають 49–53 % і зосереджені переважно у Донецькій, Запорізькій, Луганській,

Полтавській областях [4].

Світовий досвід останнього десятиріччя показує високу ефективність діяльності кластерних формувань як територіальних об'єднань взаємопов'язаних підприємств і установ у межах відповідного регіону. Наразі у глобальному просторі найбільш динамічний розвиток показує сектор інформаційних технологій (ІТ), саме на прикладі розвитку ІТ-кластерів (Силіконова Долина, фінські ІТ-кластери, Сінгапур тощо) й описують, як правило, провідну роль кластерів у економічному розвитку регіонів. Сучасна кластерна концепція йде значно далі, ніж класичне розуміння М. Портера [1]. Вона орієнтується на залучення до кластерів інтегрованих та часто різнорідних компаній, державних і громадських агенцій та інститутів, з метою виробництва кола нових чи модернізованих виробів [5]. Розвиток кластерів формує мережеву структуру компанії, пов'язані з одного боку, в межах ланцюга створення доданої вартості, з іншого – самі по собі є відокремленими структурами. Утворення великої потужної компанії в межах того ж самого ланцюга створення вартості є більш ризикованим для регіону.

В останнє десятиріччя кластери та регіональна політика, що заснована на них, слугують найбільш успішним інструментом економічного розвитку регіонів у західних країнах. Кластерні ініціативи, що підтримують форми кооперації між підприємствами, державним сектором та інституціями (університетами, дослідницькими центрами), є рушійними силами економічного зростання та зростання зайнятості в багатьох регіонах світу. Незважаючи на те, що про необхідність і доцільність створення кластерів йдеться у низці фундаментальних документів загальнодержавного значення, все ще не створено дієвої нормативно-правової бази формування та функціонування територіальних кластерів в Україні, як наслідок – не створено механізмів методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки розвитку кластерів; відсутня координація дій щодо реалізації кластерних ініціатив з боку органів влади та асоціативних бізнес-структур. На жаль, органи управління регіонального рівня залишаються пасивними у цій сфері діяльності, більшість створених кластерів засновано без реальної участі місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, хоча є й позитивні приклади. Перспективними є дослідження щодо тісноти зв'язків між підприємствами та галузями, географічної концентрації та спеціалізації, які б визначали ставлення певної групи об'єктів до кластерів, що може стати предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Porter, M. E. Council of Competitiveness and Monitor Group, Clusters of Innovation Initiative: Regional Foundations of U.S. Competitiveness / M. E. Porter. – Washington DC, USA: Council of Competitiveness, 2000. – 149–164 pp.
2. Borovenko, V. Klasteru pieeja reģionu attīstībai zināšanu ekonomikas apstākļos / V. Borovenko. – Daugavpils, LV: Daugavpils University publishing house "Saule", 2007. – 34 pp.

3. Wennberg K. How Do Entrepreneurs in Clusters Contribute to Economic Growth? [Електронний ресурс] / K. Wennberg, G. Lindqvist // SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration No 2008:3. – Режим доступу: http://swoba.hhs.se/hastba/papers/hastba2008_003.pdf.

4. Кластери як інструмент регіонального розвитку : матеріали науково-практичного семінару (м. Феодосія, 16–20 липня 2012 р.) / За ред. проф. В. В. Мамонової. – Х. : ХарПІ НАДУ, 2012. – 115 с.

5. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / За ред. д-ра екон. наук І. В. Крючкової. – К. : Основа, 2007. – 488 с.

Светлана Поддубнова, к.п.н.,

Филиал ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»,
г. Камень-на-Оби, Российская Федерация

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА

Инновационный образовательный кластер создан на основании консолидированного решения Главного управления образования и молодежной политики Алтайского края и федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Алтайский государственный университет» на основании Соглашения между Главным управлением образования и молодежной политики Алтайского края, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» и КГБОУ СПО «Каменский педагогический колледж» о создании инновационного образовательного кластера в г. Камень-на-Оби всентябре 2013 года. До этого была проведена огромнейшая подготовительная работа со студентами учебных заведений, административными органами, органами управления.

Сегодня обычная межвузовская программа спортивных и культурно-просветительских мероприятий, подготовленная молодёжными комитетами не очень работает. Необходимо интегрирование системы управления внутри образовательных учреждений как единое целое, координации действия ее составляющих компонентов.

Для этих целей необходимо организовать студенческих комитет по координации проведения дел образовательных учреждений, входящих в образовательный кластер. Сама деятельность молодёжного комитета предполагает определённую самостоятельность в выборе направлений планирования и проведения общих дел, праздников, соревнований. Возможно, это будут экологические акции, акции по сбору средств для поддержки конкретных людей или мероприятий.

В целом участники молодёжного комитета обеспечивают согласованность и единство системы управления любым делом. Развивают качества, необходимые современному менеджеру: коммуникабельность, ответственность, исполнительность, стратегическое и оперативное мышление, профессиональная подготовка.

Эта практика применения теоретических экономических знаний, например, о стадиях управления.

1. Стратегическое управление – выработка целей управления, прогнозирование и перспективное планирование действий по управлению.

2. Оперативное управление – своевременное принятие решений в связи с меняющимися условиями внешней и внутренней среды организации.

3. Контроль – сопоставление достигнутых результатов с планом и выработка корректирующих мер для устранения нежелательных ошибок и последствий деятельности.

Исходя из новых требований к работе в инновационном образовательном кластере, пересматриваются всеми, входящими в кластер образовательными учреждениями и предпринятиями, обеспечивающими профессиональную подготовку обучающихся, повышается их роль и ответственность в решении задач экономического и социального развития.

В условиях перехода к рыночной экономике основными функциями организаций и учреждений становятся: прогнозирование, определение текущей и перспективной потребности в кадрах и источников ее удовлетворения, уточнение потребности в подготовке специалистов по прямым связям с учебными заведениями, разработка и реализация мер, направленных на пополнение трудового коллектива; планирование и регулирование целенаправленного движения и профессионально-квалификационного роста кадров, процессов их высвобождения и перераспределения; организационно-методическое обеспечение профессионально-экономического обучения, подготовка и переподготовка кадров, направление работников на учебу в различные учебные заведения и стажировка на передовых предприятиях и в организациях, обучение руководителей различного ранга передовым методам и формам работы с кадрами; изучение профессиональных, деловых и личностных качеств работников на основе аттестации, широкого использования психологических и социологических исследований, разработка рекомендаций по рациональному использованию кадров в соответствии с их способностями и склонностями; организация работы по профессиональной ориентации молодежи, адаптация молодых специалистов и рабочих на предприятиях, развитие наставничества, изучение причин текучести кадров, динамики изменений трудового коллектива, разработка мер по стабилизации и совершенствованию его социальной и демографической структуры; обеспечение эффективного использования всех форм материального и морального стимулирования работников в соответствии с их трудовой деятельностью, изучение влияния стимулов на повышение трудовой и социальной активности трудящихся, улучшение морально-психологического климата в коллективе и др.

Иными словами, комплексный подход к организации дел инновационного образовательного кластера в дальнейшем обеспечит грамотных, болеющих за свою «Малую родину» выпускников образовательных учреждений.

Марина Фроловская, д.пед.н.,
Филиал ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»,
г. Камень-на-Оби, Российская Федерация

ВОЗМОЖНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА В РАЗВИТИИ РЕГИОНА

В России тема кластеров получила развитие с недавнего времени, тем не менее, привлекла к себе внимание многих исследователей и экономистов. На протяжении ряда лет складывается тенденция возрастания интереса к кластерам как инструменту развития регионов. О перспективе развития кластеров было заявлено на уровне официальных документов. Например, «Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г.» в качестве одного из важнейших направлений экономического развития страны предусматривает «...стимулирование в экономике спроса на инновации и результаты научных исследований, создание условий и предпосылок к формированию устойчивых научно-производственных кооперационных связей, инновационных сетей и кластеров» [2].

Кластерная политика рассматривается Правительством России как одна из одиннадцати «ключевых инвестиционных инициатив» наряду с созданием Инвестиционного фонда РФ, Банка развития и внешнеэкономической деятельности, особых экономических зон, новой программы по созданию технопарков и другими инициативами, которые являются инструментами диверсификации российской экономики. Профессор Портер полагает, что в России много областей, которые могут сложиться в эффективные кластеры [1]. Важно определить, в какую нишу мировой экономики Россия может сейчас вписаться особенно производительно и эффективно. В настоящее время многие субъекты РФ стали разрабатывать стратегии развития, основанные на кластерах.

В чем специфика образовательного кластера? В трактовке слова «кластер» заключена идея сотрудничества объединений, связанных одной (или близкой) целью. Кластер (англ. cluster скопление) — объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами. При этом каждая составляющая кластера несет свою уникальность, существует как в единении с другими, так и независимо, имеет определенный резерв развития для себя и для других, возможности для решения общей проблемы. Маршрут

взаимодействия внутри образовательного кластера – маршрут построения взаимовыгодных отношений между отдельными элементами кластера в рамках конкретного проекта и в заданный период времени. На наш взгляд, применение кластерной политики в образовании является основой инновационного развития как образовательной системы, так и, в целом, региональной экономики.

Филиал Алтайского государственного университета (АлтГУ) в г. Камень-на-Оби выступил инициатором создания кластера как возможности объединения всех имеющихся ресурсов малого города для его экономического развития, в том числе, и образовательного роста всех его непосредственных участников. Инновационный характер образовательного кластера как раз и заключается в системном взаимодействии различных образовательных учреждений (школа, колледж, университет), представителей социокультурной среды, работодателей города и края. Объединенные вокруг ядра инновационной образовательной деятельности филиала АлтГУ участники кластера решают определенные задачи и достигают конкретного результата (продукта). Оказалось, взаимодействие участников кластера явилось точкой роста экономически малого города.

Ключевым моментом образовательного кластера является рыночный механизм «выгодности» более тесного взаимодействия организаций, расположенных на одной территории. Концентрирование конкурентоспособных организаций и учреждений по территориальному принципу обусловлено образованием положительных обратных связей, когда одна или несколько наиболее перспективных структур распространяют свое положительное влияние на ближнее окружение. В основе жизни образовательного кластера лежит обмен информацией по вопросам потребностей, техники и технологий между партнерами. Принципиальное значение имеет способность объединений партнеров различных отраслей (внутри кластера) эффективно использовать внутренние ресурсы. Причем, состав участников образовательного кластера (его элементы) может меняться, дополняться в зависимости от обстоятельств.

Для создания инновационного образовательного кластера необходимо задействовать различные ресурсы.

Кадровые ресурсы: руководители образовательных учреждений и предприятий города, заинтересованные в эффективном сотрудничестве с различными организациями; творческие педагоги, готовые организовать работу объединений взрослых и учащихся.

Информационные ресурсы: информационный банк данных обо всех и для всех участников образовательного кластера; поддержка активного взаимодействия с внешними информационными каналами, выполняющими функцию распространения; включенность

информационных потоков всех субъектов и организаций кластера в общую информационную среду малого города.

Организационные условия: определение и создание сетевой структуры, которая включает представителей власти, бизнес-сообщества, организации, сплоченных вокруг ядра инновационной деятельности; разработка нормативных документов, регламентирующих деятельность и взаимодействие всех элементов кластера; регулярное проведение маркетингового исследования о возможных направлениях развития образовательного кластера.

Материально-технические условия: каждое образовательное учреждение имеет возможность использовать имеющуюся материально-техническую базу для реализации конкретного проекта, направления деятельности в рамках образовательного кластера. Построение образовательного кластера подразумевает, в том числе, использование материально-технических ресурсов всех партнеров.

На сегодняшний момент филиал АлтГУ в г. Камень-на-Оби - организация, которая представляет основной управленческий ресурс, ядро образовательного кластера и устанавливает систему взаимоотношений между его элементами в разнообразных плоскостях:

- первая кластерная плоскость – «территория» образовательного учреждения (основное образование, дополнительное образование, служба сопровождения);

- вторая кластерная плоскость – «территория» неформальных молодежных объединений;

- третья кластерная плоскость состоит из четырех сред: социальной (представители власти, общественные и политические организации, система социальных учреждений, население региона, институт семьи); научной (научные школы, вузы, исследовательские организации, консультационные центры); экономической (производственные предприятия, предприятия торговли, сферы услуг); культурной (организации культуры и дополнительного образования).

Каждая среда включает в себя представителей различных организаций - социальных партнеров. В зависимости от поставленных задач количество кластерных плоскостей и сочетание элементов в них могут быть различными. Сама по себе идеология кластеров интересна и неисчерпаема с точки зрения реализаций. Но в основе любой реализации столь непростой системы лежит практический интерес и целесообразность. Образовательный кластер, подчеркнем еще раз, – это гибкая и мобильная структура, внутри которой может быть различное сочетание маршрутов взаимодействия. Представленная модель инновационного образовательного кластера в зависимости от количества кластерных плоскостей и элементов различных сред может иметь абсолютно разное количество маршрутов. Определяющим в их создании будет являться цель и результат такого объединения. Ядром

данного кластера являється, в першу очередь, ученик, студент, его интересы, потребности, возможности.

Опыт работы филиала АлтГУ свидетельствует о положительных качественных и количественных изменениях, позволяющих достичь требований к результатам обучения учеников и студентов, способствующих профессиональному развитию преподавателей, взаимодействию образовательных учреждений кластера с работодателями. Успешная деятельность образовательного кластера в данном направлении представляет, на наш взгляд, один из возможных путей экономического развития в регионе.

Список использованных источников:

1. Портер М. Конкуренция. - СПб. - М. - Киев: «Вильямс», 2002.
2. Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г. Режим доступа: <http://konf-apobr.ru/index.php/sektion5/382-clusters.html>

Валентина Чичун, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОСТІ У ВИКОРИСТАННІ КЛАСТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Підхід до нових регіональних кластерних стратегій неможливий без створення нової системи економічних відносин господарюючих суб'єктів, які, в свою чергу, для досягнення позитивних фінансових результатів повинні покладатися на власні можливості, забезпечувати конкурентоспроможність, ініціативність та інновації, швидко й адекватно реагувати на потреби ринку, враховуючи попит та пропозиції, ціни. Вирішення цих завдань вимагає комплексного підходу і відображення в планах стратегічного управління підприємством. Цим забезпечується погодження інтересів підприємства з факторами ринкового середовища на підставі прийняття оптимальних рішень у сфері стратегічної діяльності. Успішне функціонування підприємства в бізнесовому середовищі передбачає високу ефективність його діяльності та можливість пристосовуватись до зовнішніх умов, які змінюються.

Корпоративне управління є складною, багатофункціональною категорією, яка потребує глибокого і комплексного підходу та активізації досліджень в цьому напрямі. Її стратегічна перспективність у сучасній глобальній економіці очевидна.

Специфіка формування корпоративного сектора в різних економічних системах впливає на його подальший розвиток і, відповідно, створює умови або обмеження для наступного розвитку та інтеграції в світову економіку. Розвиток корпоративного сектора неможливий без створення ефективної моделі корпоративного управління. У випадках, коли даний елемент інституціонального середовища відсутній або функціонує недостатньо ефективно,

підвищення конкурентоспроможності, стабільне економічне зростання стають неможливими навіть при наявності достатніх запасів людського капіталу, ресурсів та технологій.

На наш погляд, процес формування кластерних технологій у системі ефективного корпоративного управління в Україні є надзвичайно складним, комплексним і враховує багато факторів як на макро-, так і на мікрорівнях національних економік країн. Зрозуміло, що організація системи ефективного корпоративного управління спричиняє за собою певні витрати, у тому числі і витрати на залучення фахівців, таких як корпоративні секретарі й інші професіонали, необхідні для забезпечення роботи в даній сфері.

Тобто, ефективне корпоративне управління, що забезпечує дотримання кластерів, законодавства, стандартів, правил, прав і обов'язків, дозволяє компаніям уникнути витрат, пов'язаних з судовими процесами, позовами акціонерів і іншими господарськими суперечками. Крім того, поліпшується врегулювання корпоративних конфліктів між міноритарними і контролюючими акціонерами, між менеджерами і акціонерами, а також між акціонерами і зацікавленими особами. Виконавчі посадовці отримують можливість уникнути жорстких штрафних санкцій і позбавлення волі. Зазначене лише підтверджує необхідність корпоративного контролю, який є важливою складовою системи корпоративного управління, яка призначена для збалансування інтересів учасників корпоративних взаємовідносин у процесі їх участі в корпоративній діяльності, основними підсистемами якої виступають системи зовнішнього та внутрішнього контролю, включаючи підзвітність та комунікації.

Актуальність запровадження корпоративного контролю пояснюється тим, що він дозволяє виявити порушення основних принципів корпоративного управління: законності, ефективності, доцільності та раціональності управління ресурсами і руху системи корпоративного управління в потрібному напрямку.

Деталізуючи вищенаведене, зазначимо, що доцільним є саме внутрішній контроль як різновид корпоративного контролю, який включає систему раціонального розподілу влади та відповідальності (обов'язків та підзвітності) та систему належного внутрішнього контролю. Саме остання на будь-якому підприємстві орієнтується на забезпечення стабільного становища корпорації на ринку; визнання організації суб'єктом ринку та громадськістю; на своєчасну адаптацію систем виробництва та управління організацією відповідно до вимог динамічного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В.В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц] / В.Вітлінський, П.Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
2. Довгань Л. Є. Корпоративне управління : навч. пос. / Л. Є. Довгань, В. В. Пастухова, Л. М. Савчук. – К. : Кондор, 2007. – 180 с.

Вячеслав Беляев, к.э.н.,

Филиал ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»,
г. Камень-на-Оби, Российская Федерация

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИИ И УКРАИНЫ: КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАТРАТ

Маркетинговые исследования в России и Украине проводятся уже более 20-ти лет. И все это время наблюдается большое количество неэффективных исследований, в которых заказчик исследования не удовлетворен их результатом. Причин, по которым маркетинговые исследования «проваливаются» достаточно много [1]. Одна из основных причин – это непонимание, зачем вообще нужны маркетинговые исследования, и в каком случае проведение маркетингового исследования может быть оправданным.

Большинство специалистов утверждает, что маркетинговые исследования необходимы, чтобы помогать принимать правильные управленческие решения. [7, с. 31; 3, с. 94; 6, с. 198] К анализу сущности маркетинговых исследований можно подходить и более глубоко, с позиций создания знаний как одного из производственных ресурсов предприятий [2, с. 37]. Но для формирования условий эффективного проведения исследований больше подходит точка зрения, взятая за основу в теории принятия решений. Возникнув в середине XX века, эта теория сильно изменила всю науку менеджмента. До ее появления считалось, что работа менеджера – исполнять функции управления, то есть планировать, организовывать, контролировать и мотивировать деятельность некой группы подчиненных. [4, с. 170]. В теории принятия решений менеджер – не тот, кто исполняет функции, а тот, кто решает управленческие задачи [5, с. 353, 4, с. 175-176]. Управленческая задача, по своей сути, – это ситуация, в которой фирме нужно выбрать одну из нескольких альтернатив. Желательно найти оптимальный или, хотя бы, приемлемый вариант.

Причем решать управленческие задачи можно в разных условиях. Если менеджер знает, что у него есть задача, знает все варианты ее решения, знает критерии оптимальности и знает значение критериев оптимальности для каждой альтернативы, то принять правильное решение очень просто. В этом случае говорят, что решение принималось в условиях полной определенности. К сожалению, в практике бизнеса таких условий решения важных управленческих задач не бывает. Бывают условия полной неопределенности – менеджер знает, что у него есть управленческая задача, но больше ничего не знает. Такие задачи существуют на практике, но решить их не всегда удается. И, наконец, бывает принятие решения в условиях риска. Это когда часть информации, нужной для принятия решения у менеджера есть, а другая часть – отсутствует. Следовательно, есть

определенный шанс, что на основе имеющейся информации он примет оптимальное решение, но есть и определенный риск принятия неверного решения (отсюда и говорят, что решение принимается в условиях риска). На практике все управленческие задачи решаются именно в таких условиях.

Чем больше информации по задаче есть у менеджера, тем больше вероятность принятия правильного решения и, следовательно, меньше риск ошибки. Маркетинговые исследования позволяют собрать информацию по управленческой задаче, тем самым, снижая риск (вероятность) принятия неверного решения. В этом и заключается их предназначение. Но маркетинговые исследования слишком сложное и дорогое мероприятие, чтобы проводить их под каждую управленческую задачу. Они попросту не будут окупаться. Можно назвать четыре условия, при соблюдении которых маркетинговое исследование оправдает затраты на свое проведение.

Во-первых, перед проведением исследования, нужно убедиться, что существует управленческая задача, для решения которой не хватает информации. Это кажется очевидным, но зачастую на практике возникают ситуации, когда исследование проводится не для решения управленческих задач. Руководителю предприятий просто может быть интересно поучаствовать в исследовании. Или ему интересна та или иная информация, хотя он не собирается на ее основе принимать какие-либо решения. Или он уже выбрал решение, но, возможно, в чем-то сомневается и полагает, что это не самый удачный выбор, и проводит исследование, чтобы обрести уверенность.

Во-вторых, неверное решение управленческой задачи может нанести фирме большой ущерб. Маркетинговое исследование – дело сложное, долгое и дорогое. Проводить его для небольшой задачи не имеет смысла. Плохо то, что на практике точно рассчитать ущерб от неверного решения задачи невозможно. Можно лишь предполагать, какой порядок денег фирма потеряет – десятки тысяч, сотни, миллионы рублей или гривен. Слегка упрощая, можно сказать, что исследование стоит проводить, только если менеджер боится принимать решение. Боится – значит, задача важная, значит можно собирать информацию.

Например, фирма, производящая промышленные цепи, выбирает, в какой упаковке продавать свой товар – на деревянных поддонах или просто обмотать полиэтиленом. Сильно ли пострадает фирма от неверного решения этой задачи? Маловероятно. Поскольку покупатели выбирают себе цепи не по упаковке, а по другим рыночным характеристикам. Значит, исследование проводить не стоит.

Другая фирма собирается производить сигареты и выбирает цветовую гамму упаковки. Сильно ли пострадает фирма от неверного решения этой задачи? Скорее всего, да. Упаковка сигарет очень сильно влияет на выбор покупателя. Значит, можно провести исследование.

В-третьих, у менеджера должна быть уверенность, что проведение исследования действительно повысит вероятность принятия правильного решения. Это самое сложно условие. Далеко не всегда информация, собранная в ходе исследования, помогает решить задачу. Почему так происходит?

Причина, чаще всего, заключается в том, что заказчик, самом начале исследования, не смог точно объяснить исследователю, какая информация нужна фирме. Исследователь собрал не совсем те данные, и в итоге задача не решена. Проблема в том, что заказчик не специалист в маркетинговых исследованиях. А значит, он не может заранее продумать, повысит ли собранная информация шансы принять правильное решение. А исполнитель, который в исследованиях разбирается, как раз, хорошо, далеко не всегда заинтересован в том, чтобы честно объяснять заказчику, что исследование будет бесполезным. Еще бывает, что сбор информации, нужной для принятия решения, стоит очень дорого, и таких денег у фирмы нет. Поэтому собирают другую информацию, которая дешевле. А с ее помощью задачи не решить. Иногда случается, что управленческая задача вообще не имеет решения.

Четвертое, последнее, условие – затраты на проведение исследования должны быть на порядок ниже, чем ущерб от принятия неверного решения. Стоимость исследования известна точно – ее рассчитывает исполнитель. Ущерб от неверного решения менеджер может сказать только приблизительно, но все равно известно, о сумме какого порядка идет речь. Если исследование стоит, допустим, 80 тыс. руб., а ущерб составляет около 150 тыс. руб., то проводить исследование не стоит. Не обязательно затраты 80 тыс. руб. сэкономят 150 тыс. руб. Но если стоимость исследования оценили в 150 тыс. руб., а ущерб от неверного решения фирма оценивает в 5-10 миллионов, тогда есть смысл рискнуть тысячами, чтобы сохранить миллионы.

Соблюдение этих четырех условий, как показывает практика, обеспечивает решение управленческой задачи, что свидетельствует о том, что проведение маркетингового исследования оказалось оправданным, и деньги, потраченные на него, окупятся и повысят конкурентоспособность предприятия.

Список использованных источников:

1. Беляев В.В. Индустрия маркетинговых исследований: проблемы становления и пути развития в г. Барнауле // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом. Материалы межрегиональной научно-практической конференции 21 – 22 апреля 2009. – Рубцовск: Изд-во Алт. ун-та. – 2009 г. – С. 297-303.
2. Беляев В.И. Маркетинговые исследования: сбор данных и производство знаний : учебник, 2-е издание / Барнаул: АЗБУКА, 2012. – 807 с.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник, 4-е издание / М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.
4. Беляев В.И. Практика менеджмента: учебное пособие / М.: КНОРУС, 2006. – 256 с.
5. Друкер П.Ф. Практика менеджмента / М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 398 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга, 9-е издание / М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
7. Малхорта Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание / М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 960 с.

Вікторія Березовська,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

АНАЛІЗ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ

За останні десятиліття процес управління товарним асортиментом зазнав суттєвих змін. Сьогодні традиційні методи неактуальні та неефективні при здійсненні аналізу великого масиву даних, який притаманний саме роздрібній торговельній мережі з асортиментним переліком у декілька тисяч позицій.

Технології аналізу даних, що базуються на застосуванні класичних статистичних підходів, мають теж низку недоліків. Відповідні методи ґрунтуються на використанні усереднених показників, на підставі яких важко з'ясувати справжній стан справ у досліджуваній сфері. Стандартні статистичні методи відкидають (нехтують) нетипові спостереження — так звані піки та сплески продажів. Саме в роздрібних торговельних мережах з продажу побутової техніки під час проведення вдало організованої акції спостерігається аномальний сплеск продаж акційних та неакційних товарів. А за рахунок згладжування та усереднення можна не дослідити приховані залежності та не пояснити набір факторів, які спричинили пульсацію.

Водночас постала нагальна потреба в такій технології, яка автоматично видобувала б із даних нові нетривіальні знання у формі моделей, залежностей, законів тощо, гарантуючи при цьому їхню статистичну значущість. Новітні підходи, спрямовані на розв'язання цих проблем, дістали назву технологій інтелектуального аналізу даних.

Data Mining (дослівно «розробка, добування даних» — **DM**) — дослідження «сирих» даних і виявлення в них за допомогою «машини» (алгоритмів, засобів штучного інтелекту) прихованих нетривіальних структур і залежностей, які раніше не були відомі й мають практичну цінність та придатні для того, щоб їх інтерпретувала людина.

Автором здійснено кластеризацію товарного асортименту за допомогою нової технології інтелектуального аналізу даних з можливістю виявлення прихованих залежностей.

Кластеризація — це групування об'єктів (спостережень, подій) на основі даних (властивостей), що окреслюють сутність об'єктів. Об'єкти всередині кластера повинні бути «схожими» один на одного і відрізнятися від об'єктів, що ввійшли в інші кластери. Чим більше схожі об'єкти всередині кластера і чим більше відмінностей між кластерами, тим точніша кластеризація. Часто стосовно економічних завдань замість кластеризації вживають термін сегментація [1].

Кластеризацію можна використовувати для сегментації і побудови профілів клієнтів (покупців). При досить великій кількості клієнтів стає важко підходити до кожного індивідуально. Тому клієнтів зручно об'єднати в групи — сегменти з однорідними ознаками. Виділяти

сегменти клієнтів можна за кількома групами ознак. Це можуть бути сегменти за сферою діяльності, за географічним розташуванням.

Автором проведена кластеризація на основі активності клієнтів, які є найбільш активними і приносять найбільший прибуток, виділені характерні для них ознаки. Ефективність роботи підприємства підвищується за рахунок обліку персональних переваг клієнта. Таким чином, було виділено п'ятнадцять кластерів клієнтів та п'ятнадцять товарних груп ТОВ «Фокстрот» (рис. 1).

Фактически	Класифіцировано															Итого	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15
0	750				1				1				1				753
1		355		1	1												357
2			45														45
3				4													4
4		1			113		1						1				116
5						44		1									45
6							13							2			15
7	1							622		2		1					626
8								1	107								108
9								1		405					1		407
10									1								1
11												301					301
12													498				499
13						1		1					2	688			693
14															109	1	110
15															3	897	900
Итого	751	356	45	5	115	45	14	625	108	409	0	302	502	692	113	898	4980

Рис. 1. Результат кластеризації

Такий товар, як побутова техніка є товаром попереднього вибору з довготривалим терміном експлуатації. На відміну від продуктів харчування, дані товари купуються значно рідше і в магазини з їх продажу заходять покупці теж досить рідко. Варто зазначити, що найбільш привабливим є 15 кластер. Саме ці клієнти є найбільш активними при купівлі усіх груп товарів (табл.1).

Як видно з рис. 1 та табл.1, явним лідером є кластер 15. Йому притаманні високі показники купівельної спроможності на такі групи товарів, як телевізори (15152 тис. грн.), велика побутова техніка (8804 тис. грн.), комп'ютерна техніка (8327 тис. грн.) та фототовари (5228 тис. грн.).

Перевага кластерного аналізу в тому, що він дозволяє проводити розбиття об'єктів не за одним параметром, а за цілим набором ознак. Крім того, кластерний аналіз, на відміну від більшості математично-статистичних методів, не накладає ніяких обмежень і дозволяє розглядати безліч вихідних даних практично довільної природи. Це має велике значення, наприклад, для прогнозування кон'юнктури, сегментації, коли показники мають різноманітний вигляд, що ускладнює застосування традиційних економетричних підходів. Кластерний аналіз дозволяє розглядати досить великий обсяг інформації і різко скорочувати, стискати великі масиви економічної інформації, робити їх компактними і наочними.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКАХ

Таблиця 1

Аналіз продажу за кластерами (тис. грн.)

Кластер	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
HI-FI техніка	693	854	1299	603	316	750	485	212	970		965	542				
Автомобільна електроніка	542	810		1772	1199	1240	707	33	1609		739	957				
Аксесуари	173	192	260	297	213	131	205	163	405		199	239				
Аудіо-відео техніка	2093	1255	1177	789	196	149	1723	914	3655		1248	1215				
Велика побутова техніка	4418	4420	4714	4391	4401	3275	3973	4066	5551	6999	4121	4459				
Дрібна побутова техніка	629	657	447	735	375	290	567	548	1340		648	674				
Кліматична техніка	984	1159	837	907	505	335	847	286	1585		1027	777				
Комп'ютерна техніка	4528	3210	6673	3909	5728		3744	3388	7705		3196	3476				
Краса та здоров'я	364	294	323	275	357	309	305	203	830		384	394				
Мобільний зв'язок та телефонія	1454	1130	794	802	1611	586	1250	1061	1857		1469	1266				
Оргтехніка та доповнюючі товари	782	953		784	807		896	908	1290		659	588				
Посуд	200	165	176	246	104		266	312	474		263	279				
Телевізори	5079	5040	3959	5031	3685	5115	4101	4573	6279		3930	4649				
Техніка для кухні	686	773	715	443	401	182	716	570	1895		855	565				
Фототехніка	2001	2047	3063	2100	3403	1330	1989	1278	4013		1592	1972				

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
13	860	883	224	1580	4529	715	1337	4087	578	1271	929	391	5060	947	2064
14	696	1075	236	1642	3601	587	865	5730	381	1171	642	168	3535	733	2752
15	4992	4711	1469	4424	8804	4728	3975	8327	4123	4083	3391	1208	1515 2	5195	5228

З метою визначення залежності між товарами побутової техніки автором здійснено дослідження взаємозв'язку покупок одним покупцем. Асоціативні правила наведені у табл. 2

Таблиця 2

Асоціативні правила

№	Условие	Следствие	Піддержка		Достовірність, %
			%	Кол-во	
1	Карта пам'яті	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки	1,26	277	29,25
2	Фотоапарат	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки	1,62	355	33,24
3	Карта пам'яті	Фотоапарат	2,47	542	57,23
4	Фотоапарат	Карта пам'яті	2,47	542	50,75
5	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки И Карта пам'яті	Фотоапарат	1,08	238	85,92
6	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки И Фотоапарат	Карта пам'яті	1,08	238	67,04
7	Карта пам'яті И Фотоапарат	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки	1,08	238	43,91
8	Карта пам'яті	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки И Фотоапарат	1,08	238	25,13
9	Фотоапарат	Акcesуари для фото- аудіо- та відеотехніки И Карта пам'яті	1,08	238	22,28

Під час дослідження було визначено, що покупка одного товару не впливає на покупку іншого. Однак з імовірністю у 85,92% при купівлі фотоапарата покупець може купити карту пам'яті та акcesуари для фото-, аудіо- та відеотехніки.

Отримана об'єктивна інформація може бути використана для розробки товарного асортименту та управлінських рішень з розвитку ТОВ «Фокстрот».

Список використаних джерел:

1. BaseGroup Labs. Технологии анализа данных [Электронный ресурс] : 2012. – Режим доступа : <http://www.basegroup.ru>

Олександр Кифяк, к.е.н.,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ТУРИЗМІ

Незаангажований аналітичний погляд на українську економіку дає можливість стверджувати, що протягом кількох останніх років її конкурентоспроможність не зростала, а, швидше, знижувалася. Україна так і не стала активним і надійним контрагентом на більшості світових ринків, а на внутрішньому ринку за багатьма позиціями поступилася іноземним конкурентам. Такий стан справ можна пов'язати із низькою

якістю управління економічними процесами на всіх рівнях, в тому числі на регіональному, корупцією та великою кількістю економічних зловживань.

Згадані процеси не оминули й сферу туризму та рекреаційних послуг, в якій активний розвиток практично відсутній. Звичайно, проводяться регулярні конференції, форуми, семінари, мають місце безкінечні дискусії та обговорення напрямків розвитку, видаються наукові праці та методичні матеріали, ведуться розмови про туристичні можливості тощо. Але не більше того. В реальності це все – бюрократичні оповідки про те, що Україна має потужний туристичний потенціал, і витискання останніх соків із побудованих ще в радянські часи санаторіїв, баз відпочинку, дитячих оздоровчих таборів.

Світовий досвід доводить, що найбільш сприятливим економічним середовищем для стабільного розвитку туристично-рекреаційної сфери є ринок. Природно, що й сама ця галузь, і підприємства, які до неї входять, орієнтуючись у своїй діяльності безпосередньо на споживача, покликані зіграти активну роль у формуванні ринкового простору, що включає багато сфер і галузей, які тією чи іншою мірою забезпечують розвиток туризму. Високі вимоги, котрі сфера туризму вже в силу своєї специфіки висуває до суміжних галузей, сприяють не тільки створенню нових робочих місць, підвищенню рівня професіоналізму, вдосконаленню технологій, наданню нових комплексів різноманітних послуг, але й становленню найбільш ефективних форм власності і господарювання, вдосконаленню законодавчої бази, підвищенню ділової активності та всебічному розвитку конкуренції у цій сфері.

За оцінками фахівців СОТ, потенційні можливості Україні дозволяють при відповідному рівні розвитку туристичної інфраструктури приймати до 40 млн. іноземних туристів на рік, проте на сьогодні кількість іноземних гостей, що приїжджають в Україну з діловими, туристичними і приватними цілями, не відповідає її потенціалу, складаючи 20–22,5 млн. осіб.

У міжкризовий період, яким умовно можна вважати 2009–2013 роки, ринок туристично-рекреаційних послуг України відновлювався досить повільними темпами, як і більшість ринків товарів і послуг. Проте навіть це зростання було головним чином кількісним: відпочивало щороку більше рекреантів, але нового з точки зору підходів і ідей з'явилося вкрай мало. Цього ж року, враховуючи політичну та економічну ситуацію, швидше за все, доведеться спостерігати суттєвий спад туристичної активності в країні.

Механізмом, здатним ініціювати широкий та стабільний розвиток сфери туризму та рекреації, активізувати діяльність у ній, що забезпечить досягнення її результативності в динамічних умовах ринкової кон'юнктури, є впровадження в управлінську практику принципів і методів сучасного маркетингу.

Успішна діяльність туристичного підприємства в сучасних ринкових умовах значною мірою залежить від уміння правильно визначити та послідовно здійснювати маркетингову політику. Поки що більшість українських туристичних підприємств використовують лише окремі методи і прийоми маркетингу, тоді як розвиток туристичного ринку в Україні формує умови для цілеспрямованої і комплексної маркетингової діяльності. Адже маркетинг забезпечує обґрунтованість управлінських рішень, виробничої, фінансової і збутової сфери підприємства, дозволяє привести у відповідність попит і пропозицію на ринку.

Важливим елементом маркетингу є інновації. Так, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або на зміну існуючого продукту, на удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [1].

Маркетингові інноваційні рішення в туризмі можна розглядати як з позицій необхідності регіонального розвитку, так і зі сторони туристичних підприємств. Інноваційний розвиток регіонів вирішальною мірою залежить від трьох основних груп факторів: економічних, інституціональних і фінансових. Однією з інноваційних форм організації господарської діяльності, яка об'єднує всі ці фактори, є туристичні кластери. До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність. Доведено, що кластеризація – це стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації [2].

Стосовно ж підприємств інноваційна діяльність відображається у таких напрямках: розробка нових туристичних продуктів на основі запитів ринку; використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг; використання нових туристичних ресурсів; зміни в організації виробництва і споживання туристичних послуг; орієнтація на сучасний зарубіжний досвід; виявлення і використання нових ринків збуту турпослуг; креативність і творчий підхід до реклами.

Сучасні досягнення в галузі інформаційних технологій, телекомунікацій, створення і обробки баз даних забезпечують нові можливості для туристичного бізнесу. Тому, звичайно, інновації в туризмі базуються на використанні інформаційних і комунікаційних технологій.

Водночас, необхідно враховувати, що споживачі в більшості випадків відносяться до нової продукції або нових технологій із певним консерватизмом, виявляючи деяку настороженість. Тому, приймаючи

рішення про розробку новації, слід спрямовувати маркетингові дослідження на аналіз того, чи існують мотиви, які підштовхують споживача до придбання нового продукту або послуги. В цьому ж контексті зазначимо необхідність постійної взаємодії клієнта з системою надання послуг, його участі в розробці турпродукту та доступу до інформації про нього. Результатом цього стає саме та послуга, яка найбільш повно задовольняє потреби клієнта.

Реалізація цих та інших нововведень (не на папері, а на практиці) не тільки сприятиме активізації розвитку туристичної галузі, але й сприятиме оновленню та оздоровленню економіки всієї України.

Список використаних джерел:

1. Новиков В. С. Інновації в туризмі / В. С. Новиков. – М. : Академія, 2007. – 208 с.
2. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – Чернівці : ЧДТУ, 2009. – № 39. – С. 186–195.

Інга Крупенна, к.е.н, Надія Романюк, Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

УРАХУВАННЯ ПАРТНЕРСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА В УПРАВЛІННІ РЕГІОНАЛЬНИМ ВНЗ

Середовище – одне із ключових понять управління сучасною організацією та її організаційною культурою. Становить собою сукупність чинників, що активно діють і впливають на кон'юнктуру ринку та ефективність діяльності організації. Воно містить як можливості, так і загрози для діяльності навчального закладу, тому необхідно постійно стежити за змінами, що відбуваються в ньому, та звикати до них.

Мікрорівень зовнішнього маркетингового середовища вищого навчального закладу представляють наступні елементи: споживачі послуг (абітурієнти, студенти, наукова спільнота, розпорядники ґрантів, державні, муніципальні, відомчі та приватні організації); ділові партнери (постачальники матеріально-технічних, інформаційних, людських ресурсів, контингенту); посередники (служби зайнятості, рекрутингові компанії, асесмент-центри); конкуренти (вітчизняні та зарубіжні ВНЗ); органи державного та місцевого управління й контролю; контактні аудиторії (інвестори та спонсори, ЗМІ, лідери громадської думки, культурна еліта, місцева спільнота, політичні партії й організації, релігійні організації, фінансові структури тощо).

Особливості та специфіка поведінки ВНЗ на освітньому ринку формує нову культуру взаємовідносин з діловими партнерами і, насамперед, з постачальниками фінансових ресурсів, матеріалів, обладнання, комплектуючих, а головне, з основним ресурсом – працівниками та студентами, засновану на довірі та позитивній

репутації. Вплив постачальників трудових ресурсів на організаційну культуру проявляється у її сприйнятті персоналом. Якщо колектив формується з випускників цього ВНЗ, то перехід зі студентської культури в професійну здійснюється легко, колектив сприймається як рідний дім, все знайоме і доброзичливе, тому різких змін у загальному фоні організаційної культури не відбувається. Це можна розглядати і як перевагу, і як недолік, адже розумні потрясіння та вливання «нової крові» потрібні будь-якому колективу.

Як правило, керівник провідного ВНЗ одночасно є і його випускником. Для організаційної культури ВНЗ це досить показово, оскільки кар'єра ректора, проректорів, деканів, зав. кафедри є моделлю кар'єри для співробітників. Наприклад, загалом по Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича питома вага власних випускників у професорсько-викладацькому складі складає понад 85% (2011 р.). Це свідчить про те, що основним постачальником трудового ресурсу, його інтелектуального капіталу є власні факультети [1]. У цій ситуації професорсько-викладацька та студентська субкультури не можуть існувати окремо, потрібен механізм їх взаємного проникнення, необхідно формувати різноманітні можливості для прояву соціальної активності та ініціативи студентів. І такі прості та, на перший погляд, «несерйозні» заходи, як традиційні свята, ритуали посвяти чи випуску, туристичні походи та поїздки, літні табори, фестивалі, конкурси, студентсько-викладацькі спортивні спартакіади поряд з науковими заходами, іменними стипендіями ВНЗ, спільними науковими дослідженнями, залученням студентів до ґрантів та програм складуть основу цього механізму.

Основним постачальником науково-педагогічних кадрів ВНЗ є аспірантура та докторантура, створені на базі ВНЗ та науково-дослідних інститутів. В Україні помітним є зростання чисельності як інституцій з підготовки аспірантів та докторантів, так і їх контингенту. У той же час дослідники звертають увагу на результативність діяльності аспірантури: низьку частку тих, хто закінчив аспірантуру із захистом дисертації; високу частку тих, хто не закінчив аспірантуру. Ми згодні з В. І. Куценко, що чинниками низької мотивації до наукової праці, а відтак, і чинниками, які впливають на культуру науковця, є: падіння престижу науково-педагогічної діяльності; низький рівень оплати праці педагога та науковця; обмежені можливості знайти роботу, близьку до теми дисертаційного дослідження; бажання виграти час, звільнившись від служби у війську [2, с. 77].

Постачальником іншого ресурсу ВНЗ – абітурієнтів, а відтак і студентів, є мережа загальноосвітніх навчальних закладів, професійно-технічних навчальних закладів, а також вищі навчальні заклади I-II рівня акредитації конкретного міста, конкретної області та сусідніх областей.

Наприклад, випускники середніх навчальних закладах освіти нового типу Чернівецької області увібрали в себе організаційну культуру цих організацій. Як правило, такі заклади позиціонують себе як елітні, тому їхні випускники приходять у ВНЗ зі сформованим ставленням до вчителя, навичками навчання, власною історією участі в олімпіадах, конкурсах, позакласній роботі, візуальними елементами організаційної культури – гімн школи, прапор, знаки відмінності, форма, стан аудиторного фонду. Завдання ВНЗ – налагодити контакти та співпрацю і з цими закладами та зі звичайними школами, для того щоб сформувати в них початки академічної культури. У Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича таким інструментом є Мала Буковинська академія. Формують стійкі зв'язки з постачальниками ресурсів і навчально-освітні комплекси «ВНЗ – ЗОШ (ПТУ, технікум, коледж)». Наукова робота, до якої залучаються майбутні студенти, формуює засадничі цінності академічної культури – академічні свободи у виборі напряму дослідження, у повазі до інших точок зору, культуру наукової полеміки.

Зростання мобільності населення, зміна правил прийому у ВНЗ України активізували розвиток міжрегіональної міграції в регіонах України, зумовили збільшення частки сільської молоді в загальній кількості осіб, які зараховано до ВНЗ усіх рівнів.

Таким чином, паритетне формування контингенту ВНЗ, а відтак і його професорсько-викладацького складу, за рахунок населення, що проживає у цьому регіоні, та зовнішніх потоків освітньої міграції, зростання частки сільської молоді зумовлюють зміни в кадрових, освітніх та наукових стратегіях ВНЗ (міжрегіональний обмін студентами та викладачами; стажування викладачів у ВНЗ інших регіонів; організація міжрегіональної інноваційної інфраструктури; організація навчального процесу з урахуванням мультинаціональності окремих регіонів; організація спільних дозвільно-відпочинкових заходів зі школами області) та елементах його організаційної культури, враховуючи культурні, ментальні, соціально-демографічні та освітні характеристики контингенту.

Таким чином, урахування окремих елементів середовища ВНЗ, вивчення їх особливостей та визначення специфіки управління відображає популярний сьогодні маркетинговий підхід до освітньої галузі, в основі якого досить справедливий ринковий принцип – освітні заклади мають успіх до тих пір, поки їх товари та послуги будуть відповідати маркетинговому середовищу.

Список використаних джерел:

1. Немцева І. А. Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами України : монографія / І. А. Немцева ; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : Рута, 2012. – 255 с.
2. Куценко В. І. Вища і післядипломна освіта в ринкових умовах / В. І. Куценко ; НАН України, Рада з вивч. продукт. сил України ; за наук. ред. Б.М. Данилишина. – К. : РВПС України НАН України, 2009. – 223 с.

Василь Липчук, д.е.н., Богдан Шувар, к.е.н.,
Львівський національний аграрний університет, м. Дубляни
КЛАСТЕРИ В ПОЛІТИЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Дослідження сучасних кластерів супроводжується пошуком відповідей на глобальні питання як економічно-соціального спрямування, так і нормативно-політичного. У зв'язку з цим кластерна проблематика зводиться до того, що підвищення конкурентоспроможності на рівні регіону чи країни можна досягти тільки зусиллями низки компаній, які є конкурентами чи партнерами і формують бізнесове середовище. Воно виявляє нові можливості щодо використання наявних ресурсів, а також створює нові ресурси.

Сутність розглядуваної теми пов'язана із зростаючим значенням кластерів для підвищення конкурентоспроможності та інноваційності економіки, що знаходить своє відображення в наявності багатьох програм і ініціатив щодо їх підтримки як в Європейському Союзі загалом, так і в окремих його країнах.

В ЄС прийнятий висхідний підхід до розвитку кластерів (**bottom-up approach**), який означає, що головними дійовими суб'єктами у процесі створення кластера мають бути підприємства, найбільш інтегровані з місцевим ринком [3]. При цьому мінімальною є діяльність органів державної влади, які відіграють другорядну роль і фокусуються, головним чином, на створенні відповідної інституційної інфраструктури середовища функціонування кластера та виконання різних програм допомоги, спрямована на підтримку процесу створення кластера, особливо на ранніх стадіях.

Кластери як локалізовані системи виробництва й інновацій є глобальним явищем, відповідно, вони не обмежуються лише однією країною чи лише групою розвинених країн, оскільки функціонують в багатьох країнах світу, навіть у тих, що розвиваються. Кластери мають часто міжгалузевий характер, тобто вони включають в себе як підприємства ключових та суміжних галузей, так і низку спеціалізованих інституцій (науково-дослідних, тренінгових, маркетингових тощо).

Кластери є важливим елементом розвитку економіки країн-членів ЄС, оскільки мають значні переваги:

1. Вищий рівень ефективності діяльності підприємств. Компанії можуть працювати ефективніше, оскільки в кластері наявні спеціалізовані активи і постачальники, які реагують швидше порівняно з тим, якби вони функціонували ізольовано.

2. Компанії та дослідні інститути можуть досягти більш високих рівнів інновації. Поширення знань, їх тісна взаємодія з іншими компаніями та споживачами сприяє генеруванню нових ідей і забезпечує інтенсивний стимул до інновацій, а перебування у кластері знижує вартість дослідження розробок.

3. Концентрація фірм у межах однієї місцевості сприяє поширенню неявних знань, тобто тих знань і досвіду, які не можуть бути легко формалізовані і передані.

У зв'язку з цим все більшої актуальності набуває взаємодія між кластерами країн-членів ЄС. Зараз важко однозначно оцінити рівень європейської міжкластерної кооперації, але для покращення міждержавної співпраці Європейська комісія докладає значних зусиль. Йдеться про європейські кластерні програми, які сприяють розвитку регіональних кластерів, їх концентрація та інтенсифікація з метою виходу підприємств (галузей) на зовнішні ринки.

Фінансування таких програм здійснюється за рахунок національних бюджетів. І тільки кожна п'ята програма розвитку фінансується за рахунок бюджету структурних фондів ЄС. Це досить вагомий внесок у розвиток кластерів [1].

Кластерний підхід у формуванні стратегії розвитку економіки країни – це важливий крок уперед для будь-якої держави. Для успішного функціонування кластера слід пройти два повноцінні етапи його формування: створення галузевих кластерів і створення технологічних кластерів. Так, компанії всередині кластера отримують оперативнішу інформацію про потреби ринку, а також швидше дізнаються про нові технології, обладнання та ін.

Згідно з документами Європейської Комісії, особливу увагу слід звернути на підтримку кластерів з високим потенціалом зростання, здатних забезпечити високу ефективність державних видатків [2]. Водночас вважається, що саме кластери можуть сприяти більшому зближенню доходів країн-членів Європейського Союзу та розвитку окремих регіонів, особливо депресивних.

Існування програм підтримки кластерів в ЄС, їх успішна реалізація в рамках регіональної політики держав засвідчує те, що кластери виступають одним з основних пріоритетів регіонального, наукового, промислового розвитку ЄС. Регіональні кластерні програми реалізуються в основному в країнах промислової реструктуризації і таких, що переживають кризу. Промислові кластерні програми знайшли своє важливе місце у розвитку промислового бізнесу.

Сьогодні кластери є важливим стимулом економічного розвитку ЄС загалом та країн-учасниць зокрема. Вони створюють сприятливі умови для розвитку бізнесу як великих, так і малих підприємств, забезпечуючи їх співпрацю у різних галузях свого функціонування.

Список використаних джерел:

1. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in. 31 European countries [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.clusterobservatory.eu/system/modules/com.gridnine.opencms.modules.eco/providers/getpdf.jsp?uid=100146>
2. Cluster policy in the context of EU Strategy 2020 [Електронний ресурс] // Policy Brief. – Режим доступу : <http://www.europeinnova.eu/c/document>.
3. The Concept of Clusters and Cluster Policies and their Role for Competitiveness and Innovation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/clusters>.

Николай Немогай, к.т.н.,

Екатерина Журавкова, Ксения Фёдорова,

УО Федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет
«МИТСО» Гомельский филиал, г. Гомель, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКАХ

Сегодня, в условиях нестабильного внешнего окружения и постоянного возрастания конкуренции, предприятия, стремящиеся к выходу на внешние рынки, должны осуществлять маркетинго-логистическую деятельность на основе концепции «управление цепочками поставок» (SupplyChainManagement -SCM). Концепция SCM – это стратегия бизнеса, обеспечивающая эффективное управление материальными, финансовыми, сервисными и информационными потоками, в том числе на внешних рынках.

Опыт эффективно действующих отечественных и зарубежных предприятий, функционирующих в рамках концепции SCM, в своем большинстве определяется внедрением идеологии контроллинга на основе системы сбалансированных показателей (ССП). При этом ССП рассматривается не только как методология системы измерителей, а в первую очередь ориентирована на реализацию стратегических целей интегрированных цепочек поставок. Отметим, что в ССП, как правило, различают показатели, которые измеряют достигнутые результаты, и показатели, которые отражают логистические процессы, способствующие получению этих результатов. Обе категории показателей должны быть увязаны между собой, так как для достижения финансовых результатов верхнего уровня нужно, например, добиться высокой производительности складского оборудования и транспортных средств.

ССП логистических цепочек традиционно охватывает структуру всего процесса управления логистической деятельностью предприятия, который включает в себя ряд subprocesses (процедур): перевод перспективных планов и логистической стратегии в форму конкретных показателей (KPI) оперативного управления цепочками поставок; коммуникацию и переключение стратегии на более низкие уровни корпоративной иерархии с помощью разработанных показателей управления - системы логистических KPI; превращение логистической стратегии в планы, в том числе бюджетные; налаживание обратной связи для проверки выполнения стратегии и инициирования процессов обучения персонала службы логистики.

Чаще всего в рамках организационной иерархии ССП реализуется в направлении сверху вниз. Иными словами, ССП начинает работать на уровне всего предприятия, а затем спускается на уровни подразделений и отдельных сотрудников службы логистики.

Процесс реализации ССП цепочек поставок состоит из следующих

четырёх этапов.

Первый этап. Разработка сбалансированной системы показателей (системы КРІ) –превращение перспективных планов и логистической стратегии в совокупность целей и мероприятий. После разработки система должна быть интегрирована в управленческий процесс, в том числе и с помощью корпоративной информационной системы.

Второй этап. Сцепление - увязка всех иерархических уровней (от высшего управленческого звена службы логистики до оперативного персонала звеньев цепочек поставок) путем выстраивания соответствующих целей и показателей, организация коммуникаций, обеспечение компенсации (премий) персоналу за инициативные решения.

Третий этап. Планирование – определение путей достижения во времени запланированных результатов через конкретные плановые задания службы логистики ; распределение ресурсов, проектирование стратегических мероприятий.

Четвертый этап. Обратная связь и обучение – аудит логистической стратегии и обновление показателей.

Внедрение ССП в цепочках поставок дает возможность: 1) получать стабильную прибыль и оптимизировать добавленную стоимость; 2) повышать капитализацию предприятия; 3) достигать лояльности клиентов, способности компании обеспечить их удержание; 4) обеспечивать высокую производительность элементов логистической инфраструктуры и отлаженность бизнес-процессов логистики; 5) приобретать опережающие конкурентные преимущества за счет высокоэффективной логистической системы компании; 6) развивать высококвалифицированный кадровый состав службы логистики; 7) гибко реагировать в цепях поставок на внешние и внутренние «возмущения».

Анализ изложенной выше информации свидетельствует, что ССП становится важным стержнем, объединяющим жизненно важные операции в цепочках поставок. Трансформация стратегических целей через промежуточные параметры (нормативы и стандарты бизнес-процессов) позволяет решить основную проблему организации эффективных цепочек поставок — интеграцию стратегического и оперативного уровней управления.

В этой связи, первоочередной задачей отечественных предприятий является построение системы необходимых и достаточных КРІ, которая позволяет: осуществлять стратегическое планирование цепочек поставок и постоянно контролировать достижение их целей; формулировать стратегические цели и задачи цепочек поставок в операционных терминах, доступных для понимания конкретным исполнителем службы логистики; комплексно оценивать деятельность цепочек поставок на основе постоянного контроля и управленческого

анализа; анализировать внутренние логистические бизнес-процессы предприятия; определять важнейшие факторы успеха деятельности цепочек поставок и концентрировать усилия всех подразделений службы логистики предприятия на достижении целей по этим направлениям; ускорять процесс принятия логистических решений на основе сформированных приоритетов при управлении цепочками поставок.

Показатели (KPI) являются соответствующими мерами для разработки отчетных форм компаний и систем показателей логистических каналов разных уровней. В мире существуют общепринятые процедуры сравнительной оценки (бенчмаркинга) фирм по логистике на основе аналитических и экспертных методов, использующие указанные показатели. Большинство KPI являются удельными или относительными показателями, выраженными по отношению к объемным показателям (объему производства, продаж и т.д.). Важным моментом является установление периодичности измерения/контроля KPI и, соответственно, стандартов показателей.

Стандарты устанавливаются в квартальном разрезе контроллинга, что предусматривает возможность тактического их изменения раз в квартал. Установление стандартов KPI производится в соответствии со стратегическим планом логистики на основании планирования от достигнутого ранее уровня или согласно процедуре бенчмаркинга.

Методика определения KPI может быть «защита» в MSExcel-таблице в виде примечаний с примерами расчета. При построении системы KPI обычно используется некоторая форма, описывающая цель расчета показателя, его определение, расчетную формулу/методику, единицы измерения и пример/комментарий. При использовании ССП в логистике необходимо учитывать, что большинство отечественных предприятий, имеющих общее представление о методологии ССП, либо не знают, как приступить к ее внедрению, либо не понимают, что им это даст. В процессе разработки и внедрения ССП логистики должны принимать участие две группы: проектная команда и топ-менеджеры предприятия, в том числе руководство службы логистики. Работа по внедрению ССП начинается с опроса каждого из топ-менеджеров, которые формулируют свое представление о стратегии предприятия и стратегических ориентирах логистики. По результатам этих опросов проектная команда составляет первую, приблизительную модель ССП.

По оценкам ведущих зарубежных компаний, применение концепции SCM с использованием ССП может увеличить оборачиваемость запасов на 75% на столько же может снизить расходы на логистику, а время планирования свести к 5% затрачиваемого прежде.

Список использованных источников:

1. Дыбская, В.В. Логистика \ В.В. Дыбская, В.И. Сергеев и др. – М.: Эксмо, 2011. – 944 с. – (Полный курс MBA).

Людмила Прокопець, к.п.н., Олена Білоскурська, к.ю.н.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПОНЯТТЯ ТА ЮРИДИЧНІ ОЗНАКИ ДОГОВОРУ НА ГОТЕЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

В умовах ринкової економіки центральне місце у правовому регулюванні відносин між суб'єктами туристичної діяльності займають цивільно-правові договори. Правова основа договірних відносин у галузі туризму полягає у взаємодії всіх суб'єктів туристичної діяльності, спрямованої на реалізацію туристичного продукту і комплексу супутніх туристичних послуг.

Найпоширенішими видами договорів у туристичній діяльності є агентський договір і договір про надання послуг. Одним із різновидів договорів про надання послуг є договір на готельне обслуговування.

Згідно зі ст. 22 Закону «Про туризм», за договором на готельне обслуговування одна сторона (готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за дорученням іншої сторони (проживаючого) надати послуги з тимчасового проживання (ночівлі) у спеціально обладнаному жилому приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договорами на готельне обслуговування послуг, пов'язаних із тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

До послуг, пов'язаних з тимчасовим розміщенням, належать послуги з обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанного обслуговування), із збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю [1].

Однією із сторін договору на готельне обслуговування є готель або інший об'єкт, що надає послуги з розміщення. Визначення останніх наводяться у ст. 1 Закону «Про туризм» та п. 1.3 Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг:

1. Готелем є підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається із шести та більше номерів і надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням.

2. Аналогічні засоби розміщення – це підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно із щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів.

Інша сторона – проживаючий, до якої можна віднести фізичну особу, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товар, роботи, послуги для власних потреб. Готельні послуги можуть замовлятися як безпосередньо стороною договору, так і за участі посередників – замовників.

Договір на готельне обслуговування є консенсуальним – при укладенні договору на готельне обслуговування між готелем і особою, яка бажає розміститися в готелі для проживання, має бути досягнута згода. Консенсуальний договір вважається укладеним з моменту досягнення сторонами згоди щодо його істотних умов у належній формі.

Згідно з п. 3.6 Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладення договору та містить у собі найменування готелю, його реквізити (для приватного підприємця – прізвище, ім'я, по-батькові, інформацію про державну реєстрацію); прізвище, ім'я, по-батькові споживача; інформацію про номер (місце в номері), що надається; ціну номера (місця в номері); інші необхідні дані на розсуд готелю [2].

Цей договір є двостороннім, оскільки обидві сторони мають як права, так і обов'язки. Так, одним із обов'язків готелю або іншого суб'єкта, що надає послуги з розміщення, є надання до укладення договору необхідної і достовірної інформації про послуги готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і термін оплати послуг готелю та надання проживаючому на його прохання інших пов'язаних із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомостей, а також іншої інформації, передбаченої законодавством про захист прав споживачів.

Оплатним є договір, в якому обов'язком однієї сторони вчинити певну дію з надання певного блага кореспондує такий самий зустрічний обов'язок іншої сторони. Так, за договором на готельне обслуговування обов'язку готелю (іншого суб'єкта, що надає послуги з розміщення) надати послуги з тимчасового проживання кореспондує обов'язок проживаючої особи сплатити за ці послуги встановлену плату.

Договір на готельне обслуговування має строковий характер, оскільки передбачає тимчасове проживання в ньому незалежно від тривалості строку.

Публічність договору на готельне обслуговування реалізується в тому, що одна сторона – підприємець (готель) бере на себе обов'язок надати послугу (послугу розміщення) кожному, хто до неї звернеться. Готель не має права відмовитись від укладання договору на готельне обслуговування за наявності у нього можливості надати споживачеві відповідні послуги. У разі необґрунтованої відмови готель має відшкодувати збитки, завдані споживачеві такою відмовою. Відмова вважається вмотивованою і готель не несе відповідальності, якщо доведе, що відмова зумовлена технічними причинами (відсутність вільних номерів чи номерів відповідної категорії).

Умови договору на готельне обслуговування мають бути однаковими для всіх споживачів, окрім тих, кому за законом надані відповідні послуги. Законодавством визначено категорії туристів, які мають переважне право на укладання договору на готельне обслуговування.

Договір на готельне обслуговування є договором приєднання, оскільки умови договору встановлюються готелем і друга сторона не може запропонувати свої умови договору. Як зазначає В. Луць, договір приєднання, як і публічний договір, є узагальненою категорією таких цивільно-правових договорів, в яких умови договору встановлені однією із сторін у формулярах або інших стандартних формах і які укладаються лише шляхом приєднання другої сторони до запропонованого тексту договору загалом. Друга сторона при цьому не може запропонувати свої умови договору. Безумовно, друга сторона сама вирішує, укладати чи не укладати договір на запропонованих їй умовах, тобто тут не порушується принцип свободи договору [3]. Але необхідність укладення особою договору приєднання, передусім у туристичній діяльності, часто зумовлена економічними чи географічними чинниками, коли можливість вибору контрагента є обмеженою.

Отже, досліджуваний договір має цивільно-правову природу, залежно від сфери застосування відноситься до договорів з надання готельних послуг. За юридичними ознаками є консенсуальним, двостороннім, оплатним, строковим, публічним і належить до договорів приєднання.

Список використаних джерел:

1. Про туризм: Закон України : за станом на 21 квітня 2013 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.
2. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 02.04.2004 р. за № 413/9012 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04>.
3. Цивільний кодекс України: науково-практичний коментар / За ред. розробників проекту Цивільного кодексу України. – К., 2013. – С. 440.

Тетяна Саїнчук,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Ефективне функціонування банківських установ в умовах національного ринку є досить важливим фактором розвитку вітчизняної економіки загалом. Тому для того, щоб досягти бажаних результатів, треба розвивати дану галузь не лише в сфері управління та фінансування банківських установ, але й беручи до уваги маркетингові підходи. Але, на жаль, наша країна не встигла напрацювати досконалі маркетингові інструменти, які повною мірою можуть використовуватися

вітчизняними банками. Саме тому, на нашу думку, треба брати до уваги досвід зарубіжних країн, які в даному випадку досягли високого рівня розвитку.

Маркетинг, як ринкова теорія управління продажем товарів, започаткована в США ще на поч. XX століття, однак банківські системи, навіть розвинутих країн, сприйняли його майже останніми з усіх сфер бізнесу. Це обумовлено багатьма факторами, основними з яких є консерватизм та обережність банків, а також високий ступінь зарегульованості банківської діяльності. Тому тільки у 60-х роках банки США, а пізніше і західноєвропейські, почали застосовувати маркетинг у своїй діяльності. Це було пов'язане, насамперед, з підвищенням рівня життя широких верств населення та збільшенням кола споживачів банківських продуктів. Відтоді, з точки зору ринкової орієнтації, в банках відбувалася еволюція від продуктового спрямування до потреб цільових споживачів.

Коло складників маркетингу розширювалося поступово. У 1970-х роках акцент робився на пропонованих продуктах, засобах доставки послуг, технологічних нововведеннях, організації філіальної мережі, рекламі, цінах. У 1980-х банки стали активно впливати на державну економічну політику, домагаючись більшої свободи дій, почали встановлювати партнерські відносини зі страховими компаніями для розширення спектра послуг, вводити систему персонального обслуговування клієнтів, роблячи ставку на його якість [2, с.27].

Із розвитком в Україні ринкових відносин з'явилася велика кількість робіт з банківського маркетингу. Дана тема розглядається в працях І.Алексєєва, І.Альошина, І.Брітченка, В.Герасимчука, Б.Бермана, Ф.Котлера та інших. Незважаючи на велику кількість публікацій, спостерігається недостатнє висвітлення особливостей і проблем, пов'язаних з маркетингом банків. Важливою особливістю банківського маркетингу в Україні є те, що діяльність банків активно регулюється зі сторони держави. Крім спеціальних законів, існує низка обов'язкових нормативів, вказівок, спрямованих на забезпечення ліквідності кредитних установ. Це призводить до обмеження в самостійності рішень, які приймаються, що сприяє необхідності пошуку альтернативних рішень для забезпечення ліквідності банків в умовах кон'юнктури грошового ринку, яка постійно змінюється [1].

Якщо відстежувати тенденції розвитку маркетингової діяльності банків України, то в її основі безумовно має бути використання зарубіжного досвіду, однак пряме його копіювання не призведе до очікуваного з декількох причин.

По-перше, в розвинутих країнах напрацювання маркетингових методів та досвіду почалося у сфері матеріального виробництва та торгівлі, тому їх банківські установи скористалися вже готовим механізмом. В Україні ж на перших роках незалежності спостерігалось

різке падіння обсягів виробництва та майже повна відсутність конкуренції на товарних ринках.

По-друге, банківські установи європейських країн опанували маркетингові інструменти щонайменше п'ятдесят років, вітчизняні ж банки мали пройти подібний шлях за двадцять з лишком років.

І по-третє, успіху в маркетинговій діяльності заважали ще й особливості національного банківського бізнесу. Справа в тому, що обсяги фінансування будь-яких маркетингових заходів у більшості банків завжди були обмеженими, навіть за наявності обґрунтування їх ефективності. І лише поява на фінансовому ринку іноземних банків з новими маркетинговими технологіями змусила вітчизняних змінити стратегію «економії на маркетингу» та поглянути на маркетинг як на одну з ключових можливостей для розвитку [3, с. 54].

Наведемо деякі приклади яскравих маркетингових ходів зарубіжних банків. На відміну від американських банків, які успішно розвивають жіночий банкінг, вітчизняні фінансові установи поки що не навчилися здобувати користь із популярності надання послуг серед українок. У США банки видають клієнткам ароматизовані кредитні картки, пропонують спеціальні програми кредитування і «жіночі» депозити, умови яких відрізняються від «чоловічих». Австрійський Raiffeisenbank взагалі відкрив у Гаштайні (Австрія) спеціалізовану філію, розраховану винятково на представниць слабкої статі. А в Німеччині працює жіночий Frauenbank, орієнтований, насамперед, на обслуговування жінок (персоналом банку є також жінки).

Багато українських банків надають послугу мобільного та інтернет-банкінгу, однак у нашій країні вона далека від американських і європейських аналогів. Характерна українська ознака – інформування клієнта про стан поточного рахунку, а не обслуговування його за допомогою мобільних пристроїв. Деякі фінансові установи дають клієнтам змогу здійснювати онлайн-платежі в Інтернеті, однак такі системи, зазвичай, не автоматизовані, а обслуговуються банківськими операторами вручну: оформивши інтернет-платіж, потрібно дочекатися, коли оператор банку візьме його в роботу. У США і Європі клієнт мобільного та інтернет-банкінгу може не лише перевіряти стан свого рахунку і переказувати гроші, а й купувати/продавати валюту, замовляти платіжні картки, відкривати депозити.

На Заході послугу privatebanking надають VIP-клієнтам. Комплекс послуг включає управління особистим капіталом інвестора, податкове планування, фінансовий консалтинг, випуск елітних платіжних карток, недоступних пересічним громадянам, послуги арт-консультантів тощо. Поріг для таких клієнтів у європейських банках коливається у межах від 75 тис. євро до 1 млн. євро. Найнижчий поріг (75–150 тис. євро) встановлений банками в Румунії, Словаччині, Чехії та Угорщині. Для мільйонерів, капітал яких перевищує 2,5 млн. євро, європейські банки

пропонують послугу «сімейного офісу»: у цьому випадку банківський працівник повністю веде сімейний бюджет клієнта. В українському privatebanking більшість послуг, які надають на Заході, взагалі не беруться до уваги.

Саме тому в даний момент маркетингова робота багатьох банків повинна бути систематичною: має досліджуватися зовнішнє середовище та діяльність конкурентів; вивчатися сегменти клієнтури та їх потреби в банківських послугах; аналізуватися кількість, якість та ціни на банківські продукти; оцінюватися сильні та слабкі сторони банку. При цьому мають застосовуватися не лише традиційні підходи до організації маркетингової діяльності, а й інноваційні ідеї та сучасні технології, які дозволяють інтенсифікувати працю банківських робітників, прискорити процес обслуговування клієнтів та зацікавити певні сегменти ринку новими послугами.

До найбільш поширених маркетингових змін, на нашу думку, у вітчизняних банках можна віднести:

1) зміна структури та вигляду банківської установи: багатоканальна діяльність з поєднанням нових та традиційних технологій та інструментів, самообслуговування, дистанційне обслуговування, телефонні центри;

2) віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладання контрактів;

3) комплексне використання нових інформаційних та комунікаційних технологій для електронного та змішаного (традиційного та нового) маркетингу;

4) нові можливості внутрішнього контролю та аудиту (що також позитивно впливає на якість банківських послуг);

5) зміни в кваліфікації робітників: продукт-менеджер, консультант, спеціаліст з трансакцій та консультацій [4, с. 11].

Отже, вітчизняні банки мають звертати особливу увагу на маркетингову історію закордонних банків не лише для того, щоб уникнути помилок, які були зроблені ними, але й для того, щоб забезпечити собі швидкий маркетинговий розвиток і краще закріпити свої позиції на ринку, удосконаливши не лише свої послуги, але й способи їх надання. Але найголовнішим є те, що українські банки мають лише спиратися на іноземний досвід, а не повністю його скопіювати.

Список використаних джерел:

1. Інформаційний інтернет-порталBankir.Ru [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bankir.ru/>.
2. Лютій І. О. Банківський маркетинг: [підручник] / І. О. Лютій, О. О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 592 с.
3. Жуков С. А. Маркетинг в банку: навч. посіб. / С. А. Жуков. – К.: Кондор, 2008. – 182 с.
4. Криклій А. С. Політика банків у сфері маркетингу / А. С. Криклій // Економіка та держава. – 2008. – № 9. – С. 10–13.

Олександра Сідуняк,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

НЕДОЛІКИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

Останнім часом серед багатьох розвинених держав світу досить поширеним став такий вид співробітництва, як державно-приватне партнерство (ДПП), яке здатне покращити життя населення країни за рахунок вдосконалення соціальної сфери. За умови належного інституційного забезпечення, ДПП може пришвидшити процес розбудови соціальної інфраструктури, покращити екологічну ситуацію у державі та сприяти відновленню та збереженню фізичного стану, здоров'я суспільства, підвищити якість публічних послуг, та сприяти соціально-економічному розвитку держави загалом.

Інституційне забезпечення певних процесів повинно включати дві складові:

- створення формальних інститутів (ухвалення відповідних законів, узгодження правового поля, розбудова ринкової економіки, демократизація суспільства);
- еволюцію неформальних регуляторів (традиції, цінності, суспільні норми, громадянська думка) [1, с.165].

У Законі «Про державно-приватне партнерство» [2] вказано, що організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів з приватними здійснюються лише у формі договору, в той час як у багатьох розвинених державах така форма співробітництва може здійснюватися шляхом створення спеціальної структури у формі юридичної особи, що допускає використання різних фінансових інструментів, інститутів, а також організаційно-правових об'єднань, що значно збільшує кількість угод між приватним бізнесом та державою.

Вагомою проблемою є суперечність українського законодавства Конституції України. Адже у випадку реконструкції державних будівель зусиллями партнерів, приватний може отримати прибуток за рахунок оплати послуг споживачами, в той час коли в Конституції України вказано, що послуги, які надаються державою, є безкоштовними, лише деякі, вказані у переліку, можуть надаватись платно, але для незабезпечених верств населення ці послуги залишаться недоступними. Це знижує окупність таких важливих об'єктів соціального значення й не приваблює підприємця залучати кошти у проект. Крім того, приносить шкоду соціальній сфері.

Вагомим недоліком інституційного забезпечення ДПП в Україні є розбіжності в законодавчо-нормативних актах, зокрема в Законі України «Про державно-приватне партнерство» [2] та Програмі економічних реформ України на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [3], де на

відміну від Закону, Програмою намічено впровадження державно-приватного партнерства в науково-технічну сферу, яка може вдосконалити та покращити соціальну сферу, а в Законі такі форми здійснення державно-приватного партнерства не вказані.

Для розбудови ринкової економіки у державі відсутні сприятливі умови для здійснення підприємницької діяльності, зокрема ДПП. У Бюджетному кодексі України відсутні норми про гарантування компенсації збитків приватного партнера, пов'язаних з невиконанням державою зобов'язань за договорами ДПП, також немає гарантій отримання приватним партнером від відповідних органів дозвільних документів та погоджень, необхідних для виконання умов договору [4]. Це значно гальмує розвиток ДПП та збільшує час і витрати на його реалізацію.

Недоліками інституційного забезпечення ДПП у соціальній сфері можна назвати також:

- політичну нестабільність та протистояння населення в Україні проти уряду, що значно знижує довіру з боку приватного партнера на укладання довгострокових контрактів, особливо з боку іноземних представників, які звертають особливу увагу на рівень демократизації у країні;

- досить регулярну зміну умов для ведення підприємницької діяльності в Україні, що підвищує ризикованість для приватного партнера при здійсненні та реалізації умов договору ДПП;

- неузгодженість діяльності як урядових, так і неурядових інституцій, де суспільна думка та потреби повинні стати рушійною силою для уряду держави для розвитку ДПП та покращити соціально-економічне становище держави.

Щодо неформальних інститутів, то їм слід віддати ключові позиції у формуванні пріоритетних напрямків ДПП, адже саме суспільство, його думка, має стати центром формування ідей та проектів, де сфери застосування механізмів ДПП повинно диктувати суспільство, яке є і споживачем результатів, й виконавцем у складі кадрового потенціалу ДПП.

Зважаючи на недоліки інституційного забезпечення ДПП у соціальній сфері, слід здійснити:

- вдосконалення законодавства та формування нових програм, які гармонійно поєднуюватимуть напрямки вдосконалення соціального й економічного розвитку держави і не суперечитимуть законодавству та Конституції України;

- розробку відповідних стандартів щодо чітких правил розробки, прийняття проекту ДПП, контролю за його реалізацією, механізму оцінки ступеня соціальної відповідальності державного та приватного партнера за невиконання обов'язків. Розмежування основних функцій держави при здійсненні ДПП;

- проведення соціального діалогу не тільки між державою та приватним партнером, а й суспільством для формування бази соціально важливих проєктів, що сприятиме не тільки пришвидшенню їх окупності, а й покращенню соціальної сфери та формуванню позитивної громадської думки;

- аналіз та урахування створення умов доступності створених товарів або послуг для малозабезпечених верств населення.

Значну частину роботи з розробки та моніторингу стану і можливостей розвитку ДПП слід покласти на центр сприяння розвитку публічно-приватного партнерства, який, на нашу думку, здатний сприяти розвитку ДПП шляхом формування пропозицій для уряду щодо напрямків вдосконалення законодавства у галузі ДПП. Його основна місія полягає у створенні умов для реалізації проєктів загальнонаціонального та регіонального значення на засадах публічно-приватного партнерства, розвиток науково-методологічного, правового та організаційного забезпечення у цій сфері. Законодавство ж повинно встановлювати єдину державну політику у відносинах державно-приватного партнерства, забезпечувати реалізацію основних принципів у сфері ДПП, запровадити необхідні положення щодо забезпечення захисту інвестицій приватного партнера та їх фінансової окупності.

Список використаних джерел:

1. Шилепницький П. І. Державно-приватне партнерство: теорія і практика : монографія / П. І. Шилепницький; Інститут регіональних досліджень НАН України. – Чернівці, 2011. – 455 с. ...
2. Про державно-приватне партнерство: Закон України №2404-VI від 01.07.2010 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 2010. – №40. – Ст. 524. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
3. Програма економічних реформ України на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [Електронний ресурс] / Комітет з економічних реформ при Президентові України. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf
4. Селіванова І. Українське законодавство про державно-приватне партнерство не сприяє розвитку відносин з інвесторами [Електронний ресурс] / Ірина Селіванова. – Режим доступу: <http://lawyers.in.ua/ukr/blog/art-126-ukrainskoe-zakonodatelstvo-o-gosudarstvenno-chastnom-partnerstve-nesposobstvuet-razvitiyu-otnosheniy-s-investorami/>
5. Алешин О. Закон про ДПП в Україні: хотіли як краще, а вийшло як завжди [Електронний ресурс] / Олег Алешин. – Режим доступу: http://www.kisilandpartners.com/ua/publications/articles/law_on_ppp_in_ukraine_we_hoped_for_the_best_but_it_turned_out_as_usual
6. Бондар Н. М. Правові передумови формування організаційно-економічного механізму партнерських взаємодій держави і приватного сектору в Україні [Електронний ресурс] / Н. М. Бондар. – Режим доступу: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/12.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/12.pdf)

Анатолій Федорюк, к.політ.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ДЕЯКІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

У наш час в Україні значно збільшилася роль адміністративної відповідальності, яка виконує важливі завдання щодо забезпечення законності та правопорядку у сфері регулювання адміністративно-правових відносин. Особливої актуальності набуває інститут

адміністративної відповідальності за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності. Для того, щоб інтелектуальна власність, справді, відігравала суттєву роль у суспільстві і забезпечувала його розвиток, необхідна надійна система її правової охорони й ефективного захисту від правопорушень. Проблема адміністративної відповідальності за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності в сучасних умовах потребує більш глибокого, всебічного, комплексного та порівняльного аналізу цього виду юридичної відповідальності, виявленню її особливостей.

Адміністративна відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності включає всі властиві юридичній відповідальності основні ознаки:

- по-перше, є державно-правовим примусом;
- по-друге, нормативно-виражена і проявляється у застосуванні, реалізації санкцій правових норм;
- по-третє, має чітку підставу — правопорушення;
- по-четверте, накладається у строго встановленому процесуальному порядку;
- по-п'яте, пов'язана з обтяжливими наслідками майнового, морального, особистісного та іншого характеру для правопорушника.

У той же час у адміністративної відповідальності, у тому числі і за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності, є ціла низка специфічних особливостей, які дозволяють відокремити її від інших видів відповідальності. Вони пов'язані з підставою її виникнення, характером заходів її впливу та процедурою застосування.

Передусім найважливішою особливістю адміністративної відповідальності є те, що в більшості випадків вона застосовується в позасудових процесуальних формах. Державних органів і посадових осіб, які правомочні накладати адміністративні стягнення на правопорушників, дуже багато.

За загальним визнанням, це обумовлено особливостями адміністративних правопорушень – їхньою незначною небезпекою, розповсюдженістю, необхідністю оперативного карального впливу на правопорушника. Потрібно зауважити, що під час реформи судової системи значно розширилися процесуальні гарантії як судового оскарження, так і судової форми накладення адміністративної відповідальності. Що стосується адміністративних правопорушень, передбачених ст. 51-2 КпАП України, то їхній розгляд законодавцем покладено на районні, районні у місті, міські чи міськрайонні суди (судді).

Сутність адміністративного правопорушення в тому, що це порушення певних інтересів, яке заподіює шкоду встановленим державою правовідносинам у різних сферах правового регулювання. Об'єктивно такі заборони встановлюються у нормах адміністративного

права під загрозою застосування адміністративної відповідальності. Тому суб'єктивно адміністративне правопорушення порушує норму адміністративного права, а застосування відповідальності є реалізацією адміністративно-правової санкції.

Адміністративну відповідальність врегульовано нормами адміністративного права, що містять вичерпні переліки адміністративних проступків, адміністративних стягнень і органів, уповноважених їх застосовувати, детально регулюють цей вид провадження і в сукупності утворюють її нормативну основу.

Адміністративна відповідальність за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності є відповідальністю за окремий вид правопорушень, і у зв'язку з цим їй властиві всі ознаки і принципи цілісного інституту адміністративної відповідальності.

Саме тому, завершуючи аналітичний огляд теоретичних положень з проблеми адміністративної відповідальності, які було висловлено у науці адміністративного права, можна сформулювати поняття адміністративної відповідальності за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності.

З урахуванням поняття юридичної відповідальності загалом і розглянутих ознак, адміністративну відповідальність за порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності можна визначити як реалізацію адміністративно-правової санкції, яка виявляється у застосуванні судом до винної особи, що скоїла адміністративне правопорушення у сфері інтелектуальної власності, покарання, передбаченого КпАП України, згідно з визначеною законом процедурою.

Адміністративна відповідальність – різновид юридичної відповідальності, що має специфічну форму реагування держави на адміністративне правопорушення. Вона полягає в застосуванні уповноваженими органами державної влади або їхніми посадовими особами адміністративного стягнення, передбаченого Кодексом України про адміністративні правопорушення і законами України.

Список використаних джерел:

1. Венедіктова І. В. Цивільно-правовий захист та охорона авторського права / І. В. Венедіктова, О. В. Розгон [Електронний ресурс] // ФП 2007-2. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2007-2/07vivoap.pdf>
2. Відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності // Інтелектус : веб-журнал / ПАТЕНТБЮРО. Питання & Відповіді – http://www.patent.net.ua/intellectus/patentbureau_news/about_intellectual_property/980/ua.html
3. Вінаєва К. Авторські та суміжні права: аспекти цивільно-правового захисту / К. Вінаєва [Електронний ресурс] // Юридична газета. – 2007. – №17 (101), 26 квітня. – Режим доступу: <http://www.yur-gazeta.com/article/1172/>
4. Близниченко М. А. Механізм захисту авторського права на об'єкти інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / М. А. Близниченко, З. І. Марченко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ Pav/2008_2009/11-06.pdf
5. Науково-практичний коментар Кодексу України про адміністративні правопорушення / Р. А. Калюжний, А. Т. Томзюк, О. О. Погрібний та ін. – К.: Всеукраїнська асоціація видавців «Правова єдність», 2008. – 781 с.

Олеся Хохуляк,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

СПЕЦИФІКА ПРОСУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У межах своєї діяльності суб'єктам юридичних послуг доводиться розв'язувати проблеми комунікаційного характеру, насамперед формування позитивного іміджу, вибір цільової аудиторії, види рекламних повідомлень. З огляду на специфіку юридичної послуги, важливо не лише виробити продукт, а й довести його до цільового споживача в максимально зручній для нього формі, у найкоротший час і з максимальним економічним ефектом для самого суб'єкта надання юридичних послуг. У зв'язку з цим, серед каналів розповсюдження юридичних послуг домінує прямий продаж як найбільш ефективний, тому що дозволяє безпосередньо тримати зв'язок із споживачем чи замовником. Про це свідчать матеріали VII Щорічного юридичного форуму «Розвиток ринку юридичних послуг в Україні – 2012» [2], згідно з якими найбільш поширеним засобом маркетингових комунікацій на ринку юридичних послуг (14%) є здійснення особистих продажів, оскільки у процесі контактів із клієнтом юрист безпосередньо впливає на сприйняття ним їх якості (рис. 1).

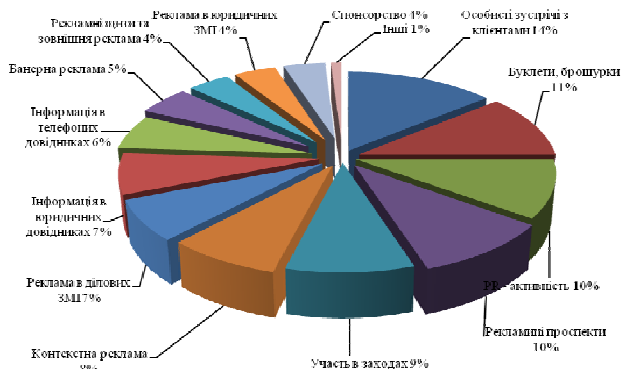


Рис. 1. Аналіз структури маркетингових комунікацій на ринку юридичних послуг

Специфіка юридичної послуги зумовлена синхронним процесом її надання та отримання, що є найхарактернішою особливістю, яка відрізняє її від інших об'єктів комерційної діяльності. У зв'язку з цим, діяльність з надання юридичних послуг передбачає тісний і постійний контакт юриста та клієнта. Залучення клієнта до процесу юридичного обслуговування, з одного боку, є вираженням довірчих стосунків, а з іншого – забезпечує можливість оперативного отримання необхідної інформації, що у підсумку сприяє отриманню позитивного для клієнта юридичного результату.

Окрім особистого продажу, на практиці застосовуються й інші інструменти просування, а саме: формування позитивної суспільної думки – *Public Relations (PR)* у сфері юридичного обслуговування, зокрема робота із пресою – 10%; використання реклами (реклама в ділових ЗМІ – 7%, в юридичних ЗМІ – 4%, рекламні проспекти – 10%, рекламні щити та зовнішня реклама – 4%, банерна – 5%, контекстна реклама – 8% та інші види реклами – 1%); використання інструментів неформального маркетингу юридичних послуг: участь у різного роду бізнес-асоціаціях – 9%, благодійних акціях, спонсорство – 4% (рис. 1).

Як цільова аудиторія – адресати реклами та інших засобів комунікацій і просування юридичних послуг на ринок, виступають представники різних демографічних груп населення (молодь (16–22 роки), молоді люди (25–30 років), люди зрілого віку (40–55 років), люди похилого віку (55 та більше років); представники різних соціальних категорій населення (студенти та молоді, робітники і службовці, клієнти, що мають високий рівень доходу, спеціалісти, ділові люди, пенсіонери та ін.) [1, с. 194]. Така диференціація допоможе суб'єктам юридичних послуг визначитись, які види послуг вони будуть пропонувати при виборі тієї чи іншої категорії клієнтів як цільового ринку.

Місцем надання юридичних послуг клієнтам є місцезнаходження офісів представництв та філіалів транснаціональних юридичних компаній, фірм з іноземним капіталом; місцезнаходження офісів вітчизняних юридичних фірм різних форм власності; офіси приватних юристів – суб'єктів підприємницької діяльності; офіси та контори адвокатських фірм та адвокатських об'єднань, обласних колегій адвокатів з надання юридичної консультації; офіси консалтингової фірми, для яких юридичні послуги є одним із видів ділових послуг (наприклад, юридичні підрозділи аудиторських фірм); web-сайти юридичних компаній, адвокатського бюро, що дозволяє їхнім клієнтам отримувати оперативну інформацію про види послуг, не виходячи з офісу (дому).

У сучасних умовах електронні засоби є синтетичними елементами комплексу маркетингу, оскільки їх можливості використовують як у політиці розподілу, так і у політиці просування. Більшість солідних юридичних компаній, що надають юридичні послуги, мають не лише свій сайт в Інтернеті, але і форуми для спілкування фахівців та відповідей експертів на стандартні питання клієнтів, що часто зустрічаються. Також до синтетичних засобів маркетингу слід віднести особисті продажі та формування клієнтської мережі.

Таким чином, поєднання оперативного і стратегічного юридичного обслуговування є основою формування клієнтської мережі. З одного боку, оперативне юридичне обслуговування, особливо його абонементна форма, виступає засобом просування клієнтів

стратегічних послуг юриста, з іншого – надаючи послуги стратегічного характеру, що вимагають тривалого співробітництва, юрист одержує можливість сформувати у клієнта уявлення про його високий професійний рівень. Це може бути чинником укладення з ним угоди про абонементне юридичне обслуговування клієнта.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент юридической практики: [учеб. пособие для студ.] / В. Д. Волков, Ю. А. Моисеев, Н. В. Удод, И. К. Сапицкая, О. В. Финагина; ред.: В. Д. Волков. – Донецк: Норд-Пресс, 2005. – 287 с.
2. Розвиток ринку юридичних послуг в Україні – 2012 : матеріали VII Щорічного юридичного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.uba.ua/uk>.

Юрій Чаплінський, к.е.н.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОВІДНОСИН У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Процес управління маркетинговою діяльністю на кожному з етапів його впровадження у діяльність туристичного підприємства сприяв зародженню та розвитку окремих концепцій управління маркетинговою діяльністю. Послідовність їх виникнення є логічним наслідком впровадження маркетингу в діяльність туристичних підприємств та зміни соціально-економічних відносин, що й призводили до виникнення нових концепцій управління маркетинговою діяльністю. Водночас, кожен з наведених нижче підходів не є ідеальним, оскільки перебуває під впливом значних ризиків.

Виконання різноманітних функцій та пов'язаних з ними численних видів робіт, притаманних маркетингу у туризмі, вимагає наявності єдиного підходу до управління, який може забезпечити одна із сучасних концепцій маркетингу. За своєю сутністю концепція маркетингу – це наукова система надання послуг і одержання взаємної вигоди виробником, продавцем та покупцем, споживачем товару [1, с.159].

Виникнення та розвиток кожної концепції управління маркетинговою діяльністю змінювало акценти в управлінні: концепція вдосконалення виробництва наголошує на необхідності вдосконалення виробничого процесу; концепція вдосконалення товару – необхідності покращення його функціональних характеристик; концепція інтенсифікації комерційних зусиль – необхідності активізації комунікаційного потенціалу підприємства; концепція маркетингу акцентує увагу на вивченні та ефективному задоволенні потреб споживачів; концепція соціально-етичного маркетингу фокусує увагу на тому, що задоволення потреб окремого споживача повинно здійснюватись, враховуючи потреби всього суспільства.

За цією логікою правильним буде розуміння маркетингу взаємовідносин як нової концепції, згідно з якою основний акцент в

управлінні маркетинговою діяльністю зміщується у сферу взаємовідносин з іншими суб'єктами ринку, відповідно до якої повинен розроблятися практичний інструментарій.

Як зазначають провідні фахівці-маркетологи, на сучасному етапі маркетинг розширює свої функції, що призвело до формування функції постійних взаємовідносин з покупцями. Саме тому в управлінні маркетинговою діяльністю туристичних підприємств найсучаснішою і найбільш прогресивною вважається концепція маркетингу взаємовідносин, яка вперше була запропонована Л. Беррі в контексті маркетингу послуг для опису нового підходу до маркетингу, що орієнтується на більш тривалі стосунки із споживачами [2, с.6]. Значний внесок у розвиток концепції внесли представники північноєвропейської школи управління маркетингом (Nordic school), зокрема К.Гренроос [3], який на прикладі сфери послуг показав переваги цієї концепції і запропонував категорію життєвого циклу взаємовідносин із покупцем. Суть даної концепції полягає у тому, що об'єктом управління маркетингом стають відносини із покупцями (клієнтами). Єдиним способом утримати споживача є індивідуалізація стосунків із ним, що стає можливим на основі розвитку довгострокових взаємовідносин партнерів. Відповідальність за формування і розвиток довгострокових взаємовигідних відносин у процесі взаємовідносин підприємства з клієнтами покладається на апарат управління.

У літературі зустрічається декілька підходів до трактування поняття маркетингу взаємовідносин. Американська (англосаксонська) школа маркетингу визначає маркетинг взаємовідносин як сукупність практичних прийомів утримання споживачів. Найяскравіший її представник Ф. Котлер припускає, що в третьому тисячолітті компанії основну увагу звертатимуть не на майбутні угоди, а на зміцнення вірності клієнта своєму підприємству [4, с. 30]. На його думку, маркетинг взаємовідносин – це практика побудови довгострокових взаємовигідних відносин з ключовими партнерами на ринку: споживачами, постачальниками, дистриб'юторами, з метою встановлення довготривалих привілейованих відносин.

Представники північноєвропейської (германо-альпійської) школи маркетингу (К. Гренроос, Ф. Вебстер, Е. Гуммессон) розглядають маркетинг взаємовідносин як об'єктивний результат розвитку маркетингу, що відображає його сучасний стан та як наступний етап управління маркетингом після концепції соціально-етичного маркетингу. В. Цайтамл та М. Бітнер визначають маркетинг взаємовідносин як філософію ведення бізнесу, стратегічну орієнтацію, яка фокусується перш за все на утриманні існуючих споживачів, ніж на залученні нових [5, с. 43].

За твердженням Е. Гуммессона [6, с. 12], маркетинг взаємовідносин підкреслює тривалі взаємовідносини співробітництва між виробником і

споживачем та одержання довгострокових прибутків з залученням будь-яких ринкових сил. У межах такого підходу в процесі товарообміну беруть участь виробники, споживачі, фінансово-кредитні організації, органи державного та недержавного регулювання економіки, організації інфраструктури ринку, постачальники, дистриб'ютори та ін., які розглядаються як активні учасники ринку, рівні партнери; усі сторони повинні діставати вигоду від взаємовідносин, які координуються в часі та просторі.

Враховуючи те, що маркетинг взаємовідносин є пріоритетною концепцією управління підприємством, ми розділяємо думку британських авторів П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок, які визначають його як загальне намагання всіх співробітників підприємства відшукати всіх споживачів, вияснити, хто вони, і підтримувати взаємовідносини між підприємством і цими споживачами настільки довго, наскільки вони є взаємовигідними [7, с. 24].

Таким чином, на зміну концепціям, що ґрунтувались на масовому маркетингу, прийшла стратегія цільового маркетингу, при якій підприємство намагається налагодити відносини не з широкими масами, а з окремими представниками цільових груп, ґрунтовно вивчаючи переваги і потреби кожного з них.

Список використаних джерел:

1. Мальченко В. М. Маркетинг послуг: [навчальний посібник] / Мальченко В. М. – К. : КНЕУ, 2006. – 360 с.
2. Abratt R. Relationship marketing in private banking in South Afrika / R. Abratt, J. Russel // International Journal of Bank marketing. – 1999. – Vol. 17, 1. – P. 5 – 19 с.
3. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications / C. Gronroos // European Journal of Marketing – 1991. – № 4. – Pp. 36–44.
4. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии : как создать, завоевать и удержать рынок / Котлер Ф. ; пер. с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. – М. : ООО «Изд-во «АСТ», 2000. – 272 с.
5. Zeithalm V.A. Services marketing / Zeithalm V.A., Bitner M.J. – N.Y. : McGraw-hill, 1996. – 43 p.
6. Gummesson E. Total relations marketing: marketing strategy moving from the 4 Ps – product, price, promotion, place – of traditional marketing to the 30 Ps – the thirty relationships – of a new marketing paradigm / E. Gummesson. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. – 350 p.
7. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. ; пер. с англ. В. Егорова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 512 с.

Уляна Андрейчук, к.е.н.,

Прикарпатський факультет Львівського державного університету
внутрішніх справ, м. Івано-Франківськ

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІЇ КОНТРОЛЮ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У системі податкового менеджменту важливе місце посідає контроль. Ця функція виявляється у зіставленні фактичних сум податкових надходжень з потребами держави у фінансових ресурсах і, на цій основі, зміни податкових ставок і бюджетної політики. З допомогою цієї функції оцінюється раціональність, збалансованість податкової системи, контроль за фінансово-господарською діяльністю організацій і громадян, а також за джерелами доходів і витрат [1]. Через контрольну функцію оподаткування виявляється необхідність внесення змін у податкову систему і бюджетну політику. Здійснення контрольної функції податків, її повнота певною мірою залежить від податкової дисципліни, яка полягає у тому, щоб платники податків своєчасно і в повному обсязі сплачували встановлені законодавством податки [2].

Необхідність податкового контролю визначається об'єктивними та суб'єктивними причинами. До об'єктивних належать:

- нестабільне податкове законодавство, зокрема серйозні коригування торкались стосовно таких основних законів, як Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» і «Про податок на додану вартість»; тільки у 1995 р. було видано близько 100 роз'яснень і уточнень щодо ПДВ;

- нечітке формулювання чинного податкового законодавства, через що багато методичних вказівок вступають у суперечність із законами, що не дає змоги однозначно прийняти рішення щодо розрахунку податку.

До суб'єктивних належать:

- ненавмисні помилки платників податків при розрахунку сум платежів;

- низька податкова дисципліна платників податків;

- некомпетентність працівників як підприємств (податкові менеджери, бухгалтери), так і податкових органів [3].

Своєчасна і правильна сплата податків – один із найважливіших обов'язків громадян. Не випадково навіть церква у розвинутих країнах додала ще одну заповідь: «Не ухиляйся від сплати податків». Зауважимо, що деякі історики дотримуються думки про зникнення Стародавнього Риму в зв'язку з несплатою податків: обурене багатством імператорів і несправедливістю податкової системи населення стало ухилятися від сплати необхідних для існування держави податків. Не отримуючи платні, легіонери не захотіли захищати державу, і дикі орди знищили колись процвітаючу рабовласницьку цивілізацію.

Хоча турбота про бюджет є завданням кожного громадянина, однак бюджет України недораховує значних сум через несвоєчасну і неповну сплату податків. Найчастіше несплата податків зустрічається у сфері обігу та реалізації товарів, а також при здійсненні різних фінансових операцій, зменшуються або взагалі не показуються нараховані дивіденди, доходи, які розподіляються між компаніями, або утримувачі цінних паперів проводять перерахунки засобів на різні рахунки тощо.

Значне податкове навантаження на фізичні особи спонукає їх до приховування додаткових заробітків. Внаслідок цього бюджет недоотримує значні податкові надходження. У західних країнах декларування стало невід'ємною складовою громадянського менталітету, а суспільна мораль орієнтована на публічний осуд тих, хто приховує доходи. Тобто, там застосовують форму оподаткування, яка стимулює до повного й відвертого декларування особистих доходів. В Україні ж культура податкових стосунків громадян із державою ще не набули належного рівня.

Водночас, недонадходження коштів до бюджету України пов'язано також із порушенням своїх повноважень працівниками податкової адміністрації. Зокрема, після проведеного газетою «Бізнес» телефонного опитування читачів виявилось, що 33 % опитаних стикались на практиці з необґрунтованими санкціями і стягненнями зі сторони податківців, причому 6 % відзначили, що це відбувається регулярно.

Зауважимо, що проблема несплати податків характерна і для інших країн, оскільки податки скрізь і завжди сплачуються без задоволення і збирати їх повністю ніколи не вдається. Так, наприкінці 80-х років у Аргентині платити податки вважалось невдалим жартом.

Розв'язання проблеми сплати податків в Україні можливе лише при орієнтації на розробку податкової системи, побудованої на зацікавленості та відповідальності сторін податкових відносин: держави і платників податку.

Список використаних джерел:

1. Катаева Л. Ф. Основы налоговой системы / Л. Ф. Катаева. – Ульяновск, 2006. – С. 7.
2. Федосов В. М. Податкова система України / В. М. Федосов. – К. : Либідь, 1994. – С. 48.
3. Система та методи контролю податкового менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: C:\Users\admin\Desktop\Докторська\3_3_

Конон Багрій, к.е.н., Олексій Гержецький,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ОЦІНКИ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Швейна промисловість є важливою структурною ланкою економіки будь-якої країни. Нормальний розвиток і функціонування цієї галузі є запорукою ефективної діяльності текстильної та трикотажної промисловості України і збереження коштів населення. Але нестабільна

суспільно-політична та економічна ситуація у країні, недосконалість податкової та банківської системи, неоднозначність законодавчої бази з питань промисловості, зношеність основних фондів створюють чимало перешкод для ефективної діяльності підприємств цієї галузі. У зв'язку з високою вартістю готової продукції швейної промисловості України порівняно з китайськими та турецькими аналогами, а особливо порівняно з одягом із «секонд-хенду» вищеперераховані галузі знаходяться у занепаді.

Актуальність вивчення даної теми обумовлюється тим, що постійний та своєчасний аналіз фінансового стану швейної промисловості є запорукою ефективного управління фінансовою стійкістю, платоспроможністю та фінансовою діяльністю таких підприємств загалом. Використання методу кластерного аналізу в процесі управління фінансовою діяльністю підприємства є ефективним аналітичним інструментом та індикатором появи кризових явищ на підприємстві.

Метою даного дослідження є узагальнення існуючого практичного досвіду застосування методів кластерного аналізу для визначення місця підприємств швейної галузі за фінансовими показниками діяльності.

Спектр сфери наукових досліджень на основі застосування методів кластерного аналізу дуже широкий. В економіці методи кластерного аналізу використовуються як інструментарій для: визначення пріоритетних напрямів розвитку регіонів; прогнозування соціально-економічних явищ; класифікації емітентів цінних паперів; вибору локальних стратегій; типологізації інвестиційного потенціалу лісозаготівельних підприємств; дослідження рівня вмотивованості працівників; прогнозування банкрутства промислових підприємств; розв'язання проблем розвитку народного господарства; сегментації ринку; аналізу фінансово-економічного стану підприємств галузей країни тощо. Загалом стає очевидним, що кластерний аналіз виступає насамперед як важливий інструмент регіонального розвитку країни.

Слід зауважити, що науковці ще недостатньо уваги приділяють застосуванню методів кластерного аналізу для розв'язання конкретних практичних проблем, які кожного дня постають перед товаровиробниками. Результати таких досліджень знайшли своє відображення у працях М.А.Бабича, А.В.Вороніна, С.С.Гаркавенко, Г.М.Квіти, А.С.Лавренка, Л.М.Попової, О.В.Стукача та ін.

Кластерний аналіз є багатовимірною статистичною процедурою, яка передбачає збір даних, що зберігають інформацію про вибірку об'єктів, та упорядкування об'єктів у порівняно однорідні групи [1, с. 518]. Проаналізувавши спеціальну літературу щодо напрямів використання кластерного аналізу у практичній діяльності господарюючих суб'єктів ринку, було встановлено, що сфера використання цього методу є доволі поширеною [2, с. 7–12].

Саме за допомогою кластерного аналізу можна виявити основних лідерів та аутсайдерів швейної промисловості України, він сприяє спрощенню проведення заходів щодо аналізу та діагностування стану підприємств-конкурентів іншими багатовитратними методами аналізу.

Також використання кластерного аналізу є основою для подальшого проведення SWOT-аналізу кластерів з метою виявлення переваг та недоліків кожного кластера підприємств окремо.

Нами запропоновано групування швейних підприємств за трьома фінансовими показниками: коефіцієнтом автономії, коефіцієнтом поточної ліквідності, коефіцієнтом оборотності активів за допомогою програми STATISTICA. Для класифікації підприємств за допомогою кластерного аналізу був запропонований метод k-середніх з використанням евклідової метрики.

За результатами кластерного аналізу отримано три групи: до першого кластера увійшли підприємства, що мають високий рівень значення фінансових показників; другий кластер утворили підприємства із середнім значенням показників; третій кластер – це підприємства з низькими показниками фінансового стану.

Кластерний аналіз є універсальним економіко-математичним методом і в економіці його можна використовувати, ґрунтуючись на множині ознак, у складі яких можуть бути такі показники, як розмір підприємства (чисельність працюючих), знос основних засобів, орієнтація підприємства на виготовлення чи реалізацію продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, наявність міжнародних сертифікатів якості (ISO), виявлення потенційних конкурентів, аналіз зарубіжного досвіду, проведення моніторингу проектної законодавчої бази. Це дає змогу отримати кластери – однорідні групи підприємств, кожен з яких тими чи іншими характеристиками відрізняється від представників другого кластера.

Цілі використання та впровадження кластерного аналізу можуть бути також дуже різноманітними: від виявлення потенційних конкурентів до впровадження маркетингової стратегії. На нашу думку, у даному випадку кластерний аналіз виконує роль індикатора. Тобто перехід підприємства з кластера підприємств-лідерів до менш стабільного кластера сигналізує керівництву про занепад фінансової діяльності або загрози появи кризових явищ. Упровадження використання кластерного аналізу в службі контролінгу або фінансовому відділі дозволить запобігати кризовим явищам на ранніх стадіях та завчасно приймати ефективні управлінські рішення.

За результатами проведеного аналізу спеціальної літератури з питань узагальнення досвіду використання методів кластерного аналізу у виконанні практичних завдань в економічній сфері діяльності підприємств можна зазначити, що:

а) кластерний аналіз як ефективний спосіб класифікації об'єктів за їх ознаками добре зарекомендував себе в усіх сферах суспільної діяльності;

б) доцільно дотримуватися певної послідовності у проведенні кластерного аналізу, яка містить такі етапи, як: відбір вибірки для кластерного аналізу (наприклад, перелік товарів під час сегментування ринку за параметрами продукції або вибірка сукупність споживачів під час сегментування ринку за споживачами); визначення множини критеріїв (ознак), за якими проводиться кластеризація (сукупність кількісних, рангових або якісних змінних, яка найкраще відображає подібності); визначення відстані та міри подібності, до якої зараховують коефіцієнт кореляції, міру відстані (відстань Махаланобіса, звичайна Евклідова відстань, «зважена» Евклідова відстань);

в) відкривається реальна можливість застосування сучасних методів кластерного аналізу не тільки для виявлення проблемних ситуацій, але й для оцінювання ефективності функціональних сфер діяльності підприємств швейної промисловості, що забезпечить синергетичність очікуваних результатів.

Список використаних джерел:

1. Бабич М. А. Застосування кластерного аналізу для оцінки підприємств газової промисловості України за показниками фінансового стану / М. А. Бабич // Управління розвитком. – 2012. – №19(140). – С. 157–160.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для вузів / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
3. Лавренко А. С. Кластеризация в задачах ассортиментного планирования в торговых сетях [Электронный ресурс] / А. С. Лавренко // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 5 (29). – Режим доступа : <http://uecs.mcniip.ru>

Галина Васильченко, к.е.н.,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,

Сергій Васильченко, к.е.н.,

Прикарпатський національний університет ім. В.Стефаника,

Василь Гречаник, к.т.н.,

Івано-Франківська обласна спілка науковців та інженерів,

м. Івано-Франківськ

ТЕХНОЛОГІЯ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Міжнародний рух капіталу, як прояв глобальної економіки, виступає сьогодні важливим фактором росту національних економік всіх країн – як експортерів, так і імпортерів капіталу. Якщо до середини 90-х років ХХ сторіччя щорічні глобальні прямі іноземні інвестиції (ПІІ) не досягали і 0,5 трлн. дол. США і можна було нехтувати таким чинником економічного росту через їх незначні обсяги, то з початком ХХІ століття глобальні потоки ПІІ зростали дуже стрімко, досягши в 2010 році 1,122 трлн. дол. США. За оцінками ЮНКТАД у 2011 році, потік ПІІ склав 1,525 трильйонів доларів США [1, с. 344]. Для економіки України

можливості економічного росту обмежені наявними виробничими ресурсами, а процеси нагромадження капіталу вимагають значного часу. Це ж стосується і фактора якості ресурсів (технології, інновації, людський капітал тощо). У випадку ж припливу потоку прямих іноземних інвестицій (ПІІ) такі обмеження зникають доволі швидко [2, с.23].

Конкуренція за інвестиції, в умовах глобальної економіки виходить за межі країни і локалізується на рівні кластерів економіки. Кластерна локалізація прямих іноземних інвестицій залежить від вміння формувати місцеві конкурентні переваги, які трансформуються в чинники регіонального та місцевого розвитку. Для того, щоб діяльність із залучення інвестора до певного кластеру була успішною, необхідно добре розуміти: 1) мотиви його поведінки і 2) технологію процесу прийняття рішення про розміщення інвестицій. Можна виділити чотири групи мотиваційних факторів, які впливають на прийняття рішення іноземного інвестора щодо вкладання інвестицій в певний кластер економіки. Перша група мотиваційних факторів спрямована на пошук дешевих ресурсів та активів, друга – пошук близьких та вигідних ринків збуту продукції, третя мотивується пошуком загальної ефективності, а четверта – пошуком інтелекту та знань [3, с. 8]. Для України, на жаль, характерні в кращому випадку 1-а та 2-а група мотиваційних факторів вкладання прямих іноземних інвестицій. До того ж аналіз географії збуту продукції підприємств з іноземними інвестиціями засвідчує, що продукція такого інвестора часто орієнтована на внутрішній ринок. Нестача або відсутність вітчизняного аналогу такої продукції гарантує іноземному інвестору місцевий ринок збуту, в кращому випадку – експорт в країни СНД. Це свідчить про низькі стандарти якості продукції цих підприємств та недостатню їх конкурентоспроможність на європейських ринках. Прямі іноземні інвестиції в українській економіці шукають дешеві місцеві ресурси. Мотивом їх поведінки часто є економія, яка утворюється від порушення технологій, екології, норм безпеки продукції, яка загрожує майбутніми втратами для країни, але є можливою через недалекоглядність політиків та корумпованість бюрократів, непрозорість та заплутаність дозвільних процедур, процедур ліцензування чи сертифікації.

Конкурентоспроможність української економіки значно зростає і країна отримує переваги, якщо зможе залучити таких інвесторів з інших країн, мотивом поведінки яких у процесі прийняття інвестиційних рішень будуть фактори третьої та четвертої групи. Прихід таких інвестицій в економіку України залежить від сприятливості ділового клімату і від наявності відповідного кластера для розміщення інвестицій. Процес прийняття рішення про розміщення інвестицій в іншій країні є досить складним і багаторівневим (рис.1). Кожен з рівнів складається із складних послідовних та паралельних ланцюжків процесу, що

базуються на різноманітних оцінках, дослідженнях, розрахунках та прийнятті рішень.

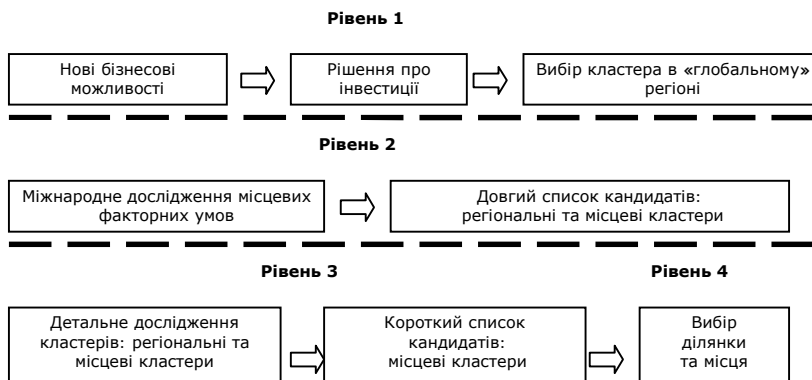


Рис. 1. Процес ухвалення рішення щодо розміщення інвестиції

Прийняття рішення про розміщення інвестицій визначається умовами конкуренції, появою нових можливостей розширення бізнесу та пошуком додаткових прибутків. Загалом фактори, що впливають на прийняття рішення на першому та другому рівнях, відносяться до категорії «міжнародних» (політична та фінансова стабільність, корупція, передбачуваність, відстань до оточуючих ринків, кращий доступ споживачів, потенціал розвитку, історичні переваги, кваліфікація та навички робочої сили, транспортний доступ, сировина, рівень можливих бізнес-втрат, регулювання ринку, система оподаткування, якість життя, державні гарантії та стимули).

Для прийняття остаточного рішення менеджери проекту хочуть мати повну і детальну інформацію про об'єкт та доступ до нього: розмір, форма, місце розташування ділянки, обмеження та можливості розвитку, технічні перешкоди чи полегшення, наявні споруди, топографія, підведені комунікації, комунальна інфраструктура, готовність земельної ділянки, схема комунікацій, відстані до населених пунктів, автодоріг, транспортних та інфраструктурних мереж, під'їзди до ділянки, якість дорожнього покриття, обмеження щодо ваги, висоти та тиску транспорту, доступ вантажівок, доступ спеціальної будівельної техніки, особливі щоденні або сезонні обмеження, залізничний доступ до об'єкта, найближчі міжнародні автомобільні траси, найближчий внутрішній та міжнародний аеропорт, маршрути громадського транспорту. Не менш важливою є група питань, що стосується власності та вартості об'єкта, процедури отримання землі та дозволів будівництва (власник, умови отримання власності, ринкова ціна, процедура викупу, оренда, договірні умови та тривалість переговорного процесу,

призначення об'єкта, необхідні дії для зміни призначення землі на промислове, процедури отримання дозволів на будівництво, тривалість та їх вартість, наявність третьої сторони, що претендує на дану територію, можливі конфлікти.

Отже, прийняття рішення щодо розміщення інвестицій визначається ланцюжком чинників, які формуються географією розташування, національною економікою та державною політикою країн і впливають на вибір кластеру «глобального регіону». Відбір до короткого списку здійснюється за безпосередньої участі інвестора, який досліджує кілька відібраних кластерів, проводить переговори з представниками місцевої влади, вивчає місцевий інвестиційний клімат.

Список використаних джерел:

1. UNCTAD Handbook of Statistics / United Nations Publications. – New York, 2012.
2. Васильченко С. М. Прямі іноземні інвестиції та регіональна конкурентоспроможність/ С. М. Васильченко // Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Соціально-економічний розвиток і якість життя населення регіону», м. Івано-Франківськ. – Ів.-Франківськ : Видавець Віктор Дяків, 2013.
3. Васильченко Г. В. Технології залучення прямих іноземних інвестицій // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – №16. – С. 5–10.

Оксана Верстяк, к.е.н.,

Чернівецький-торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РИНКУ ЯК ОДНОГО З ВАЖЕЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Зниження світової економічної активності відчутно позначилося на уповільненні динаміки світової торгівлі. Серед основних чинників, що зумовили таку динаміку, – стагнація економік розвинутих європейських країн та уповільнення темпів економічного зростання країн, що розвиваються.

Очікування учасників фінансових ринків щодо можливого скорочення монетарних стимулів ФРС США разом з позитивною інформацією щодо стану економіки США сприяли зміцненню курсу долара США відносно інших провідних валют. Індекс НЕОК (рис. 1) долара США у червні досягнув максимального рівня з липня 2012 року (+1,1% у середньому за квартал). Темпи укріплення НЕОК долара США уповільнилися в липні до 0,3%. У серпні 2013 р. індекс долара США знецінився на 1,6% порівняно з липнем (у середньому за період) у зв'язку з надходженням позитивних даних щодо розвитку економіки країн Єврозони [2].

Курс євро знецінився відносно долара США на 1,0% – до 1,3065 дол. США за євро в середньому за квартал, курс російського рубля – на 4,0% – до 31,6 руб. за дол. США за одночасного знецінення відносно бівалютного кошика. Тенденція до знецінення курсу рубля продовжилася в наступні місяці 2013 р. (3,6% та 0,8% у липні та серпні відповідно) (рис. 2).



Рис. 1. Індеси НЕОК гривні та долара США (12.1999=1), 2009–2013 рр.*
* Джерело: ФРС США, власні розрахунки

Після оголошення Б. Бернанке планів ФРС щодо згортання програми кількісного пом'якшення ФРС США (22 травня 2013 р.) посилюється вплив капіталу з нових ринкових економік.



Рис. 2. Курси євро та російського рубля до долара США (в середньому за період)*
* Джерело: ThomsonReutersDatastream за даними IFS

Знецінення вартості фінансових активів ринків, що розвиваються, прискорилося і набуло загального характеру. Вартість запозичень для нових ринкових економік підвищилася. У серпні нестабільність поширилася на валютні ринки нових ринкових економік [3]. Премія за ризик для України за індексом EMBI+ суттєво зросла – у середньому за II квартал 2013 р. порівняно з попереднім кварталом на 77 б. п. (на 58 б. п. за свопами на суверенний дефолт). Стрімке зростання цього показника продовжилось в липні (на 55 б. п.) з певною коррекцією у серпні (на -11 б. п.). Зростання премії за ризик за свопами на суверенний дефолт становило відповідно 67 та 25 б. п. (рис. 3).

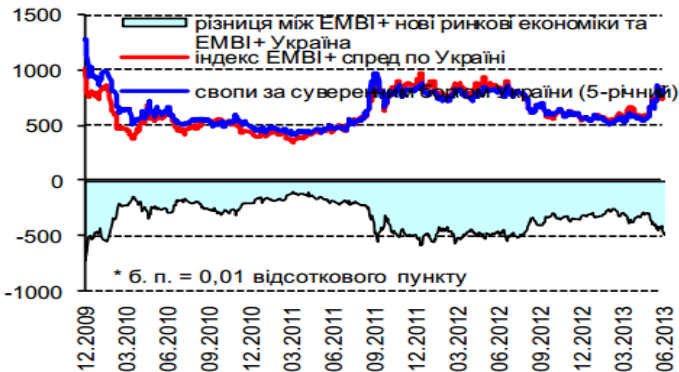


Рис. 3. Динаміка премії за ризик для України, б. п., 2009–2013 рр.*

* Джерело: Cbonds, ThomsonReutersDatastream.

На світових товарних ринках ціна сталі знизилася на 6% у середньому за квартал, приблизно до рівня початку 2010 року, в умовах погіршення перспектив світового економічного розвитку та слабого попиту. Ціна нафти знизилася відповідно на 8,7%, пшениці – на 2,4%. У той же час з кінця червня 2013 р. зростання ціни на сталь відновилось одночасно з підвищенням цін на нафту. Цьому сприяло підвищення довіри інвесторів до економіки Китаю, у той час як підвищення цін на нафту обумовлено геополітичною нестабільністю на Близькому Сході та Північній Африці (рис. 4).

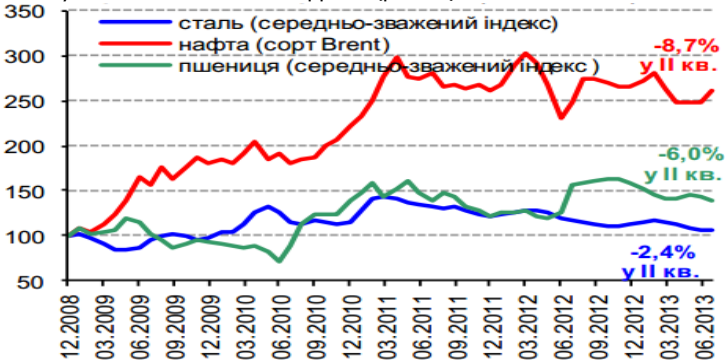


Рис. 4. Вартість сталі, нафти, пшениці (12.2008=100)*

* Джерело: IMF, CRU, власні розрахунки

Таким чином, у 2012 році зберігся низхідний тренд розвитку світової економіки. Економіка країн зони євро вдруге з початку кризи увійшла в рецесію: скорочення ВВП порівняно з попереднім роком становило 0,6%. Темп приросту економіки Росії уповільнився у 2012 році до 3,4%, Китаю – до 7,8% (найнижчий приріст за період із 1999 року). Низькі

базові процентні ставки та застосування традиційних і нетрадиційних інструментів регулювання ліквідності дозволили зупинити негативну тенденцію до скорочення балансів фінансових установ та стабілізувати фінансові ринки.

Список використаних джерел:

1. Богданова Т. Г. Джон Хей та американо-англійські відносини в Китаї (1897–1900): автореф. дис... канд. іст. наук : 07.00.02 / Т. Г. Богданова ; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2010. – 20 с.
2. Мороз А. М. Національний банк і грошово-кредитна політика. Частина 1 [Електронний ресурс] / А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна. – Режим доступу: ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/18/35/
3. Пухтаєвич Г. О. Аналіз національної економіки [Електронний ресурс] / Г. О. Пухтаєвич. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/93/6450.html>

Елена Дубровская,

УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, Республика Беларусь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

Анализируя финансово-хозяйственную деятельность организаций, можно отметить, что их функционирование сопровождается многочисленными финансовыми рисками, усиливающими свое влияние в условиях рыночной экономики. Особенно ярко глубина и последствия финансовых рисков проявляются, при значительном преувеличении возможностей современных финансовых инструментов управления рисками.

Финансовые риски влияют на результаты финансовой деятельности и финансовую стабильность организаций, ограничивают их деловую активность, источники финансирования. Поэтому разработка общей теории финансовых рисков, определение форм и методов их минимизации - одна из актуальных задач финансового управления. Сформулируем и обоснуем основные положения, характеризующие общее в теории финансовых рисков и необходимые для их понимания взаимосвязи.

1. Финансовый риск нельзя полностью устранить. Данное положение прямо вытекает из общеизвестной и базовой для финансовой теории концепции взаимосвязи «риск-доходность». Согласно этой концепции, которая имеет очевидные эмпирические доказательства, отсутствие финансового риска приводит к реализации формулы: *no risk - no money*, т. е. элиминирование финансовых рисков возможно лишь вместе с отказом от дохода по финансовым сделкам.

2. Финансовый риск измеряется определенной вероятностью. Данное положение свидетельствует, что финансовый риск может выступать в качестве вероятности потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности, [1, с.14].

3. Финансовые риски субъектов хозяйствования порождаются проводимой ими трансформацией активов в качестве финансовых посредников. Риск неизбежно сопутствует деятельности финансового института, в силу самой специализации в рыночной экономике. Как известно из теории финансового посредничества, принятия на себя рисков – одна из основных функций финансовых институтов, [2, с.195].

4. Все существующие формы и способы хеджирования на деле означают лишь трансформацию одного вида риска в иной (как правило, в кредитный риск) и (или) диверсификацию рисков между большим количеством участников. Рассмотрим основные инструменты хеджирования (форвард, фьючерс, своп, опцион) для подтверждения выдвинутого положения.

Форвардные контракты предназначены для хеджирования рыночного риска. Однако при возможно успешном покрытии процентного или валютного риска сторона, заключившая контракт, неизбежно сталкивается с риском неисполнения обязательства, со стороны контрагента, т. е. с кредитным риском.

Такая же ситуация с внебиржевыми опционами и свопами: соответствующий хеджируемый рыночный риск трансформируется в кредитный риск.

В случае биржевых инструментов хеджирования финансовый риск полностью не устраняется: получая эффективную защиту от рыночного риска, участник торгов сталкивается с кредитным риском, распределенным (диверсифицированным) среди большого числа «контрагентов». Сама фирма участвует в снижении общего уровня кредитного риска своей первоначальной и вариационной маржей, необходимой для допуска к торгам. Однако указанная диверсификация не устраняет «остаточного» кредитного риска биржи в целом. Это доказывают случившиеся банкротства бирж, а также наличие в правилах биржи права приостанавливать торги на значительные периоды времени.

5. В основе практически всех видов риска лежит кредитный риск.

Для подтверждения положения, рассмотрим четыре основных вида финансового риска: ликвидности, рыночный, процентный и валютный.

Риск ликвидности наиболее очевидно определяется кредитным риском. Это вытекает из определения ликвидности как степени покрытия обязательств соответствующей срочности активами сопоставимой ликвидности. Определяется как отношение суммы ожидаемого притока денежных средств за определенный период к ожидаемому оттоку денежных средств за тот же период. Чем ниже это отношение (меньше 1), тем выше признается риск ликвидности.

По мнению автора, риск - это вероятность неблагоприятного исхода. Чем определяется вероятность неблагоприятного исхода в случае ликвидности? Логика и математическая формула подсказывают, что эта

вероятность определяется, в свою очередь, тремя вероятностями: 1) неисполнения обязательств контрагентами по ожидаемым притокам денежных средств; 2) неисполнения обязательств со стороны контрагентов по неиспользованным (резервным) линиям; 3) «востребования» ранее привлеченных средств, т. е. денежных оттоков в пользу соответствующих контрагентов.

Как видно из перечисленного, первые две вероятности соответствуют классическому определению кредитного риска. Кредитный риск - это возможность возникновения убытков вследствие неоплаты или просроченной оплаты должником своих финансовых обязательств. Кредитному риску подвергается как кредитор, так и кредитозаемщик. Под кредитным риском понимают возможность того, что компания не сумеет погасить свои долги вовремя и полностью, [3, с.102]. Но и третья вероятность фактически представляет собой модифицированный кредитный риск. Действительно, чем серьезнее финансовые проблемы у контрагента, тем вероятнее востребование ранее размещенных средств из финансового института и меньше вероятность их возврата в виде притоков в обозримом будущем.

Можно утверждать, что и рыночный риск, определяемый как вероятность потерь в силу неблагоприятного движения рыночных цен на финансовые активы, порождается кредитным риском. Ведь финансовые активы являются по своей природе требованиями к контрагентам. Финансовые требования к контрагенту обесцениваются, когда возрастает вероятность того, что указанные требования не будут исполнены в полном объеме. Следовательно, одним из главных факторов, определяющих движение цен на отдельные финансовые активы, является кредитный риск соответствующего контрагента.

Процентный риск, в узком определении понимаемый как вероятность потерь в силу неблагоприятного движения процентной ставки, порождается несовпадением активов и капитала и обязательств субъекта хозяйствования, чувствительных к процентной ставке, выглядит как независимый от кредитного риска. Но на самом деле это не так. Проанализируем, почему в экономике растут процентные ставки? При всем искажающем воздействии регулирования со стороны властей рост процентных ставок определяется растущим спросом на деньги, причем спросом как частным, так и государственным. Государственный спрос, как правило, определяется наличием и ростом дефицита государственного бюджета, что свидетельствует о росте кредитного риска данной страны. Но и частный спрос также означает кредитный риск, даже если он вызван реализацией важных, перспективных и потенциально прибыльных инвестиционных проектов. Ведь эти проекты еще только будут реализованы и еще только потенциально прибыльны, а долговая нагрузка на соответствующие компании растет уже сейчас,

следовательно, кредитный риск объективно возрастает.

Наконец, валютный риск, который определяется нами как вероятность потерь в силу неблагоприятного движения обменного курса соответствующих валют, порождаемых несовпадением активов и капитала и обязательств в соответствующих валютах. Если движение валютных курсов определяется движением процентных ставок, а в основе движения процентных ставок лежит кредитный риск, следовательно, и валютный риск, определяется кредитным риском.

Таким образом, все рассмотренные виды финансовых рисков являются производными от кредитного риска. Однако, каждый из них имеет собственные частные факторы, определяющие их уровень. Все существующие способы и формы снижения риска означают лишь трансформацию одного риска в другой или диверсификацию рисков между собой.

Список использованных источников:

1. Грабовый, П.Г. Риски в современном бизнесе: учеб.пособие для вузов / П.Г.Грабовый. – М.: Аланс, 1994. – 150 с.
2. Чернова, Г.В. Управление рисками: учеб.пособие для вузов / Г.В. Чернова, А.А. Кудрявцев. – М.: Питер, 2007. – 245 с.
3. Васин, С.М. Управление рисками по предприятию: учеб.-метод. пособие для вузов / С.М. Васин, В.С. Шутов. – М.: Высш.шк., 2010. – 290 с.

Антоніна Каспрук,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ МАЙНА В УКРАЇНІ

Як засвідчує історичний огляд, страхування майна є обов'язковим елементом кожної економічної і соціальної системи суспільства. Без розвинутої системи страхування економіка успішно функціонувати не може. В державах з розвинутою ринковою економікою майнове страхування займає стратегічну позицію, яка визначається тим, що воно надає гарантії поновлення порушених майнових інтересів у випадку непередбачуваних природних, техногенних та інших явищ, позитивно впливає на зміцнення фінансів держави. Воно не тільки звільняє бюджет від видатків на відшкодування збитків при настанні страхових випадків, але й є одним з найстабільніших джерел довгострокових інвестицій.

З моменту проголошення незалежності Україна зазнала багато змін, пов'язаних із соціальними перетвореннями, формуванням ринкової економіки, трансформацією всієї правової системи нашої держави.

Радикальні зміни, необхідні Україні, щоб вийти на шлях економічного розвитку, неможливі без посилення уваги до інституту страхування як соціально-економічного механізму захисту господарської діяльності від руйнівної дії стихійної лиха, нещасних випадків, несприятливих змін ринкової кон'юнктури тощо. Діяльність

господарських структур та окремих громадян пов'язана з різного роду ризиками, що визначає необхідність їхнього попередження, усунення, зменшення руйнівного впливу.

Так, наприклад, повені, урагани, землетруси, інфекційні хвороби та інші лиха можуть за короткий час знищити або пошкодити матеріальні цінності, створені за багато років. Вони, як правило, мають випадковий характер, тому можна говорити про наявність певного ризику в суспільному відтворенні матеріальних благ. Один такий випадок може позбавити особу значної частини її здобутку або навіть привести до повної злиденності.

Страхування майнових інтересів як населення, так і господарюючих структур є важливим у процесі становлення та розвитку національного страхового ринку. Адже майно населення – це невід'ємна складова національного багатства держави, джерело соціально-економічного розвитку та характеристика її економічної могутності.

Успіх діяльності кожного підприємства залежить від стану його майна. Страхування майна юридичних осіб покликане забезпечити бізнес від відчутних фінансових, економічних збитків внаслідок впливу негативних подій. Невідворотні фінансові втрати можуть порушити добре збалансований бюджет підприємства. Без здійснення страхування відновлення підприємства є доволі проблематичним.

Таким чином, майнове страхування займає найбільшу частку страхового ринку України за обсягами страхових премій та виплат, які складають більше 70%.

Ринок майнового страхування України має досі не використані резерви. В державі застраховано лише близько 10% ризиків, тоді як у більшості розвинутих країн цей показник досягає 90–95%. Частка українського страхового ринку в загальноєвропейському обсязі страхових послуг становить лише 0,05%, і це при тому, що Україна становить 7% населення Європи. Існуюча структура страхового ринку України не сприяє зміцненню соціального захисту громадян та забезпеченню внутрішніх інвестицій. Українські страховики передають іноземним страховикам (перестраховикам) до 90% страхової премії під час страхування авіаційних і морських ризиків, ризиків здоров'я людей, які від'їжджають за кордон, до 60% – за «автокаска», до 50% – під час страхування великих майнових ризиків [2, с. 40].

Основними проблемами, що перешкоджають розвитку страхуванню майна в Україні, є низький рівень доходів населення та страхової культури, зниження рівня страхових виплат компаніями, зменшення кількості укладених договорів, невиконання деякими страховиками своїх зобов'язань, вивільнення значної кількості кадрів на страховому ринку, неможливість повернення коштів страхових резервів, які були розміщені на депозитних рахунках банків, внаслідок кризи.

Перспективи розвитку майнового страхування вимагають докорінних

змін у системі підготовки та забезпечення кадрами учасників страхового ринку: збільшення чисельності працюючих на ринку страхування спеціалістів, залучення до роботи висококваліфікованих спеціалістів (сюрвеєрів, актуаріїв, брокерів, аварійних комісарів, аджастерів).

На думку маркетологів, розвиток ринку багато в чому залежатиме від розвитку роздрібного страхування. Компанії, які вже зараз почали вибудовувати агентську мережу, володіють безперечною конкурентною перевагою [1, с.112].

На сьогодні перед вітчизняними страховиками постає складне завдання стосовно нарощення обсягу та якості наданих послуг, збільшення страхових виплат населенню та юридичним особам, підвищення фінансової надійності та ліквідності своїх активів, а також формування комунікацій із споживачем шляхом його страхової освіти за допомогою засобів масової інформації.

Проблеми, що виникли перед страховими компаніями майнового страхування, пов'язані, головним чином, з тарифною політикою, управлінням резервами та інвестуванням, потребують першочергового розв'язання. Частка страхових виплат вітчизняних страховиків залишається значно нижчою, ніж у розвинених країнах.

Це стає передумовою активного пошуку ще неосвоєних ринкових ніш та вимагатиме від страховиків розробки та впровадження нових страхових продуктів, надання високого рівня сервісу.

Список використаних джерел:

1. Самойловський А. Пропозиції щодо вдосконалення страхового ринку України / А. Самойловський // Фінанси України. — 2012. — №11. — С. 106–113.
2. Кармазін В. Сучасні тенденції розвитку страхового ринку України / В. Кармазін // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». — 2013. — Вип. 7(3). — С. 37–44.

Дарія Ковалевич, к.е.н.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ЯК СКЛADOVA РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки велика увага надається соціальному захисту населення як важливій складовій соціальної політики. Право на соціальний захист громадян закріплене у ст. 46 Конституції України: громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника чи безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом [1].

Для виконання своїх обов'язків держава повинна здійснювати політику в усіх напрямках діяльності суспільства, створювати необхідні передумови для підвищення рівня економічного розвитку держави

загалом і окремих регіонів, культури і спорту, здоров'я нації, обороноздатності країни. Відповідно, однією з найважливіших складових державної політики є її соціальна політика, тобто система заходів, спрямованих на забезпечення всіх верств населення необхідними умовами для їх нормального життєзабезпечення, умовами відпочинку, реалізації спортивних амбіцій, постійного духовного розвитку.

Об'єктом соціальної політики є соціальні відносини, які регулюються за допомогою засобів, що знаходяться у розпорядженні основних сил суспільства, а суб'єктом – держава, політичні партії, громадські організації.

Головна мета соціальної політики в умовах ринкової економіки – зняти всі обмеження на шляху вільної економічної діяльності, дати можливість кожному працівникові, кожному трудовому колективу одержувати дохід відповідно до реального внеску в збільшення суспільного багатства, задоволення потреб суспільства та населення. За цих умов повинно відбуватися відродження людської гідності, віри в свої сили і соціальну справедливість, у свою спроможність досягти кращого життя.

Соціальні проблеми відстежуються в сфері економіки, адже рівень життя людей є одним із критеріїв оцінки ефективності економічної і соціальної політики держави. Тому серед питань, які необхідно вирішувати в першочерговому порядку, найважливішим є досягнення позитивних зрушень у зростанні добробуту людей.

Головне в соціальній політиці – створення можливостей для людей працювати і заробляти на основі об'єктивної оцінки праці.

Соціальна політика держави передбачає: регулювання соціальних відносин у суспільстві, регламентацію умов взаємодії суб'єктів економіки в соціальній сфері (у тому числі між роботодавцями і найманою робочою силою); розв'язання проблеми безробіття та забезпечення ефективної зайнятості; формування стимулів для високопродуктивної суспільної праці й надання соціальних гарантій економічно активній частині населення; створення системи соціального захисту населення; забезпечення розвитку елементів соціальної сфери (закладів освіти, охорони здоров'я, науки, культури, спорту, житлово-комунального господарства т. ін.); захист довкілля тощо [3].

Складовою соціальної політики держави є соціальний захист – система матеріального забезпечення і обслуговування громадян на випадок старості, інвалідності, хвороби, в разі втрати годувальника та в інших установлених законодавством випадках.

Соціальний захист включає в себе систему заходів, які захищають будь-якого громадянина країни від економічної та соціальної деградації не тільки внаслідок безробіття, а й у випадку втрати чи різкого скорочення доходів, хвороби, народження дитини, виробничої травми,

інвалідності, похилого віку тощо. Соціальний захист охоплює весь життєвий цикл людини, передбачаючи заходи захисту її добробуту від народження до смерті. Поряд із соціальним страхуванням і соціальною допомогою таким заходом є сімейна політика: захист прав дитини, матеріальна підтримка сімей з дітьми, рання імунізація, сприяння освіті, соціальна робота в неблагополучних сім'ях і соціальне обслуговування дітей-інвалідів. Активна політика на ринку праці сприяє ефективній зайнятості працездатного населення. Так звана гендерна політика спрямована на усунення дискримінації за ознакою статі, забезпечення реальної рівноправності жінок.

Соціальний захист слід розглядати як систему законодавчих, економічних, соціальних гарантій, що надає працездатним громадянам рівні умови для поліпшення свого добробуту за рахунок особистого трудового внеску, а непрацездатним і соціально вразливим верствам населення, насамперед інвалідам, пенсіонерам, багатодітним сім'ям, – переваги в користуванні суспільними благами, в прямій матеріальній підтримці [2].

Обсяг коштів, які спрямовуються на соціальний захист населення, залежить від фінансових можливостей держави, які визначаються обсягом валового внутрішнього продукту (ВВП) та науково-обґрунтованим оптимальним обсягом фонду споживання. Здійснюючи соціальні виплати, держава дотримується визначених параметрів. І тому за умов економічної кризи не здатна забезпечити соціальний захист населення на належному рівні. В окремих категорій громадян не вистачає коштів для забезпечення своїх сімей життєво необхідними благами. В таких умовах питанням забезпечення всім членам суспільства прав та гарантій, встановлених Конституцією України, зокрема на відповідний рівень життя, освіти, охорону здоров'я, відпочинок, повинна займатися держава як гарант виконання конституційних норм та реалізацію прав людини. Відповідно, держава здійснює комплекс заходів, спрямованих на забезпечення нормальної соціальної обстановки в країні, об'єднаних у рамках соціальної політики держави, яка покликана забезпечити всі потреби особистості.

Орієнтиром соціальної політики є людина й умови її життєдіяльності, все те, що супроводжує людину від моменту народження і протягом усього життя.

Питання соціального захисту громадян – це прерогатива державної політики. Держава вживає заходів щодо вирішення питань економічного становища і гарантій соціального захисту громадян.

Але, на жаль, сьогодні держава не має можливості, внаслідок політичних та економічних обставин, забезпечити в повному обсязі виконання програм соціального напрямку.

Однією з проблем соціального захисту є обмеженість бюджетних асигнувань на соціальні виплати, внаслідок чого встановлюється рівень

соціальних гарантій, який не відповідає положенням відповідних нормативно-правових актів.

Соціальна політика України на даний момент недостатньо розвинена. Це пов'язано з недостатністю фінансування заходів соціальної політики, оскільки розміри фінансування недостатні навіть для того, щоб забезпечити визначені законодавством розміри соціальних гарантій, що пов'язано з надзвичайно обмеженими фінансовими ресурсами бюджетів.

Соціально-економічні процеси, які відбуваються в нашій країні, свідчать про необхідність проведення відповідних заходів щодо покращення соціального захисту населення.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 р. [Електронний ресурс] / Офіц. текст. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Внукова Н. М. Соціальне страхування : навч. посібн. / Н. М. Внукова, Н. В. Кузьминчук. – К. : Кондор, 2006. – 352 с.
3. Скуратівський В. А. Основи соціальної політики : навч. посіб. / В. А. Скуратівський, О. М. Палій. – К. : МАУП, 2002. – С.187–194.

Віктор Лошенко, к.е.н.,
Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича
Оксана Лошенко,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

МОНЕТИЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій усе більшою популярністю користуються соціальні медіа. За даними Worldometers, станом на березень 2014 року кількість користувачів Інтернет у світі становить 2,9 мільярда чоловік. Більше половини людей, молодших за 30 років, тобто 96% тих, хто народився в період розвитку Інтернет-технологій, зареєстровані в соціальних медіа. До того ж кількість зареєстрованих споживачів соціальних медіа невпинно зростає [1].

Споживачі починають поступово втрачати довіру до традиційних медіа та ігнорувати їх. Усе більшого значення для них набувають рекомендації та поради друзів, знайомих та рідних. На зміну звичайній рекламі приходять такі явища, як «сарафанне радіо» («world-of-mouth»), що часто використовується в мережі Інтернет. Тому соціальні медіа можуть бути корисними не лише для користувачів, а й для підприємств як простір для просування бренду, товарів та послуг.

Сучасний етап світового розвитку визначається як перехід від індустріального суспільства до інформаційного, основним інструментом якого виступає глобальна мережа Інтернет. Інтернет все більше стає невід'ємною частиною суспільства. Це пояснюється необхідністю в задоволенні потреб людства у спілкуванні, обміні інформацією, підтримання зв'язку із близькими людьми тощо. Можливість

міжособистісної взаємодії користувачів Інтернету, наявність потреби у спілкуванні зумовили появу соціальних мереж.

Соціальні мережі, поширення та інтеграцію яких забезпечують комп'ютерні мережі, формують суть процесів становлення інформаційного суспільства завдяки власне процесам інформатизації суспільства. Соціальні мережі є інструментом, що активно формує інформаційне суспільство, зміщує фокус комунікації у бік інформаційних технологій.

Існуючі інформатизаційні процеси не тільки призвели до утворення інформаційного суспільства, але й посприяли за допомогою нових комунікаційних інструментів (соціальні мережі) акумуляції значної кількості інформації з великим економічним потенціалом. Завдяки виникненню та поширенню інструментів Web 2.0 та соціальних мереж сформувались масштабні бази даних з інформацією про більшість користувачів мережі Інтернет. Бази даних містять не тільки особисту інформацію, але й інформацію про преференції користувачів, уподобання, хобі, соціальні зв'язки тощо, тобто такі матеріали, що дозволяють ефективно використовувати важелі економічного впливу для досягнення економічного ефекту. Накопичені об'єми користувацької інформації та рівень розвитку комунікаційних можливостей соціальних мереж призвів до виникнення монетизаційних процесів.

Монетизацію можна визначити як процес конвертування будь-чого у законний платіжний засіб [2]. В контексті інформатизаційних процесів визначення монетизації можна звести до конвертування переваг використання сервісів Web 2.0, веб-сайтів, соціальних платформ у грошову форму. В деяких галузях, термін «монетизація» використовується для позначення процесу перетворення неприбуткових активів у прибуткові [2]. Також автори визначають монетизацію як «спосіб заробляння грошей за допомогою веб-сайту в соціальних мережах» [3, с.8].

В свою чергу Д.Скокко (D.Scocco) звертає увагу на той факт, що рекламні оголошення, комбіновані із змістом, як правило, отримують більш високий CTR. CPC, з іншого боку, залежить від змісту сайту. Джерело трафіку може також впливати на загальний рівень CTR. Трафік, який прибуває з пошукових машин, демонструє більш хороші показники, оскільки відвідувачі цілеспрямовано шукають щось та більше схильються до натискання на рекламне оголошення. Трафік із сайтів соціальних медіа демонструє дуже низький показник CTR, тому що ці відвідувачі технічно досвідчені і вони просто ігнорують рекламу, вважає дослідник [4].

Аналіз тенденцій розвитку вітчизняних соціальних медіа дозволив виявити перешкоди на шляху ефективного виконання монетизації: 1) низький рівень інвестування у соціальні медіа; 2) вузька спеціалізація українських соціальних платформ; 3) низький рівень зручності

користувачького інтерфейсу, низька ергономічність та мала кількість функцій, доступних користувачеві.

Таким чином, відбувається прямиий чи непрямиий вплив соціальних мереж на процес діяльності підприємств на світовому ринку, споживачі більш схильні приймати рішення на основі інформації, яку вони отримують із соціальних мереж, за умов, що інформації надходить із надійних, перевірених джерел - від друзів, знайомих, членів груп і т.д. Також, дослідження вказують, що організації отримали змогу повертати незадоволених клієнтів, споживачів та інвесторів за допомогою каналів соціальних мереж [5, с. 98]. Тому, влучна та детально розроблена стратегія використання соціальних мереж у якості інструментів підвищення ефективності функціонування повинна бути, на нашу думку, невід'ємною частиною будь-якого плану діяльності підприємства на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Worldometers: Real time world statistics (n.d.). worldometers.info. Retrieved from [сайт]. – Режим доступу: <http://www.worldometers.info/uk/> - Назва з екрану.
2. Monetization [Електронний ресурс]// Вільна енциклопедія Вікіпедія [сайт]. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Monetization>. - Назва з екрану.
3. Матвіїв М.Я. Партнерський маркетинг і монетизація у соціальних мережах.
4. Олексин Т.Я. Поглиблення процесів інформатизації та монетизації соціальних медіа в Україні / Тарас Олексин // Київ: Електронне фахове видання з економіки «Ефективна економіка». – Вип.5. -2012.
5. Сохацька О.М, Олексин Т.Я. Монетизація соціальних медіа // Науковий журнал:Журнал європейської економіки. – 2012. – Вип.3. – с.345-354.

Володимир Лук'янов, к.е.н.,

Національна академія управління, м.Київ

ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ:

СУЧАСНА ПАРАДИГМА Й КОМУНІКАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

1. Фінансова сфера і, передусім, фінансові ринки виступають визначальним глобалізаційним модератором, що здійснює всезростаючий вплив на світовий економічний простір. Водночас питання ідентифікації сучасних фінансових ринків саме в контексті визначення їх місця і ролі в процесі глобальних трансформацій є однією з найбільш актуальних щодо наукового дослідження проблем. І це зрозуміло, оскільки глобалізація як ключова парадигма й цивілізаційний феномен нинішнього століття, виступає головним чинником якісних перетворень у сучасних економіках і, насамперед, у фінансових системах.

2. Попри це, на вітчизняних теренах фінансові ринки переважно розглядаються, так би мовити, «вродзріб» і, що найбільш незрозуміло, – без необхідного кореспондування з процесами, які в даний час носять глобалізаційно-трансформаційний характер. Залишати й надалі фінансові ринки (а це сучасний мегацикл цивілізаційного розвитку) поза цивілізаційними трендами, тобто продовжувати знаходитися поза

імперативами глобальних трансформацій, означає прирікати національну економіку на хронічні ризики й системні макроекономічні кризи. Останні в Україні провокуються і утверджуються ситуацією, коли економіка звично функціонує в екстенсивному режимі, не набуває інноваційного змісту і характеру (рівень інноваційної наукоємності ВВП складає всього 0,75%), а отже не в стані вписатися в загальний трансформаційний потік цивілізаційного розвитку. Останній значною мірою генерується потенціалом сучасних фінансових ринків.

3. Нині фінансові ринки все більшою мірою і все більш масштабно виступають базовим підґрунтям геофінансової економіки. Суть останньої, як суто конвергентного явища, полягає: по-перше, в глобальному генеруванні фінансових потоків, завдяки яким відчутно згладжується аритмія фінансових ринків та меншою мірою провокуються глобальні фінансові дисбаланси; по-друге, в поєднанні універсальності і партикуляризації, інтегративності й автономності, ринкових «моторів руху» й державно-регулятивні впливів; по-третє, у відчутній ідентифікації й формалізації парадигмального тренду активізації такого трансформаційного явища, як «фінансиалізація», що є антиподом дисипативному (розпорошеному, нелінійному), гетерогенному за своїм змістом ринковому середовищу, яке спорадично генерує у світовій економіці дивергенцію, дисбаланси, бифуркацію і хаос. Водночас органічне кореспондування фінансиалізації і фінансової глобалізації зумовлює зміну домінантності державно-централізованих зв'язків і систем географічно-горизонтальними взаємозалежностями, які демонструють беззаперечні переваги над вертикально-централізованими цілями й пріоритетами. Завдяки цьому фінансиалізація стає важливим фактором і умовою досягнення конкурентних переваг у глобалізованому фінансовому просторі

4. Сучасна парадигма формування геофінансового простору передбачає фінансову універсалізацію, тобто генерацію комплексу взаємопов'язаних методів і механізмів, за допомогою яких: а) нейтралізуються тенденції відомчої ізоляції та активізується взаємодія між уповноваженими міждержавними та суверенними монетарними регуляторами; б) здійснюється важливий напрямок глобалізаційної трансформації широкого комплексу заходів з осучаснення фінансових ринків з метою їх найбільш доцільного застосування на національному й глобальному рівнях; в) перманентно формується новий масив віртуальних і водночас достатньо ліквідних фінансових продуктів, активне застосування яких зумовлює розширення функціональних параметрів фінансових ринків.

5. У наш час поглиблюється наукове розуміння фінансової глобалізації як ключового драйвера активного формування геофінансової цивілізації. Даний глобалізаційний поступ фінансової

економіки активізується завдяки електронним технологіям і, передусім, технологіям інтернет-мережових систем. Таким чином одночасно долаються географічні широти, взаємопоглинаються час і простір, відчутно скорочується розрив між появою нових фінансових продуктів і їх практичним застосуванням. Все це зумовлює глобальну трансформацію сучасних фінансових ринків, які все більшою мірою підпорядковуються «всесвітньому електронному інтелекту». Водночас зазначені парадигмальні новації несуть в собі явища «фінансової алхімії», тобто вербальних інтервенцій віртуальних фінансових продуктів, які водночас є передумовами й загрозами виникнення фінансових пірамід, а також провокування глобальних фінансових криз.

6. Виходячи з цього, набувають актуальності науково-методичні розробки щодо застосування системно-комунікативного інструментарію, завдяки чому сучасні фінансові ринки все більшою мірою демонструють ознаки глобальної «нон-сумарності», а фінансова економіка, як її атрибутивний елемент, відтворює і нарощує додатковий синергетичний потенціал. Нобелівську премію 2013 р. за вклад в дослідження фінансових ринків отримали Юджин Фама, Ларс-Петер Хансен (Чикагський університет) та Роберт Шиллер (Йельський університет). Їх наукові дослідження, здійснювані упродовж півстоліття, стали фундаментом для прикладних розрахунків, які використовуються у фінансовій практиці. Саме наукові досягнення зарубіжних аналітиків та науковців є добротним підґрунтям для пошуку шляхів і механізмів глобалізаційної трансформації сучасних фінансових ринків.

Анатолій Москальов,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОДОЛАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Монетарна політика (грошово-кредитна політика) держави спрямована на здійснення контролю за обсягом пропозиції грошей з метою встановлення цінової стабільності, сприяння економічному зростанню, дотриманню рівня безробіття населення на низькому рівні.

В Україні головним суб'єктом монетарної політики є Національний банк, який згідно із Конституцією України та Закону «Про Національний банк України» має вирішальну роль у її розробленні та реалізації.

Цілі та напрями проведення монетарної політики: викладаються в Основних засадах грошово-кредитної політики Радою Національного банку, що здійснює моніторинг проведення даної політики. Окрім цього, контроль за діями НБУ здійснює Верховна Рада, що регулярно заслуховує доповіді Голови НБУ, зокрема, щодо стану грошово-кредитного ринку в Україні.

Залежно від орієнтирів розвитку національної економіки монетарна політика може бути стимулюючою (експансивною) або стримуючою (рестриктивною).

Експансійна політика передбачає пом'якшення монетарних умов, зазвичай, зниження відсоткових ставок (або ж збільшення темпів зміни пропозиції грошей понад ustalений рівень) і використовується для подолання рецесії, оскільки призводить до зростання сукупного попиту, тобто стимулює економічне зростання та знижує рівень безробіття.

Стримуюча (рестриктивна) політика зазвичай використовується задля уповільнення інфляції через штучне «загальмування» економічного зростання, тобто регулювання темпів зростання окремих господарських сфер, галузей або територій для усунення виявлених диспропорцій і своєчасного приведення їх стану у відповідність з потребами суспільства. Інструментами проведення монетарної політики є: норма обов'язкового резервування, облікова ставка, відсоткові ставки, ставки рефінансування центрального банку, обмінний курс, жорстка прив'язка до іноземної валюти, коридор обмінного курсу, траєкторія щодо обмінного курсу, керований плаваючий курс, вільно плаваючий курс. Об'єктами, на які спрямовуються регулятивні заходи монетарної політики, є такі чинники грошового ринку, як пропозиція (маса) грошей, ставка процента, валютний курс, швидкість обігу грошей та інші фінансові складові.

Розглянемо більш детально особливості проведення монетарної політики з використанням інструментів опосередкованого впливу в Україні у 2013 році. Враховуючи мінімізацію інфляційних ризиків в Україні, застосування засобів та методів грошово-кредитної політики у 2013 році переважно спрямовувалося на сприяння розвитку реального сектора економіки та підтримку економічної політики Уряду.

Водночас проводилася системна робота, спрямована на вдосконалення роботи фінансово-кредитних механізмів розвитку. Для виконання зазначених завдань вживалися заходи у таких напрямках:

- з метою сприяння процесам відновлення економічного зростання Національний банк України послідовно реалізовував заходи, спрямовані на активізацію кредитування реального сектору економіки, у тому числі шляхом: поетапного зниження облікової ставки (розмір якої у 2013 році знижувався двічі і з 13.08.2013 становить 6,5%);

- для забезпечення фінансової системи країни від проявів зовнішніх шоків вживалися заходи щодо сприяння рівноважному розвитку валютного ринку, дедоларизації економічних відносин у країні та посилення статусу гривні як єдиного засобу платежу та заощадження, для чого посилювалися стимули для банків залучати кошти саме в національній валюті – двічі збільшувалися нормативи обов'язкового резервування за залученими коштами в іноземній валюті, тим часом як нормативи за коштами в національній валюті залишилися

на нульовому рівні;

- з метою сприяння ритмічності надходження іноземної валюти на ринок застосовувалися такі монетарні засоби, як вимога щодо обов'язкового продажу частини експортної виручки та зменшення строків розрахунків за експортно-імпортними операціями;

- для надання банкам більшої гнучкості в управлінні власною ліквідністю за рахунок оптимізації вимог до формування обов'язкових резервів ініційовано посилення контролю за безумовним виконанням усіма суб'єктами господарювання норм законодавства в частині визначення цін на товари, тарифів на послуги (у тому числі в рекламних оголошеннях) виключно в грошовій одиниці України;

- з метою створення умов для забезпечення стабільності гривні в тривалій перспективі проводилася робота щодо посилення дієвості коридору процентних ставок овернайт. Як свідчить світова практика, проведення процентної політики верхньою межею коридору процентних ставок є ставка за кредитами рефінансування овернайт, нижньою – ставка за депозитними операціями тієї самої строковості. З метою більш чіткого окреслення меж коридору процентних ставок овернайт Національний банк України із середини червня 2013 року започаткував розміщення депозитних сертифікатів овернайт. Відповідно, нижньою межею коридору ставок Національного банку України є ставка за депозитними сертифікатами овернайт, а верхньою – за кредитами овернайт під забезпечення державними цінними паперами.

Зазначені заходи Національного банку України сприяли продовженню позитивних тенденцій у розвитку грошово-кредитного ринку. Основними засадами грошово-кредитної політики на 2014 рік визначено, що реалізація грошово-кредитної політики повинна здійснюватися на засадах монетарного режиму, який базується на цінній стабільності, а саме на безумовній пріоритетності цілей цінної стабільності, орієнтації на середньострокову перспективу, відсутності зобов'язань щодо утримання на певному рівні або в певних межах обмінного курсу гривні, тісної співпраці з Урядом, прозорості діяльності Національного банку України перед суспільством, що повинне сприяти створенню умов для забезпечення стабільності гривні в тривалій перспективі та вдосконаленню роботи фінансово-кредитних механізмів розвитку.

Людмила Простебі, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Ефективна діяльність банківської системи є важливим фактором сталого економічного розвитку країни. Кризові явища в банківському секторі одразу ж позначаються й на інших сегментах фінансової

системи. На поточний момент вплив політичної кризи і рецесії в країні разом з негативними процесами в світовій економіці зумовлюють важливість підсилення банківської системи.

Політична ситуація в країні дестабілізувала банківську систему, оскільки напруга в суспільстві спонукає населення до ажіотажного попиту на валюту і зняття гривневих депозитів. Хоча зрозуміло, що ніяких глибоких економічних причин для кризи в банківській системі немає. На поточний момент спостерігаються лише негативні очікування, які реалізуються в паніці населення.

Це призвело до відпливу депозитів із банків, а курс гривні на міжбанківському валютному ринку знизився. На 28 лютого 2014 р. офіційний курс становив 998 грн. за 100 доларів США [1].

За відомим феноменом Д. Даймонда та Ф. Дюбвіга, виживання банку залежить від характеру колективних дій його вкладників – при масовому вилученні внесків банк стає банкрутом, якщо всі або більшість вкладників залишають кошти в банку, то він залишається відносно стабільним [2].

Відтік з банківських валютних депозитів населення в лютому 2014 р. досяг 1,4 млрд. доларів США на фоні хвилювань щодо можливого відтоку капіталу з країни, стану ліквідності банківської системи і чуток про можливе заморожування валютних депозитів або їх примусову конвертацію в гривню [3].

Водночас дані НБУ про ситуацію на грошово-кредитному ринку у січні 2014 р. показують, що головним дестабілізатором міжбанківського курсу гривні стали комерційні підприємства. За січень залишки грошових коштів юридичних осіб у гривнях в банках зменшилися на 10 млрд. грн., тоді як населення зняло 900 млн. грн. [4].

Великі міжнародні банки та інвестори запропонували пакет допомоги для стабілізації економіки України. Крім того, поточний рахунок може виграти від поступового відновлення міжнародної торгівлі, хоча ескалація конфлікту між Росією і Україною може болісно вдарити по торговому балансу країни в короткостроковій перспективі.

Згідно з Постановою Національного банку України від 06.02.2014 №49 «Про заходи щодо діяльності банків та проведення валютних операцій» введено обмеження за депозитами і готівковою валютою, що діють до 28 березня 2014 року. Змінено правила на валютному ринку. Зокрема, банкам заборонено купувати валюту без її фізичної поставки, а НБУ залишає за собою право обмежити участь банків на міжбанківському валютному ринку на термін від 1 дня до 1 місяця при проведенні таким банком операцій, що дають можливість маніпулювати обсягами торгів або курсом. Також заборона на дострокове погашення резидентами зовнішніх позик тепер поширюється не лише на основну суму кредитних зобов'язань, але й на інші платежі, передбачені кредитним договором [5]. Такі заходи сприятимуть стабілізації курсу

національної валюти, оскільки значно зменшать ажіотажний попит на іноземну валюту.

Важливо, що Нацбанк заявляє про свій намір надати комерційним банкам ресурсну підтримку в необхідних обсягах.

Національний банк України, починаючи з моменту загострення політичної кризи в країні, використовує інструменти підтримки ліквідності банків, а саме: постійно діючі лінії рефінансування. Ці гроші виділяються виключно для виконання банками нормативу щоденного резервування коштів на коррахунку в НБУ; рефінансування через тендери з підтримки ліквідності банків; викуп НБУ облигацій внутрішньої державної позики (ОВДП). З початку листопада 2013 року Нацбанк збільшив свій портфель ОВДП на суму 6,5 млрд. грн., у тому числі за січень-лютий 2014 року його портфель збільшився на 644 млн. грн. [4].

Отже, стан банківської системи України буде залежати від макроекономічної і політичної ситуації в країні, розвиток якої на сьогодні спрогнозувати практично неможливо. Також на банківську систему України впливатиме стан світової економіки. Не виключено, що при серйозних проблемах в материнських структурах багато банків із західним капіталом можуть відмовитися від бізнесу в Україні. Це сприятиме консолідації капіталу у банківській системі через процеси злиття та поглинання банків.

Ключовою проблемою для банківського сектора України залишаються неплатежі за кредитами. На її розв'язання банки зосередять основні зусилля.

Список використаних джерел:

1. Економічні та фінансові показники України [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36728&cat_id=45692
2. Douglas D. Bank Runs, Deposit Insurance, and Liquidity / Douglas Diamond, Dybvig Philip // Journal of Political Economy. 91:401–19. – 1983.
3. Валютний ринок стабілізується в найближчі місяці – банкіри [Електронний ресурс] // Уніан. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/finance/895655-valyutnyi-riнок-stabilizuyetsya-v-nayblijchi-misyatsi-bankiri.html>
4. Підтримка НБУ ліквідності банків не створювала тиску на курс гривні [Електронний ресурс]: Інформаційно-аналітичний бюлетень КМУ від 13.02.14 р. – Режим доступу: <file:///C:/Windows/system32/config/systemprofile/Downloads/2014-02-13-000000pm.pdf>
5. Про заходи щодо діяльності банків та проведення валютних операцій [Електронний ресурс]: Постанова НБУ від 06.02.2014 № 49. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0049500-14>

Віолетта Рошило, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВЛАСНИХ ДОХОДІВ БЮДЖЕТІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Згідно із Законом України «Про автомобільні дороги», одним з основних обов'язків органів місцевого самоврядування є забезпечення безперервних, безпечних, економічних та зручних умов руху транспортних засобів і пішоходів вулицями і дорогами міст та інших

населених пунктів, що передбачає здійснення поточного ремонту вулиць і доріг. З набранням чинності Податковим кодексом України відмінено податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, що призвело до втрати бюджетами місцевого самоврядування потужного ресурсу фінансування дорожнього господарства.

Для забезпечення місцевих бюджетів коштами на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах (здійснювалось за рахунок податку з власників транспортних засобів) з бюджету держави передбачено надання субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах. Її надання має за мету компенсувати втрачену частину доходів місцевих бюджетів, що не враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, внаслідок відміни податку з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів.

До бюджету міста Чернівці в 2013 році надійшло зазначеної субвенції в обсязі 14461,2 тис. грн. Порівняно з минулим роком надходження зменшились на 3613,7 тис. грн., або 20%. Частка субвенції в загальному обсязі міжбюджетних трансфертів бюджету міста склала в 2013 році 3,2%, що на 0,7% менше порівняно з 2012 роком. Проте Постановою Кабінету Міністрів України від 19.01.2011 р. №52 звужено цільове призначення субвенції і затверджено Порядок та умови надання субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на будівництво, реконструкцію та капітальний ремонт вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах. Тобто заміна слів «ремонт та утримання вулиць і доріг» словами «капітальний ремонт вулиць і доріг» обмежує можливості місцевих бюджетів із проведення видатків за визначеною у Законі субвенцією, звужує види робіт, що можуть проводитись за рахунок таких коштів, тобто зосереджує спрямування субвенції виключно на капітальних видатках. Водночас, на початку весни гостро постають проблеми саме з вирішення питань поточного ремонту вулиць і доріг. Тому необхідно унормувати питання поточного ремонту та утримання вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах, уточнити напрями використання субвенції, надати право визначення об'єктів за таким напрямом органам місцевого самоврядування.

До дорожнього фонду бюджету міста надійшло 11679,9 тис. грн., що на 14,4% більше запланованого на рік (10210,0 тис. грн.) та на 5,5% менше до уточненого річного плану (12365,0 тис. грн.), у тому числі:

- збору за першу реєстрацію транспортних засобів отримано 11379,8 тис. грн., що на 1404,8 тис. грн., або 14,1% більше затвердженого плану на рік (9975,0 тис. грн.), до уточненого річного

плану (12080,0 тис. грн.) – на 700,2 тис. грн., або 5,8% менше, зокрема збору сплаченого юридичними особами – на 182,5 тис. грн., фізичними особами – на 519,1 тис. грн. Водночас, авіакомпанією «Буковина» сплачено збору за першу реєстрацію літаків у сумі 441,4 тис. грн., що склало 100,3% до уточненого плану на рік (440,0 тис. грн.). Порівняно з минулим роком надходження зменшились на 1083,3 тис. грн., або 8,7%. Причиною зменшення надходжень до бюджету збору за першу реєстрацію транспортних засобів є зменшення ввозу на митну територію України транспортних засобів, у зв'язку з прийняттям Закону України від 04.07.2013 року №422-VII «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо сплати екологічного податку за утилізацію знятих з експлуатації транспортних засобів та вдосконалення деяких податкових норм», який набрав чинності з 01.09.2013 року.

Тому для забезпечення достатніми фінансовими ресурсами належного функціонування та розвитку дорожнього господарства на місцевому рівні доцільно зараховувати до бюджетів місцевого самоврядування частину акцизного податку з вироблених в Україні підкацизних товарів в частині нафтопродуктів.

Список використаних джерел:

1. Річні звіти про виконання бюджету міста Чернівці за 2011–2013 рр.

Лариса Руснак,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОКРАЩЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Економіка України зазнала серйозних змін, пов'язаних зі зміною форм власності та формування ринкових відносин, що також вплинуло на виникнення та розвиток фондового ринку в нашій країні.

Фондовий ринок України знаходиться на етапі вирішальних зусиль для переходу із статусу механізму обслуговування процесів перерозподілу капіталу в повноцінний сегмент економіки, який є головним мірилом розвитку та багатства країни, механізмом залучення та збереження коштів населення, засобом накопичення та перерозподілу активів від неприбуткових до прибуткових галузей та суб'єктів господарювання.

Особливу вагу набувають питання розвитку фондового ринку з огляду на процеси глобалізації, які в найближчі часи проходитиме економіка України. Необхідно врахувати національні інтереси та зберегти важелі впливу на ці процеси.

На нашу думку, доцільно було б виділити та охарактеризувати найважливіші проблеми, які склалися на ринку цінних паперів та шляхи їх вирішення в найближчий час.

1. Захист прав інвесторів.

Проблема захисту прав інвесторів є найголовнішою на фондовому ринку України. Конфлікти в акціонерних товариствах (далі АТ), обумовлені недосконалістю законодавства та хибною практикою корпоративного управління, обумовлюють недовіру інвесторів до основних фінансових інструментів фондового ринку. Як показують судові спори, найчастіше конфлікти виникають із приводу загальних зборів АТ. У судах оскаржуються питання скликання зборів, визначення кворуму, легітимність прийняття рішень, делегування повноважень, затвердження установчих документів, формування органів управління АТ. Слідом йдуть конфлікти, що стосуються господарської діяльності АТ, а саме: виплати дивідендів, проведення додаткових випусків акцій, створення дочірніх підприємств, реорганізації товариства, здійснення операцій по розпорядженню значними активами АТ, несплати послуг реєстроутримувача як засобу уникнення зобов'язань перед акціонерами. Поряд із цим значна кількість судових спорів стосується питань переходу прав власності: продажу акцій закритого акціонерного товариства та реалізації прав за цінними паперами.

Акції не виконують функції засобу залучення капіталу, їх роль зведена до засобу перерозподілу капіталу та недружніх поглинань. Емітенти акцій не зацікавлені розкривати інформацію для інвесторів, виставляти для відкритого продажу навіть невеликі пакети акцій, платити дивіденди. Тому цей інструмент фондового ринку не є привабливим для зовнішніх інвесторів. Розв'язання проблеми лежить у правовій, економічній та етичній площині.

У правовій площині проблема може бути розв'язана двома шляхами.

Перший шлях – прийняття Закону України "Про акціонерні товариства", проект якого у різних варіантах неодноразово подавався до Верховної Ради України ще з 2000 року. У ньому зацікавлені дрібні акціонери та портфельні інвестори, але цей закон не сприймається крупними акціонерами та менеджментом акціонерних товариств, які мають потужне лоббі у парламенті. Домовленостей між конфліктними групами до цього часу не вдалось досягнути. Переговори можуть бути продовжені, але передумовою їх успіху, є повне виключення з тексту законопроекту новел про закриті акціонерні товариства, акції яких за своєю суттю не є ані ринковим інструментом, ані об'єктом регулювання Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку [1].

Другий шлях – внесення термінових змін до Закону України "Про господарські товариства" з метою запобігання корпоративних конфліктів. При цьому поле для консенсусу може бути набагато ширше. Принципово потрібно: виписати процедуру скликання та проведення

загальних зборів; унеможливити розмивання та переведення капіталу без згоди всіх акціонерів; забезпечити рівне право на придбання відповідної частки нових емісій акцій за номінальною вартістю всіма акціонерами; забезпечити повний та вільний доступ до інформації акціонерного товариства всіх акціонерів; розмежувати правила функціонування відкритих та закритих акціонерних товариств.

Однак тільки це не створить в Україні ринок акцій. Якщо дійсно дбати про функціонування вільного фондового ринку у певному економічному просторі, необхідно створити правове поле для виникнення нових інституцій, які не були б обтяжені наслідками приватизації та створювались для залучення капіталу з ринку. З цією метою необхідно в нормативних документах про регулювання діяльності акціонерних товариств передбачити наступне: фіскальні стимули для функціонування акціонерного товариства, яке прийняло на себе зобов'язання підтримувати постійний двохсторонній лістинг акцій на організованому ринку; регулярне надання повноцінної інформації про свою діяльність акціонерних товариств в обсягах, що відповідають міжнародним стандартам; прийняття внутрішніх стандартів корпоративної політики, які відповідають принципам корпоративного управління в Україні [2].

До фіскальних стимулів, на погляд фахівців в галузі функціонування ринку цінних паперів, може відноситись право на інвестування до цих акціонерних товариств активів недержавних пенсійних фондів, а також надання права виходу на міжнародні ринки капіталу.

Економічною складовою процесу захисту інтересів міноритарних акціонерів є створення умов для більш широкого залучення до операцій на фондовому ринку фізичних осіб. Одним із заходів може бути встановлення на певний період пільгового оподаткування доходів, отриманих фізичними особами від операцій з цінними паперами і внаслідок володіння ними, причому тут ефективним видається прийняття гнучкої системи ставок в залежності від виду отриманих доходів – дивіденди, доходи від продажу акцій із спекулятивною метою чи від участі в інвестиційних фондах. Така система, до речі, працює у США, де діють різні ставки оподаткування.

Етична складова проблеми є також надзвичайно важливою. Слід прищеплювати культуру корпоративного управління на українських підприємствах, створюючи належні умови для інвестування коштів у їх розвиток. Потрібно, щоб власники акцій розуміли, що від якості корпоративного управління залежить вартість належних їм акцій.

Необхідно також забезпечити рівний підхід до оподаткування різних сегментів фінансового ринку і усунути дискримінацію тих громадян України, які обрали об'єктом інвестування ринок цінних паперів України. Зараз доходи від цих операцій оподатковуються по найвищій ставці порівняно з доходами від депозитів або страхових полісів.

2. Зосередження торгівлі корпоративними цінними паперами на організованому ринку та забезпечення його прозорості.

Права інвесторів гарантуються не тільки правовими засобами, але й доступністю пересічних громадян до торгових систем. Якщо банківські депозити та страхові поліси є абсолютно доступними до будь-якої фізичної особи, купити акцію чи облігацію звичайній людині надзвичайно важко. Фондовий ринок існує для невеликого кола осіб, часто можна почути про його відсутність.

Нерегульований ринок не прозорий і не ліквідний, він не виконує функцію встановлення справедливих цін. Необхідно сприяти тому, щоб купівля-продаж цінних паперів відбувалась здебільшого на регульованому (організованому) ринку і будь-яка особа повинна мати можливість на свій ризик їх купити чи продати, а торгова система повинна відповідати за виконання укладеного договору [3].

Адміністративними заходами перевести торги на регульований ринок надзвичайно важко. Це пояснюється сформованою "схемною" системою перерозподілу капіталу, від якої основні промислово-фінансові групи України не бажають відмовляться. Але якщо держава дійсно зацікавлена у функціонування прозорого фондового ринку, можна знайти шлях пошуку стимулів для зосередження торгівлі корпоративними цінними паперами на регульованому ринку. Такі стимули мають бути не адміністративними, а економічними.

Цілісна, прозора і надійна система реєстрації прав власності на цінні папери та прав за цінними паперами, виконання договорів щодо цінних паперів є необхідною умовою подальшого розвитку фондового ринку. Облік цінних паперів повинен вестися всіма депозитарними установами відповідно до єдиних правил та технологічних процедур, що відповідають міжнародним стандартам.

Реєстр власників акцій в такій системі є інструментом корпоративного управління. "Новий реєстратор" не повинен бути архіваріусом, виконувати контролюючі та інші не властиві обліковій установі функції. З іншого боку, потрібно офіційно дозволити реєстраторам бути консультантами емітентів з питань корпоративного управління (підготовка та проведення загальних зборів акціонерів, нарахування та виплата дивідендів, здійснення інших корпоративних операцій тощо).

Список використаних джерел:

1. Савченко Л.А., Касьяненко Л.М. Правові основи здійснення фінансового контролю органами державної податкової служби України: Монографія. - Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2005. - 228 с.
2. Шестак В.С. Державний контроль у сучасній Україні (теоретико-правові питання): Монографія. - Харків: Державне спеціалізоване видавництво "Основа", 2003. - 208 с.
3. Андрущенко І.Г. Державний контроль діяльності учасників фондового ринку України (організаційно-правовий аспект). Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук. - К., 2004. - 220 арк.

Марина Руснак, Юлія Липчинська,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

ПРОБЛЕМИ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

За оцінками міжнародних експертів, у наш час стан системи охорони здоров'я України є незадовільним. Це пов'язано з недостатнім фінансуванням медичної галузі зі сторони держави, відсутністю належного законодавчого регулювання медичного страхування, з низьким рівнем якості медичних послуг, застарілим медичним обладнанням, з неконтрольованим зростанням цін на медичні послуги та фармацевтичну продукцію. Добровільне медичне страхування в Україні не набуває популярності через високі страхові внески, а обов'язкове медичне страхування держава вже довгий час не може впровадити. Проблемні питання у медичному страхуванні для кожного громадянина і держави загалом є дуже актуальними і потребують розв'язання.

Дослідженням питання, щодо формування медичного страхування, як важливого елемента соціального захисту населення України, є предметом уваги таких вчених-економістів, як Т.Єфіменко, А.Сіленко, О.Виноградова, Е.Поліщук, В.Рудий, В.Черкесова, В.Черненко, Н.Бідник, В.Лехан, В.Мник та інші.

Згідно з Конституцією України, держава гарантує громадянам країни безкоштовну медичну допомогу у державних та комунальних закладах охорони здоров'я та передбачає, що охорона здоров'я забезпечується державним фінансуванням відповідних програм. Однак стан здоров'я населення на сучасному етапі розвитку оцінюється як незадовільний, про що свідчить значно нижчий показник тривалості життя порівняно із тривалістю життя населення у зарубіжних країнах. Такий негативний момент пов'язаний насамперед з проблемами у системі охорони здоров'я України. До основних можна віднести: недостатнє фінансування системи охорони здоров'я України, неефективність структури медичного обслуговування, низька якість медичних послуг та медичної допомоги, низька якість та високі ціни на фармацевтичну продукцію.

Українська медицина сьогодні фінансується лише 3,4% від ВВП. Всесвітня організація охорони здоров'я дає чіткі критерії щодо фінансування медицини – не менше 5% від ВВП. У випадку, якщо відсоток нижчий, вважається, що цієї галузі в країні не існує. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, світовим лідером за загальними витратами на охорону здоров'я є Сполучені Штати Америки, які на медицину витрачають близько 16% від ВВП [1, с. 265].

Найбільшою проблемою для держави є низька якість медичних послуг та медичної допомоги. Населення не задоволене якістю наданих їм послуг, щодня велика кількість діагнозів ставиться неправильно, у деяких випадках неправильне лікування призводить до летальних

наслідків. У державних медичних закладах обладнання застаріле. Низька якість та високі ціни на фармацевтичну продукцію – це ще одна важлива проблема. Видатки на лікарські засоби в Україні надто низькі, набагато нижчі, ніж у Польщі, а порівняно зі США чи Німеччиною – взагалі, просто мізерні. Також величезною проблемою є неконтрольованість з боку держави та медичних закладів продажу ліків, які можна придбати без рецепта, а це означає, що громадяни, не консультуючись з лікарями, самі собі ставлять діагнози і призначають лікування, а це також у подальшому призводить до небажаних наслідків [1, с. 267].

Система охорони здоров'я України вичерпала свої ресурси і потребує докорінного реформування. Медичне страхування забезпечує право громадян, які працюють, і членів їх сімей на відповідне кваліфіковане медичне обслуговування, матеріальне забезпечення у разі настання хвороби. За останні роки було підготовлено кілька законопроектів щодо обов'язкового медичного страхування, але ні один не був прийнятий. Науковці та економісти визначають різні фактори, що впливають на затримку запровадження обов'язкового медичного страхування: зі сторони держави – це неготовність медицини, дефіцит бюджету; зі сторони роботодавців – неготовність сплачувати страхові внески, бо це несе додаткові навантаження на фонд оплати праці.

Україна має обрати свою модель медичного страхування та удосконалити існуючу систему охорони здоров'я. Законодавці повинні запропонувати такий проект медичного страхування, який би надавав можливість кожному громадянину отримувати належне медичне забезпечення за помірні кошти. Держава повинна більше вкладати коштів у розвиток медичної галузі, необхідно шукати інвесторів, щоб закупити сучасне медичне технологічне устаткування для діагностики та лікування.

Список використаних джерел:

1. Бідник Н. Б. Медичне страхування в Україні / Н. Б. Бідник // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету «Львівська політехніка»; відп. ред. О. Є. Кузьмін. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – № 767. – С. 263–269.
2. Стеценко В. Ю. Обов'язкове медичне страхування в Україні: адміністративно-правовий аналіз основних законопроектів / В. Ю. Стеценко // Юридична наука і практика. – 2011. – № 1. – С. 7–77.

Тамара Стужук,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Побудова сильної та сучасної європейської демократичної держави з потужною економікою для забезпечення гідного життя кожного громадянина є стратегічною метою розвитку України, яка належить до

країн з розвинутою індустріальною базою і достатньо високим ресурсним потенціалом. Проте у структурі національної економіки переважають галузі, які добувають сировину або випускають продукцію з низьким ступенем обробки для експорту, завантаження потужностей яких залежить від попиту на зовнішньому ринку. Багато підприємств інших галузей не витримують конкуренції навіть на внутрішньому ринку. Українська економіка не зможе забезпечити достойний добробут громадян, якщо залишатиметься поза світовим конкурентним середовищем, Національна економіка повинна зайняти достойне місце у конкурентному глобальному ринку. Це єдиний шлях для підвищення добробуту громадян до рівня економічно розвинутих держав світу. Програмою економічних реформ передбачено проведення структурних змін в економічному та соціальному житті країни шляхом підвищення ефективності державного управління, модернізації базових галузей економіки, формування сприятливого економічного середовища для розвитку бізнесу та приватної ініціативи [1].

Процеси глобалізації і посилення міжнародної конкуренції змінюють систему організації виробництва, використовуючи наявні переваги спеціалізації та кооперації. У багатьох розвинених країнах активно створюються кластери як запорука розвитку регіональної та державної економік. Так, у країнах ЄС реалізується велика кількість проектів, спрямованих на розвиток кластерної політики – системи державних і суспільних засобів та механізмів підтримки кластерів та кластерних ініціатив, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності регіонів, підприємств, що входять в кластер, розвиток інститутів, що стимулюють формування кластерів, а також впровадження інновацій [4].

Економіка, що формується на основі кластерів, – це модель конкурентоспроможної та інвестиційно привабливої економіки, що забезпечує високий рівень та якість життя населення. Кластер – галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону. Саме на регіональному рівні створюються економічні комплекси, які тісно пов'язані з природними, демографічними та соціальними особливостями регіонів і які можуть мати не тільки національне, але і світове значення. Регіональні і муніципальні кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих підприємств, організацій, фірм та інших суб'єктів господарювання у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій, які функціонують в певних галузях і конкурують між собою, але разом ведуть спільну діяльність [3].

В Україні однією з основних організаційних проблем у розвитку кластерів є відсутність скоординованої державної політики та єдиного державного органу, який би займався її реалізацією. Як правило, країна, яка проводить кластерну політику, має певну організацію чи установу, метою якої є розподіл фінансування, моніторинг реалізації проектів, координаторська діяльність, розробка стратегії кластеру, допомога у створенні структури кластеру, консультації тощо [2]. Тому серед проблем, які стримують зростання конкурентоспроможності національної економіки, є погіршення умов розвитку кластерної кооперації між виробництвами та скорочення використання конкурентних переваг, а саме використання переважно дешевої робочої сили та сировини як основних конкурентних переваг на зовнішніх ринках. Якщо в регіоні не створюються кластерні структури розвитку економіки, може наступити час, коли привабливість регіону для інвесторів зменшиться при одночасному підвищенні вартості виробництва, робочої сили. І причиною низького рівня інноваційної активності суб'єктів господарювання є відсутність сформованих економічних стимулів щодо залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні та модернізаційні процеси. А саме регіон повинен виступати як ключовий фактор подальшого розвитку інноваційної системи, що сприяє виходу кластерів на світовий ринок.

Незаперечним фактором є те, що фінансова політика держави – це один із вагомих факторів, що впливають на кластеризацію економіки України. До бар'єрів у кластеризації національної економіки слід віднести відсутність чіткої регіональної та локальної політики підтримки промислових кластерів. Регіональні органи влади повинні сприяти реалізації кластерної політики, забезпечуючи її фінансовою підтримкою, адже похвалення економіки регіону за рахунок його внутрішніх ресурсів є вагомим фактором підвищення конкурентоспроможності регіональної та національної економіки. Фінансова підтримка розвитку кластерів повинна також передбачатися на рівні держави через такі інструменти, як податки та кредитування.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 лютого 2013 р. №187. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-%D0%BF>
2. Василюшина Л. М. Організаційні передумови кластеризації вугледобувних підприємств [Електронний ресурс] / Л. М. Василюшина. – Режим доступу : <http://journals.uran.ua/index.php/2225-6407/article/view/15987/13573>
3. Бобровська О. Ю. Кластерна організація муніципальної економіки: від теорії до практичного здійснення [Електронний ресурс] / О. Ю. Бобровська. – Режим доступу : http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2012-5/2012_05.pdf
4. Соколенко С. О вкладе ТПП в устойчивое социально-экономическое развитие Украины [Електронний ресурс] / С. Соколенко. – Режим доступу : <http://ucluster.org/sokolenko/2010/05/o-vklade-tpp-v-ustojchivoe-socialno-ekonomicheskoe-razvitie-ukrainy/>

Ксенія Ткач,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СТАН ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОДИНИЦЬ ЗА РАХУНОК БЮДЖЕТУ РОЗВИТКУ

Рівень соціально-економічного розвитку територій є показовим результатом функціонування бюджетного механізму, що поєднує завдання державних і місцевих органів влади в аспекті розвитку підвідомчих територій. Ключову роль у соціально-економічному розвитку територій відіграють капітальні видатки, які, згідно з чинним законодавством, зосереджуються у бюджеті розвитку.

Напрямами витрачання коштів бюджету розвитку, відповідно до Бюджетного кодексу України, є: погашення місцевого боргу; капітальні видатки, включаючи капітальні трансферти іншим бюджетам; внески органів влади Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування до статутного капіталу підприємств, проведення експертної грошової оцінки земельної ділянки, що підлягає продажу, підготовка земельних ділянок несільськогосподарського призначення або прав на них для продажу на земельних торгах та проведення таких торгів; платежі, пов'язані з виконанням гарантійних зобов'язань Автономної Республіки Крим чи територіальної громади міста, розробка містобудівної документації на місцевому та регіональному рівнях [1].

На жаль, капітальні видатки зараз займають незначну питому вагу в структурі видатків місцевих бюджетів. У 2011 році їх частка в загальному обсязі видатків місцевих бюджетів склала 9,5%, в 2012 році – 6,5% [3, с. 82; 4, с. 45]. У видатках державного бюджету – 9,4% і 7,5% відповідно [3, с. 65; 4, с. 61]. При цьому вважається, що частка капітальних видатків у місцевих бюджетах повинна бути вище, ніж у державному бюджеті, як мінімум на 10-15%, оскільки істотна частина будівництва у сфері економічної та соціальної інфраструктури фінансується саме за рахунок місцевих бюджетів [2, с. 494].

У свою чергу фінансова обмеженість бюджетів розвитку місцевих бюджетів призводить до погіршення стану інфраструктури, яка утримується за рахунок коштів місцевих бюджетів, а також основних засобів бюджетного сектора органів місцевого самоврядування [5, с.186].

У наш час обсяги бюджетів розвитку незначні. За 2004–2012 роки їх частка в загальній структурі доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів) не перевищувала 15% (крім 2011 року – 15,3%).

За даними бюджетного моніторингу за 2004–2012 роки, значну частку в складі доходів бюджету розвитку складають кошти, передані із загального фонду місцевих бюджетів на підставі рішень відповідних рад: за досліджуваний період вони склали від 30,1% до 70,2%. Вагомими джерелами доходів бюджету розвитку є також надходження

від відчуження майна, що перебуває у комунальній власності та надходження від продажу землі, проте можливості цих джерел обмежені і з часом будуть вичерпані.

Дещо поліпшило ситуацію зарахування з 1 січня 2011 року до бюджету розвитку єдиного податку, надходження якого склали в 2011 році 1987,9 млн. грн., або 15,0% у структурі доходів бюджету розвитку місцевих бюджетів, у 2012 році – 4815,6 млн. грн. і 34,0% відповідно.

Враховуючи незначні обсяги бюджетів розвитку місцевих бюджетів, основним джерелом фінансової підтримки регіонального розвитку є субвенції з державного бюджету, зокрема субвенції місцевим бюджетам на виконання інвестиційних програм (проектів). Однак проголошений в Україні курс на децентралізацію бюджетної системи повинен проводитися в напрямі деконцентрації ресурсів, що передбачає забезпечення місцевих органів влади додатковими дохідними джерелами.

Оскільки бюджет розвитку є одним з основних засобів впливу на соціально-економічний розвиток територій, існує потреба у розширенні переліку надходжень до бюджету розвитку за рахунок додаткових стабільних джерел, якими можуть бути: орендна плата за користування цілісними майновими комплексами та іншим майном, що перебуває у комунальній власності, і 100 % коштів від продажу земельних ділянок несільськогосподарського призначення або прав на них, що перебувають у державній власності до розмежування земель державної та комунальної власності (крім земельних ділянок несільськогосподарського призначення, що перебувають у державній власності, на яких розташовані об'єкти, які підлягають приватизації).

Такий підхід стимулюватиме місцеві органи влади до використання власних резервів для розвитку підвідомчих їм територій, оскільки поліпшення показників розвитку не буде призводити до автоматичного припинення державної фінансової підтримки.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України: станом на 11 серпня 2013 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?Nreg=2456-17>.
2. Бюджетна система : навч. пос. / За ред. В. М. Федосова, С. І. Юрія. – К. : Центр навчальної літератури; Тернопіль: Економічна думка, 2012. – 871 с.
3. Бюджетний моніторинг : Аналіз виконання бюджету за 2011 рік / [Щербина І. Ф., Рудик А. Ю., Зубенко В. В. та ін.]. – К. : ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID, 2012. – 96 с.
4. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2012 рік / [Зубенко В. В., Самчинська І. В., Рудик А. Ю. та ін.]. – К. : ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження», USAID, 2013. – 73 с.
5. Модернізація місцевих фінансів України в умовах економічних і соціальних трансформацій : монографія / За ред. О.П. Кириленко. – Тернопіль : ТНЕУ, «Економічна думка», 2008. – 376 с.

Тетяна Томнюк, к.е.н.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ У РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Проведення структурних змін в економічному та соціальному житті України передбачає забезпечення прискорення розвитку пріоритетних галузей, сприяння позитивним структурним зрушенням національної економіки, формування сприятливого економічного середовища для розвитку бізнесу та підвищення рівня конкурентоспроможності національних суб'єктів господарювання. У контексті євроінтеграційних намірів уряду України саме підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників на європейському ринку є пріоритетним завданням короткострокової перспективи.

На думку професора Гарвардської школи Майкла Портера, висока конкурентоспроможність розвинутих країн світу базується на сильних позиціях окремих кластерів. Саме М.Портеру належить базове визначення кластеру як групи пов'язаних і взаємодоповнюючих компаній і організацій, що діють у визначеній сфері, яким притаманна спільна діяльність [1, с.258]. Кластер – це інноваційна форма самоорганізації суспільства для підвищення ефективності функціонування в умовах жорсткої економічної конкуренції.

В умовах високого рівня енергетичної залежності України постає необхідність проведення кластеризації у сфері газо-, тепло- та енергопостачання. Йдеться про підвищення рівня енергетичної безпеки за рахунок нарощування власних альтернативних механізмів тепло- та енергозабезпечення. З одного боку, механізми такої політики мають бути спрямовані на зниження енерговитрат суб'єктами господарювання через реконструкцію, заміну застарілого обладнання на енергоекономне, з іншого – на активізацію процесів з розробки і впровадження альтернативних джерел енергії.

Ефективний розвиток кластера значною мірою залежить від державної фінансової політики. Інструменти такої підтримки можуть бути прямими (через пряме державне фінансування) або непрямыми (через розробку програм розвитку, податкові пільги, податкові канікули, преференційні умови кредитування та ін.). Зазначимо, що підвищенню рівня енергетичної безпеки сприятиме кластеризація у даній сфері, що має об'єднувати зусилля у суб'єктив господарювання та держави. Кластерна форма організації вимагає взаємодії різноманітних організацій: промислових, підприємницьких структур, науково-дослідних, суспільних організацій, банківських, страхових та інших структур фінансового сектора, органів державної влади і управління.

Низку непрямих методів фінансової політики щодо стимулювання енергозбереження в Україні передбачено в Податковому кодексі [2]. Так, звільняється від оподаткування 80 відсотків прибутку підприємств,

отриманого від продажу на митній території України товарів власного виробництва за переліком, встановленим Кабінетом Міністрів України:

- устаткування, що працює на відновлюваних джерелах енергії;
- матеріалів, сировини, устаткування та комплектуючих, які будуть використовуватись у виробництві енергії з відновлюваних джерел енергії;
- енергоефективного обладнання і матеріалів, виробів, експлуатація яких забезпечує економію та раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів;
- засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів;
- устаткування для виробництва альтернативних видів палива.

Звільняється від оподаткування 50 відсотків прибутку, отриманого від здійснення енергоефективних заходів та реалізації енергоефективних проектів підприємств, що включені до Державного реєстру підприємств, установ, організацій, які здійснюють розроблення, впровадження та використання енергоефективних заходів та енергоефективних проектів.

Тимчасово, до 1 січня 2020 року, звільняються від оподаткування:

- прибуток виробників біопалива, отриманий від продажу біопалива;
- прибуток підприємств, отриманий ними від діяльності з одночасного виробництва електричної і теплової енергії з використанням біологічних видів палива та (або) виробництва теплової енергії з використанням біологічних видів палива;
- прибуток виробників техніки, обладнання, устаткування, визначених статтею 7 Закону України «Про альтернативні види палива» для виготовлення та реконструкції технічних і транспортних засобів, у тому числі самохідних сільськогосподарських машин та енергетичних установок, які споживають біологічні види палива, одержаний від продажу зазначеної техніки, обладнання та устаткування, що були вироблені на території України.

При цьому суми вивільнених коштів (суми податку, які внаслідок отримання пільги не сплачуються до бюджету та залишаються в розпорядженні платника податку) спрямовуються таким платником на створення чи переоснащення матеріально-технічної бази, збільшення обсягу виробництва (надання послуг), запровадження новітніх технологій та (або) повернення кредитів, використаних на зазначені цілі, та сплату процентів за ними.

Зазначимо, що з метою отримання позитивних ефектів від надання податкових пільг у сфері енергозбереження варто обмежити сферу надання таких пільг щодо суб'єктів господарювання, які реалізують результати своєї діяльності виключно на території України. Така позиція пояснюється тим, що здебільшого виробники альтернативних видів

палива (вугільних та дерев'яних брикетів, пелетів та ін.), користуючись податковою пільгою, реалізують такий товар на експорт. Таким чином, основна ідея щодо підвищення рівня енергонезалежності України залишається нереалізованою.

Крім того, для досягнення сильних позицій у сфері енергобезпеки України роль держави має реалізовуватися через:

- розробку і реалізацію окремих державних програм, спрямованих на пряме фінансування видатків щодо заміни газифікованих об'єктів (чи запланованих до газифікації) на об'єкти альтернативних джерел теплоенергії;
- розробку і реалізацію програм пільгового кредитування суб'єктів господарювання щодо придбання та впровадження тепло- і енергозберігаючих технологій;
- створення сприятливого інвестиційного та інноваційного середовища.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.47.11&nbreak=1>

Марія Черватюк, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОБ'ЄКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В РЕАЛІЗАЦІЇ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Нині фінансова політика спрямована на формування економічних умов ресурсного забезпечення адміністративно-територіальних одиниць та її суб'єктів господарювання. У свою чергу суб'єкти господарювання повинні забезпечити реальну самостійність та самодостатність територій.

Як відомо, адміністративно-територіальна одиниця є об'єднанням, яке містить у собі значний ресурсний потенціал, який недостатньо проявляється, оскільки має місце значне розходження рівнів його розвитку в межах країни. Тому ефективність фінансової політики як єдиного цілого поки незначна, оскільки не вдалося створити позитивний рівень єдиного фондового ринку, систему європейського типу інвестбанків, слабо розвинута внутрішня еміграція. На мікрорівні майже відсутні формування господарських блоків – кластерів, які пов'язані між собою географічним положенням і включали б суб'єкти господарювання, що взаємодоповнюють один одного в випуску кінцевої продукції. Це дало б можливість розглядати адміністративно-територіальну одиницю, всередині якої вони розташовуються, як місце нагромадження реального та фінансового капіталів, наукового, інноваційного й трудового потенціалів.

Розвиток національного господарства України в ринковому середовищі носить досить специфічний характер. Це пояснюється тим, що відбувається не просто зміна вже існуючих характерних рис господарства, а виникають нові його якості, породжені новими умовами господарювання. Саме завдяки таким трансформаційним змінам відбувається процес реституції й розвитку фінансових відносин нового типу.

Єдність теорії й практики зумовлює творчий характер наукового пізнання фінансової політики держави. Теорія не існує сама по собі. Вона – слуга практики [1, с.5–6]. Відповідно, ринкові умови господарювання не тільки обумовлюють засади фінансової політики, а й зумовлюють пошук якісно нових інструментів її впливу на розвиток адміністративно-територіальних одиниць та її суб'єктів господарювання. Адже «кожна господарська модель має свої корені, свої організаційні механізми, соціально-економічну основу, тобто свою шкалу координат, тісно пов'язану з ідеологією життя» [1, с.25].

Як відомо, системний характер економічних відносин віддзеркалює потреби та інтереси населення країни, а вартісний розподіл результатів їх суспільної діяльності опосередковують фінансові відносини. Вони розвиваються в середовищі формування, розподілу і використання вартості виробленого суспільного продукту. Тому фінансові відносини, що виникають між суб'єктами господарювання і державою, є суть вартісного забезпечення суспільних потреб та об'єктивного зв'язку суспільних потреб і суспільних інтересів. Таким чином, перед фінансовою наукою і практикою постає надзвичайно важливе завдання – розробити і впровадити якісно нові підходи щодо впливу фінансової політики на розвиток суб'єктів господарювання як первинного середовища створення вартості суспільного продукту. У його розв'язанні слід виділити два аспекти:

- обґрунтування методологічних засад розвитку фінансових відносин у системі суб'єктів ринкового господарювання;
- розробка конкретних механізмів реалізації поставлених завдань практики формування фінансових умов розвитку суб'єктів ринкового господарювання.

Перш за все це стосується регулювання перерозподілу фіскальних потоків у межах адміністративно-територіальної одиниці. Адже затвердження в законодавчому порядку вісімнадцяти видів загальнодержавних податків і зборів, на противагу п'яти місцевим, наглядно підтверджує посилену централізацію фінансових ресурсів суспільного призначення, оскільки науковою думкою доведено, що «навіть у широкому розумінні справжніх суспільних благ у технічному сенсі можна віднести 10–12% ВВП, що йдуть на фінансування цих благ [3, с. 64]». Тому домінування загальнодержавних потреб над місцевими призводить до дисбалансу умов створення валового внутрішнього

продукту, розподілу його вартості і споживання, тобто порушує його унітарну структуру. Отже, подальші теоретичні розробки мають стосуватися обґрунтування кластерного підходу до посиленої дієвості економічного механізму комплексного вирівнювання економічної та фінансової спроможності адміністративно-територіальних одиниць, що дасть змогу суттєво активізувати економічну значущість їх потенціалу, збільшити рівень прогнозованості та керованості територіального розвитку на сталі економічне зростання для задоволення як загальнодержавних, так і місцевих потреб. Орієнтація фінансової політики на кластерний підхід в організації діяльності суб'єктів господарювання в Україні є необхідною умовою відродження вітчизняного виробництва, досягнення високого рівня конкурентоспроможності та підвищення ефективності інноваційного розвитку адміністративно-територіальних одиниць.

Список використаних джерел:

1. Вознесенский Э. П. Методологические аспекты анализа сущности финансов / Э. П. Вознесенский. – М. : Финансы, 1974. – 128 с.
2. Конотопов М. В. Из тупика. Экономический опыт мира и путь России / М. В. Конотопов, С. И. Сметанин. – М. : Академический Проспект, 2000. – 245 с.
3. Б'юкенен Д. М. Суспільні фінанси і суспільний вибір: два протилежні бачення держави / Д. М. Б'юкенен, Р. А. Масгрейв; [пер. з англ.]. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 175 с.

Світлана Чорна,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

АНАЛІЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах наявності в країні розвинутих ринкових відносин суттєво змінюється підхід до аналізу й оцінки фінансового стану підприємства на основі даних фінансової звітності.

Користувачам економічної інформації необхідно мати повну картину реального фінансового стану підприємства на теперішній час та на перспективу. Щоб отримати повне уявлення про фінансові процеси, необхідно враховувати всі рухи грошових коштів між підприємством і його господарським середовищем за їхніми видами, величиною, часом, а також залишками на початок і кінець або на певний момент періоду, який досліджується. На сучасному етапі, коли у більшості підприємств грошових коштів не вистачає, здатність підприємства виживати прямо залежить від вміння ними управляти. Хоча цей вид активів є найбільш обмеженим у сучасних умовах і управління ним безпосередньо впливає на розвиток підприємства і формування кінцевих результатів його господарської діяльності. Тому грошові активи вимагають до себе посиленої уваги з боку керівних органів підприємства. Управління ними базується на обліку, аналізі, організації і контролі за рухом грошових потоків, а також запасів грошових коштів з точки зору ефективності платежів і оптимального забезпечення операційної діяльності підприємства фінансовими засобами.

Метою аналізу грошових потоків є формування на основі інформації, отриманої через систему обліку об'єктивної характеристики величини грошових потоків, напрямків їх надходження та витрачання, обсягів, складу, структури, факторів, що здійснюють вплив на зміну їх величини.

Основними завданнями аналізу грошових коштів є:

- оцінка складу, структури, напрямків руху грошових коштів;
- оцінка грошових потоків за видами господарської діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової);
- оцінка динаміки грошових коштів;
- виявлення та вплив різноманітних факторів на формування грошових потоків;
- оцінка оптимальності обсягів грошових потоків організації;
- оцінка сбалансованості грошових потоків, що надходять на підприємство та витрачаються по обсягах та в часі;
- виявлення і оцінка резервів підвищення ефективності використання грошових коштів.

Можна відокремити наступні етапи аналізу грошових коштів торговельних підприємств:

1. Аналіз на основі статичних показників.

1.1. Оцінка динаміки залишків грошових активів.

1.2. Оцінка оборотності грошових активів.

1.3. Аналіз платоспроможності.

2. Аналіз на основі динамічних показників.

2.1. Аналіз структури грошових потоків підприємства.

2.2. Оцінка синхронності грошових потоків підприємства.

2.3. Аналіз рентабельності підприємства на основі показників чистого руху грошових коштів.

І хоча для проведення аналізу на основі статичних показників достатньо використання тільки даних фінансової звітності, то для проведення аналізу на основі динамічних показників необхідно залучати дані управлінського обліку.

Безумовно, найбільш важливим для аналізу є поділ грошових потоків підприємства залежно від виду діяльності на потоки від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

При використанні інформації звіту про рух грошових коштів ключовим показником є результат зміни грошових коштів від операційної діяльності. За цим показником судять про спроможність підприємства генерувати грошові кошти в результаті своєї основної діяльності. Саме тому і відокремлюють грошові кошти, створені на підприємстві від грошових коштів, що залучаються зі сторони у вигляді кредитів, додаткових вкладень власників тощо.

Важливим елементом аналізу є побудова та розрахунок факторних моделей. Подібні моделі можуть слугувати основою для побудови

прогнозних моделей фінансового стану підприємства та платоспроможності його у майбутньому.

Проведення аналізу грошових коштів дозволяє зробити висновки про те:

- з яких джерел підприємство отримало кошти;
- які основні напрямки використання грошових коштів, отриманих підприємством
- в якому розмірі підприємство отримує надходження від операційної діяльності і чи перевищують ці надходження витрати;
- чи стабільним є перевищення надходжень від операційної діяльності для підприємства;
- чи в змозі підприємство розраховуватись по своїх поточних зобов'язаннях;
- чим пояснюється розходження величини отриманого прибутку і наявності грошових коштів;
- чи здатне підприємство генерувати грошові кошти в обсязі, достатньому для здійснення інвестицій тощо.

Отримані висновки дозволять прийняти обґрунтовані управлінські рішення щодо ефективного використання грошових коштів підприємства.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства України від 07.02.2013 р. № 73. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности / Л. А. Бернштейн. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 622 с.
3. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

Михайло Щурик, д.е.н.,

Івано-Франківського університету права
ім. Короля Данила Галицького, м. Івано-Франківськ

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОЇ СФЕРИ В КАРПАТСЬКОМУ МАКРОРЕГІОНІ

Дослідження багатьох відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, провладних структур, бізнесменів, багатьох громадянських діячів засвідчують, що однією з причин, яка унеможливило належний розвиток і функціонування природо-ресурсної сфери в Карпатському макрорегіоні є недостатнє її фінансове забезпечення. Це при тому, що досліджувана територія відноситься до найбільш багатих на лісові і водні ресурси, флористичну й фауністичну, окремі види вуглеводнів тощо. В макрорегіоні краще збереглася екологія, чистота атмосферного повітря, а також гірські землі, на яких ще ніколи не ступала нога людини. Завдяки унікальним природним властивостям тут побудовано значну кількість лікувально-оздоровчих закладів, спортивно-

туристичних баз, курортів тощо. Судячи з цього, досліджуваний макрорегіон мав би самостійно вирішувати завдання забезпеченості в фінансових ресурсах за рахунок власних джерел. Однак, як засвідчує ретроспективний аналіз, незважаючи на багатий природо-ресурсний потенціал, досліджувані області постійно відчують нестачу фінансових ресурсів, які, як відомо, слугують обов'язковою компонентою раціонального використання, збереження, відновлення та охорони природних ресурсів. Означене стосується часу перебування досліджуваної території під поневоленням іноземних держав (довоєнний період), періоду приєднання макрорегіону до складу Радянської України (1939–1991 рр.) та після проголошення незалежності нашої держави. В той же час, як засвідчує аналіз, транскордонні країни зуміли налагодити належне фінансування потреб відтворення природних ресурсів. Як результат, у більшості із них використання та охорони природних ресурсів відповідає моделі розвитку, яка базується на постіндустріальних засадах, а також вимогам концепції сталого розвитку.

Дослідження свідчать, що основною причиною хронічного недофінансування потреб відтворення природних ресурсів в макрорегіоні є використання відсталі економічної моделі, наріжним каменем якої слугує отримання дармових матеріальних благ, які генеруються природою, порушуючи при цьому вимоги законів онтології. Кризи є відплатою людям за аморальне прагнення забезпечувати власний добробут шляхом насильства, паразитувати на природі, не повертаючи їй борги, за порушення права кожного на працю і на одержання достойної зарплатні і пенсії, зрештою, за невтомиму жадібність та безглузде здирство [1, с. 21]. Йдеться про те, що нинішня модель використання та охорони природних ресурсів в Карпатському макрорегіоні призводить до руйнування навколишнього середовища, а природо-ресурсна сфера за існуючих засад їх експлуатації виснажується та руйнується. Нині на кону моделі фінансового забезпечення природо-ресурсної сфери в Україні, включаючи природо-ресурсний потенціал досліджуваної території, покладені власні грошові інтереси надбурдові олігархічних кланів. У нашій країні сформувалось атрофоване грошоцентричне суспільство, в якому все – думки, рішення, справи – обертаються навколо грошей. Грошоцентричним стає будь-яке суспільство, в якому немає ні практичних навичок, ні громади, що їх підтримувала б, оскільки саме це робить для них гроші ключовим фактором виживання [2]. На наше переконання, забезпечення природо-ресурсної сфери адекватним фінансовим забезпеченням потребує радикально змінити цінності світосприйняття, переконати суспільство в тому, що забезпечення охорони та збереження природних ресурсів, поліпшення їх якості є значно вищим і кориснішим благом, ніж власне збагачення за рахунок природних благ. Це аксіома, яка має

стати прописною в суспільстві. За всіх інших умов природо-ресурсна сфера в Україні відчуватиме постійну нестачу фінансових ресурсів. Нині це одна із титульних передумов запровадження нових теоретичних і методологічних засад до фінансування процесу відтворення природо-ресурсного потенціалу, збереження і покращення екології, розв'язання соціально-економічних завдань.

У контексті реалізації передумов належної організації фінансування природо-ресурсної сфери з використанням постіндустріальної моделі заслуговує на особливу увагу концепція сталого розвитку, яка вперше була започаткована Конференцією ООН у 1987 році. Змістове навантаження зазначеного документа полягає, передусім, у тому, щоби поєднати успішне розв'язання екологічних, економічних та соціальних проблем без додаткового залучення природних ресурсів. Крім того, в основу відтворювального процесу природо-ресурсного потенціалу покладена потреба задоволення суспільних, а не індивідуальних інтересів, посилення участі в трансформаційних процесах держави, громадськості, а також удосконалення інституціонального забезпечення землеволодіння.

Україною задекларовано перехід на модель сталого розвитку, яка на наше тверде переконання, має слугувати стратегією подальшого використання, збереження та охорони природних ресурсів відповідно до вимог сучасності. В той же час реалізація нових засад відтворення вимагає адекватного фінансового забезпечення, створення відповідних інститутів (наприклад кластерів), які повинні імплементувати сучасні засади фінансового забезпечення природних ресурсів, гармонізувати їх до моделі фінансування, яка успішно функціонує в багатьох європейських країнах. Означене повністю стосується Карпатського макрорегіону.

Список використаних джерел:

1. Нікітенко О. Ноосферний підхід до формування антикризової моделі життєдіяльності Белорусі, Росії та України / О. Нікітенко // Економіка України. – 2010. – № 3. – С. 21–26.
2. Левін Б. Одержимість грошима вбиває нас / Б. Левін // Економічна правда. – 2012. – 20 березня.

Ірина Якубова, к.э.н.,

УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, Республика Беларусь

КОНСОЛИДИРОВАННОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛЛАРУСЬ

В современном мире определяющую роль в функционировании экономических систем, повышении эффективности производства, обеспечении устойчивого экономического роста играют крупные хозяйственные структуры. Такие структуры, способствуя решению ряда фундаментальных проблем экономики, представляют собой особую категорию плательщиков налогов, для которой многие страны

разрабатывают специальные налоговые механизмы, наиболее распространенным из них является введение режима консолидированного налогообложения.

Режим консолидированной налоговой отчетности имеет достаточно богатую историю. Впервые объединение компаний в единый субъект налогообложения произошло в Австрии (1902 год). Затем последовали США (1917 год), Германия (1920 год), Дания (1936 год), Нидерланды, Испания и другие страны. После Второй мировой войны систему консолидированного налогообложения приняли в Великобритании (1967 год) и во Франции (1971 год). В 2002 году данная система была введена в Австралии и Японии. В Российской Федерации с 1 января 2012 года вступил в силу Федеральный закон от 16.11.2011 г. №321-ФЗ "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с созданием консолидированной группы налогоплательщиков", который внес в Налоговый кодекс Российской Федерации новую главу 3.1 "Консолидированная группа налогоплательщиков".

В результате изучения мирового опыта налогообложения крупных плательщиков установлено, что одной из форм государственной налоговой политики в отношении интегрированных структур является введение консолидированного налогообложения, при котором такие структуры воспринимаются как одна экономическая единица, финансовые результаты при расчете налогов определяются на уровне группы в целом, внутригрупповые финансовые потоки не являются объектом налогообложения.

Применение консолидированной отчетности у плательщиков налогов и сборов снижает стимул для применения трансфертного ценообразования, которое представляет собой реализацию товаров или услуг взаимозависимыми лицами по внутрифирменным, отличным от рыночных, ценам. Таким образом, для государства исчезает необходимость сложного контроля за трансфертными ценами.

Кроме того, создаются условия для объединения ряда процедур налогового администрирования и снижения издержек для участников консолидированной группы путем переложения основных обязанностей по исчислению и уплате налога на прибыль организаций, уплате пеней и штрафов, а также по представлению в налоговый орган соответствующей налоговой декларации на одно лицо – ответственного участника данной группы.

Также создаются благоприятные условия для взаимозависимых организаций, выражающиеся в возможности суммировать прибыли и убытки различных участников консолидированной группы при исчислении налога на прибыль организаций. Более того, консолидированное налогообложение должно стимулировать развитие интеграционных структур.

До настоящего времени в Республике Беларусь отсутствуют исследования, в которых организации потребительской кооперации рассматриваются в качестве консолидированного плательщика налогов и сборов. Учитывая роль и значение потребительской кооперации в экономике нашей страны, а также наличие всех предпосылок для отнесения её к категории консолидированных плательщиков налогов (теснейшие внутренние связи, единство цели и стратегии), исследование данной проблематики является весьма актуальным. Все это вызывает необходимость разработки конкретного практического инструментария по адаптации механизма консолидированного налогообложения в рамках конкретной крупной интегрированной структуры, позволяющего планировать финансовые результаты на уровне консолидированного плательщика, а также механизма, дающего возможность управлять налоговыми потоками этого крупного налогоплательщика.

Введение консолидированного налогообложения будет способствовать гармонизации налоговой системы Республики Беларусь с налоговыми системами развитых стран.

С точки зрения государства система консолидированного налогообложения создаст, с одной стороны, предпосылки повышения конкурентоспособности крупных потенциально «налогоемких» интегрированных структур, а с другой стороны, будет способствовать унификации налоговой системы и упрощению налогового контроля за интегрированными структурами.

Список использованных источников:

1. Баннова, К. А. Проблемы налогообложения консолидированных групп за рубежом и в России // Проблемы учёта и финансов.— 2011.— №3
2. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с созданием консолидированной группы налогоплательщиков: федеральный закон № 321-ФЗ от 16.11.2011 г.—[электронный ресурс, www.consultant.ru]
3. Тафинцева, Д. Ю. Система консолидированного налогообложения холдинговых компаний: Автореферат диссертации. — М.: Высшая школа экономики, 2011.
4. Чайковская, Л. А. Создание консолидированного налогоплательщика: последствия и преимущества // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. — 2010. — № 6.

Віктор Кравчук

Буковинський державний фінансово-економічний університет,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ПОДАТКОВИХ РІЗНИЦЬ З ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ

Достатньо тривалий період економіка нашої країни потребувала раціональних та ефективних змін у сфері оподаткування, що стали можливими з прийняттям Податкового Кодексу України, відповідно до якого були внесені зміни порядку справляння різних податків і зборів. Не винятком став і податок на прибуток підприємств, який є потужним фіскальним інструментом для стимулювання інвестицій та економічного розвитку держави. В контексті вищезазначеного необхідно звернути особливу увагу на здійснення адекватного облікового забезпечення даного податку, оскільки будь-які відхилення від установлених вимог нормативних актів призводять до фінансових санкцій, що обертається для платників податків значними витратами. Тому дослідження проблем облікового забезпечення податкових розрахунків з податку на прибуток є актуальним як з теоретичної, так і з практичної позиції. Актуальність даного питання також підтверджується тим, що методика визначення фінансового результату з метою оподаткування у фінансовому та податковому обліку платників податку на прибуток суттєво відрізняється за діючою нормативною базою.

За Податковим кодексом база оподаткування з податку на прибуток визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат.

Доходи платника податку на прибуток формуються з двох складових: доходу від операційної діяльності та інших доходів. Аналогічним чином, але більш детально класифікуються і витрати підприємств. Вони включають витрати операційної діяльності та інші витрати, тоді як за Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку фінансовий результат обчислюється шляхом порівняння доходів та витрат за різними видами діяльності підприємства. Склад доходів і витрат за видами діяльності значно відрізняється від наведеного у податковому законодавстві.

Податковий кодекс лише частково зближив поняття фінансового та податкового обліку, дотепер ще залишається відкритою проблема наявності та відображення податкових різниць, які не дають можливості вести на підприємстві облік за єдиною методикою.

Кроком до зближення даних методик обліку податку на прибуток стало те, що визначення прибутку для цілей оподаткування відбувається на основі даних бухгалтерського обліку з урахуванням тимчасових і постійних податкових різниць, методика обліку яких затверджена наказом МФУ «Про затвердження Положення

бухгалтерського обліку «Податкові різниці» від 01.01.2013 р. № 27. Дане положення визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про податкові різниці та її розкриття у фінансовій звітності [3].

Положення «Податкові різниці» не суперечить і не замінює П(С)БО 17 «Податок на прибуток», яке залишається чинним, а доповнює його. Таким чином, воно спрямовано на формування методологічних засад розкриття, насамперед, у балансі інформації про залишки не анульованих тимчасових податкових різниць, які так би мовити «матеріалізовані» в активах та зобов'язаннях. Натомість Положення «Податкові різниці» визначає методологію формування інформації про анулювання податкових різниць протягом звітного періоду, їх вплив на формування податкового прибутку та розкриває зв'язок між податковим та обліковим прибутком. Трактуювання термінів податкових різниць у П(С)БО №17 «Податок на прибуток» та ПБО «Податкові різниці» наведено нижче (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «Податкові різниці» за П(С)БО № 17 та ПКУ

Визначення «Податкові різниці»	
Згідно з П(С)БО № 17:	Згідно з ПКУ:
1) тимчасова податкова різниця – різниця між оцінкою активу або зобов'язання за даними фінансової звітності та податковою базою цього активу або зобов'язання відповідно;	1) податкова різниця – різниця, яка виникає між оцінкою і критеріями визнання доходів, витрат, активів, зобов'язань за національними ПСБО або МСФЗ, та доходами і витратами, визначеними згідно з розділом III цього Кодексу;
2) тимчасова податкова різниця, що підлягає вирахуванню – тимчасова податкова різниця, що призводить до зменшення податкового прибутку (збільшення податкового збитку у майбутніх періодах);	2) тимчасова податкова різниця – податкова різниця, яка виникає у звітному періоді та анулюється в наступних звітних податкових періодах;
3) тимчасова різниця, що підлягає оподаткуванню – тимчасова податкова різниця, що включається до податкового прибутку (збитку) у майбутніх періодах.	3) постійна податкова різниця – податкова різниця, яка виникає у звітному періоді та не анулюється в наступних звітних податкових періодах.

При наявності тимчасових різниць між податковим і фінансовим прибутком виникає необхідність у забезпеченні відповідності податку на прибуток і фактичного прибутку, з якого він стягується. Тобто при складанні фінансової звітності витрати з податку на прибуток слід розподіляти по періодах. Податок, нарахований для сплати у бюджет в одному звітному періоді, може відноситися до витрат (доходу) з податку на прибуток в іншому звітному періоді. Тому вплив тимчасових різниць, які в майбутніх періодах сторнуються і, таким чином, зменшують податковий прибуток майбутніх періодів, у балансі відображається як відстрочений податковий актив.

Ситуація, коли податковий прибуток менший за фінансовий прибуток у звітному періоді, виникає внаслідок тимчасової різниці, що підлягає оподаткуванню. У майбутніх періодах ця різниця сторнується і

тим самим включається до бази обкладання податком на прибуток. У балансі вплив цієї різниці на податок на прибуток обліковується як відстрочене податкове зобов'язання.

Відстрочений податковий актив та відстрочене податкове зобов'язання об'єднані під загальною назвою – відстрочений податок на прибуток. Таким чином, визначивши вид тимчасової податкової різниці, можна безпомилково сказати, що з'явиться в обліку – відстрочений податковий актив чи відстрочене податкове зобов'язання, а це – запорука правильного визначення витрат (доходу) з податку на прибуток.

При цьому слід зазначити, що шлях, за яким пішли державні інститути в забезпеченні інтеграції обліку для цілей складання фінансової і податкової звітності і зв'язаним із цим процесом реформування обліку і звітності з податку на прибуток та податкових різниць, має певні недоліки, до яких можна віднести наступні:

1. Основний мотивуючий чинник запровадження обліку податкових різниць і відображення відповідної інформації у звітності полягає лише в тому, щоб змусити підприємства максимально розкрити контролюючим органам інформацію стосовно того, які конкретні чинники враховані або не враховані в розрахунку бухгалтерського і податкового прибутку. Фактично інтереси самого господарюючого суб'єкта – підприємства, як завжди, не враховані, враховані лише інтереси державних інститутів. Водночас головна проблема облікової системи в Україні полягає в її складності, зарегульованості і орієнтації на вирішення фіскальних завдань.

2. Визначений напрямок «удосконалення» Звіту про фінансові результати за рахунок показників податкових різниць ніяк не корелює із поставленими нашими державними органами завданнями більш широкого запровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) в Україні.

3. Національне ПБО «Податкові різниці» надає класифікацію податкових різниць, що пов'язана із видами доходів і витрат, які відокремлюються в бухгалтерському обліку [3]. Вона є, з одного боку, ніби й логічною і зрозумілою, оскільки частково корелюється з групами і доходів і витрат, розмежованими за видами діяльності, розповсюдженими у вітчизняній теорії і практиці. Однак ця класифікація містить цілу низку недоліків і просто дискусійних моментів як суто формального, так і принципового характеру, а саме:

- у класифікації податкових різниць не відокремлені податкові різниці щодо фінансових доходів і фінансових витрат;
- залишається незрозумілим, що саме з практичної точки зору дає виділення представленої в ПБО «Податкові різниці» класифікації та як вона може допомогти підприємствам у визначенні складу податкових різниць за окремими статтями;

- податкові різниці розкривають зв'язок між сумами доходів і витрат, відображених для різних цілей. Однак у зв'язку з тим, що ПКУ містить групування доходів і витрат, яке не збігається з класифікацією в національних П(С)БО 15 і 16, реально забезпечити взаємозв'язок даних прямим шляхом через застосування наведеної класифікації податкових різниць практично не вдасться;

- ПБО «Податкові різниці» регламентує обов'язковість фіксації податкових різниць фактично за кожною господарською операцією. Такий підхід суттєво ускладнює і без того складну систему реєстрації господарських операцій в обліку. Безумовно, в умовах повної автоматизації облікових робіт – це не є складною проблемою, однак, на жаль, не всі підприємства мають сучасне інформаційне забезпечення. Деякі суб'єкти господарювання продовжують застосовувати паперові форми ведення обліку, а здійснювати при цьому фіксацію податкових різниць по кожній операції досить складно і ще більш підвищує трудомісткість робіт, до того ж, не несе для підприємства ніякої додаткової корисної інформації.

Розв'язання проблеми існування різних підходів в обліку для цілей складання фінансової і податкової звітності, тобто максимальна інтеграція в обліку можлива за рахунок встановлення чіткого переліку податкових різниць за основними статтями звітності. Такий перелік має стати орієнтиром для суб'єктів господарювання, однак він необхідний не для того, щоб змусити їх звітувати за складом цих різниць, а для того, щоб зробити розрахунок податку більш простим і зрозумілим для платників.

Попри наближення податкового обліку податку на прибуток до фінансового його ведення все ще залишається надто громіздким і затратним. Державні органи намагалися перекрити головні схеми мінімізації оподаткування прибутку, детально виписуючи, що можна, а що не можна враховувати при розрахунку бази оподаткування. Проте доки влада не створить умов для того, щоб підприємства самі були зацікавлені декларувати прибуток, їх бухгалтери будуть знаходити нові й нові прогалини у законодавстві для мінімізації оподаткування.

Застосування П(С)БО № 17 «Податок на прибуток» та ПБО «Податкові різниці» є досить проблематичним, оскільки їх деякі норми не узгоджені. Доцільно розробити методичні рекомендації щодо застосування ПБО «Податкові різниці» та внести зміни до Положення (стандарту) 17 з метою узгодження термінології та окремих норм із ПБО «Податкові різниці».

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: в редакції від 23.02.2014 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2011. – № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112 / База «Законодавство України». – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток» : затв. наказом Міністерства фінансів України № 353 від 28.12.2000 р. в редакції від 27.06.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>;

3. Положення бухгалтерського обліку «Податкові різниці»: затв. наказом Міністерства фінансів України № 27 від 25.01.2011 р. в редакції від 27.06.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>;

4. Коропецька Т. О. Види податкових різниць та нове законодавство / Т. О. Коропецька, І. І. Мельничук // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 5. – С. 270–272.

5. Мулик Т. О. Облікове забезпечення податку на прибуток: вимоги податкового та бухгалтерського законодавства / Т. О. Мулик // Збірник наукових праць ВНАУ: Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 173–178.

Сергій Рилєєв, к.е.н., Алла Романчук, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ

Розвиток інвестиційних процесів у всіх сферах діяльності є необхідною умовою ефективної організації господарювання як економіки країни загалом, так і в окремому регіональному кластері. Останнім часом спрямованість багатьох українських інвесторів все більше орієнтується на фондовий ринок і пов'язана з фінансовим інвестуванням. За словами Н.М.Гаркуші, здійснення фінансових інвестицій варто розглядати як активну форму ефективного використання тимчасово вільного капіталу або як інструменти реалізації стратегічних цілей, пов'язаних з диверсифікованою операційною діяльністю підприємства [1, с. 211].

Як показують проведені дослідження, на сьогодні відсутня єдина методика аналізу фінансових інвестицій. Неузгодженість з міжнародною практикою не дозволяє повною мірою здійснювати й удосконалювати оперативне, тактичне і стратегічне управління фінансовими інвестиціями.

Значний внесок у розробку теоретичних і методичних питань оцінки фінансових інвестицій зробили такі українські та зарубіжні вчені, як: І.Бланк, Н.Ботвіна, Н.Гаркуша, Я.Голубка, Н.Кашена, Л.Крильєва, Л.Ігоніна, О.Сухарев, О.Терещенко та ін. Проте оцінка фінансових інвестицій сьогодні потребує подальшого поглибленого вивчення й удосконалення відповідно до постійно змінюваних умов господарювання.

Перш за все, аналіз фінансових інвестицій потребує чіткої послідовності аналітичних дій із відповідним методичним інструментарієм. Розроблена схема послідовності комплексного економічного аналізу фінансових інвестицій наведена на рис. 1.

Поруч із зазначеними етапами та блоками аналізу інвестицій у фінансовій практиці доречним є здійснення оцінки інвестиційних якостей фінансових інструментів методами фундаментального та технічного аналізу (рис. 2).

За словами О. С. Сухарева, фундаментальний аналіз передбачає дослідження фінансових результатів діяльності підприємства-емітента, а

також тенденції розвитку галузі, до якої належить емітент, з метою визначення дійсного стану і перспектив конкурентоспроможності продукції (або видів діяльності) емітента [3, с. 220]. Таким чином даний напрям аналізу зводиться до оцінки ефективності діяльності підприємства-емітента. Фундаментальний аналіз називають також факторним, оскільки він базується на вивченні впливу окремих факторів на динаміку цін фінансових інструментів у поточному періоді і прогнозування значень цих факторів на майбутнє.

У свою чергу, технічний аналіз базується на оцінці ринкової кон'юнктури і динаміки курсів. Концепція технічного аналізу передбачає, що всі фундаментальні фактори додаються і відображаються в русі цін на фондовому ринку. В основі технічного аналізу покладена побудова і дослідження графіків динаміки окремих показників (ринкових цін), виявлення певних тенденцій (тренду) і їх екстраполювання на перспективу [2, с. 346].



Рис.1. Блок-схема комплексного економічного аналізу фінансових інвестицій

Серед усіх напрямків аналізу важливу роль в системі управління фінансовими інвестиціями посідає оцінка їх ефективності.

Оцінка економічної ефективності окремих фінансових інструментів інвестування базується на принципі зіставлення обсягу інвестиційних витрат і сум зворотного грошового потоку за ними, залежить від рівня очікуваної інвестором доходності.

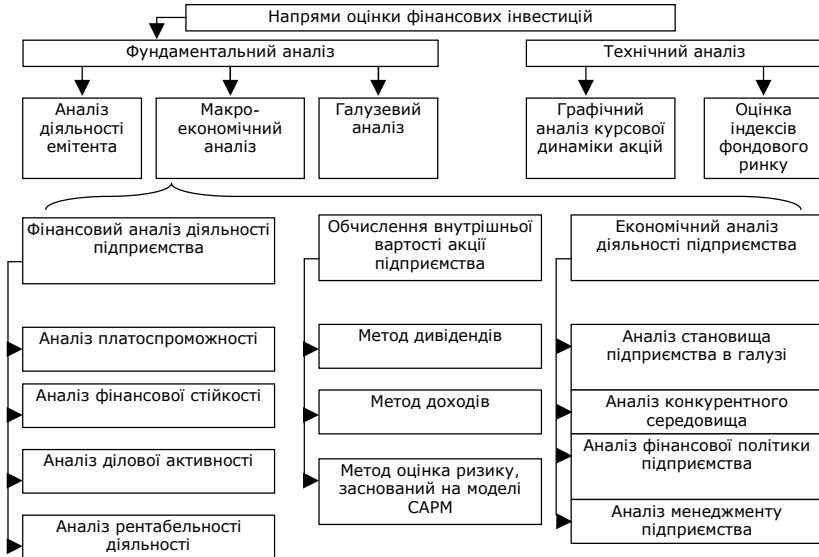


Рис.2. Напрями аналізу фінансових інвестицій

Проте формування цих показників в умовах фінансового інвестування має свої особливості.

Так, оцінка економічної ефективності того чи іншого фінансового інструменту інвестування зводиться до оцінки реальної поточної його вартості, яка забезпечує отримання очікуваної вартості, норми інвестиційного прибутку за ним й безпосередньо самої прибутковості. Іншими словами, до визначення теперішньої вартості і доходності фінансових інструментів з урахуванням їх особливостей і умов функціонування на фондовому ринку [1, с. 218]. В практиці інвестиційного аналізу застосовують різні методичні підходи щодо визначення теперішньої (реальної поточної) вартості і доходності дольових і боргових інструментів інвестування (акцій, облигацій), проте основні показники, які при цьому беруться до уваги, наведені в табл. 1.

Здійснення фінансових інвестицій вважається доцільним, якщо реальна поточна вартість фінансових інструментів більша за поточну їх вартість на фондовому ринку, а поточна доходність перевищує очікувану норму прибутковості від цих інвестицій.

Таблиця 1

Показники, що використовуються
для оцінки вартості та доходності акцій і облігацій

Вихідні показники для оцінки вартості і доходності	
акцій	облігацій
• вид акції – звичайна чи привілейована	• номінал облігації
• сума дивідендів, яка підлягає у конкретному періоді	• ставка відсотків, що виплачується за облігацією, згідно з номіналом
• очікувана курсова вартість акції наприкінці періоду її реалізації	• сума відсотків, що виплачується за облігацією
• очікувана норма доходності на акцію	• очікувана норма доходності на облігацію
• кількість періодів, протягом яких інвестор володіє акціями	• кількість періодів до терміну погашення облігації

Отже, аналіз фінансових інвестицій потребує детального ґрунтового дослідження, розробки єдиних методів оцінки їх ефективності.

Список використаних джерел:

1. Гаркуша Н. М. Аналіз інвестиційної діяльності : навч. посіб. / Н. М. Гаркуша, Н. Б. Кащена. – Харків, 2009. – 382 с.
2. Игонина Л. Л. Инвестирование : учеб.пособие. / Л. Л. Игонина. – М. : Экономистъ, 2005. – 475 с.
3. Сухарев О. С. Синергетика инвестиции : учеб. пособие / О. С. Сухарев, С. В. Шмалёв. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 366 с.

Микола Скрипник,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Використання сукупності пов'язаних між собою економічних ресурсів (матеріально-речових, фінансових та трудових) дає змогу досягти економічного ефекту в діяльності підприємств швейної промисловості. Результатом вдалого співвідношення між прибутком та відповідним видом ресурсів швейної фабрики виступає потенціальний рівень рентабельності як швейного виробництва (із врахуванням віддачі від запровадження інноваційних технологій для створення нових видів продукції швейного виробництва), так і від ходу процесу її реалізації загалом із врахуванням ринкових змін у силу інноваційних тенденцій на ринку.

Плотніченко І. Б. характеризує сучасний стан функціонування і розвитку швейних підприємств України, як досить складний [1]. Це зумовлено низкою проблем, які характерні для легкої промисловості загалом. Основними серед них є висока часка імпортованих товарів, несприятливі умови для залучення інвестицій, відсутність у значної частини швейних фабрик ефективного управління тощо. Тому актуальним є питання аналітичної оцінки рівня рентабельності діяльності підприємств швейної промисловості.

Вплив проблемних ситуацій, які виникають при інтерпретації показників рентабельності, дозволяють нівелювати інтегральні моделі

оцінки ефективності функціонування підприємства швейної промисловості, що базуються на розрахунку невеликої кількості показників прибутковості, зведених у комплексну оцінку [3].

Застосування даних моделей дозволяє віднести підприємство швейної промисловості до тієї чи іншої групи, з відповідним переліком характеристик. На основі багатомірного аналізу з'являється можливість абсолютної оцінки рівня рентабельності підприємства швейної промисловості на певну дату, а не тільки його змін та порівняльного аналізу. Також інтегральні методики зручні для експрес-аналізу ефективності діяльності, оскільки не потребують суттєвих витрат часу та ресурсів [4].

Аналіз кожного із економічних ресурсів підприємства швейної промисловості не створює цілісної картини зміни ресурсного потенціалу та рівня прибутковості загалом. У зв'язку з цим виникає потреба в аналітичному обґрунтуванні ефекту від впровадження інновацій для створення нової швейної продукції та в оцінці рівня її рентабельності порівняно із загальним рівнем прибутковості підприємства швейної промисловості.

Це завдання успішно можна вирішити шляхом адаптації методики розрахунку потенціалу багатомірного динамічного об'єкта, яку пропонуємо інтерпретувати для аналітичної оцінки рівня прибутковості швейної фабрики.

Використовуючи дану методику, можна прослідкувати за розвитком підприємства швейної промисловості, де інтегральним показником, зокрема латентним, що відображає динаміку ефективності розвитку даного господарюючого суб'єкта, буде виступати потенціал рентабельності швейної фабрики.

Інтегральний фінансовий аналіз дозволяє отримати найбільш поглиблену (багатофакторну) оцінку умов формування окремих агрегованих фінансових показників в умовах прояву факторів ризику [3].

Для визначення потенціалу швейних фабрик необхідно насамперед сформувати систему показників. Сам потенціал носить двоїстий характер, оскільки підприємство швейної промисловості володіє певними можливостями в отриманні якихось результатів у своїй господарській діяльності – з одного боку, а з іншого – ефективно використовуючи свої потенційні можливості, швейна фабрика отримує певні результати в своїй господарській діяльності, тобто фінансові результати виступають реалізацією потенційних можливостей підприємства швейної промисловості [2].

На фінансові результати діяльності підприємств швейної промисловості впливають показники, що відображають потенційні можливості підприємства, а саме: основні засоби, оборотні активи, трудові ресурси та інвестиції. Вони в сукупності є виробничими

ресурсами, без яких неможливий виробничий процес, а їх обсяг спроможний впливати на фінансові результати швейних фабрик [2].

Для інтегральної оцінки потенціалу прибутковості використовується система показників. Абсолютні показники тут навряд чи дозволять дати об'єктивну аналітичну оцінку, оскільки вони в основному залежать від величини швейної фабрики. Для оцінки ефективності функціонування підприємств швейної промисловості застосовується система показників прибутковості, які є відносними. Оскільки абсолютні показники залежать від розмірів швейної фабрики, а не від ефективності її діяльності.

Нами пропонується система показників ефективності господарської діяльності підприємства швейної промисловості та ефективності використання інноваційних технологій у процесі виробництва та реалізації швейної продукції, згрупованих в три блоки:

1. Показники загальної рентабельності швейної фабрики: рентабельність власного капіталу; рентабельність активів; рентабельність оборотних активів; рентабельність швейної продукції; рентабельність швейного виробництва; рентабельність реалізації швейної продукції.

2. Рентабельність інноваційної діяльності швейного виробництва: рентабельність створення інноваційної швейної продукції; рентабельність інноваційної швейної продукції; рентабельність реалізації інноваційної швейної продукції.

3. Показники рентабельності швейної продукції в розрізі асортименту підприємства швейної промисловості: рентабельність виробництва чоловічих костюмів; рентабельність виробництва чоловічих піджаків; рентабельність виробництва чоловічих брюк; рентабельності виробництва жіночих брюк; рентабельність виробництва курток чоловічих і т.д. в розрізі асортименту швейної продукції, що виробляється.

Рентабельність процесу створення нової продукції швейного виробництва, виступаючи вагомим чинником в ході забезпечення бажаного обсягу реалізації, потребує інтегральної оцінки. Ця оцінка розраховується за повним комплексом показників рентабельності, кожен з яких відображає той чи інший фрагмент ефективності господарської діяльності, тобто рентабельність власного капіталу, майна, оборотних активів, швейної продукції (в тому числі створення нових моделей – інноваційних), рентабельність процесу швейного виробництва (зокрема інноваційного), рентабельність реалізації швейної фабрики із врахуванням інноваційних змін.

Таким чином, нами запропоновано систему показників, яка відображає як загальний рівень прибутковості, так і рентабельність нововведень у технологічний процес швейного виробництва. Побудова

фазового портрету потенціалу прибутковості інновацій в швейному виробництві дає наглядну інтерпретацію тенденцій інтегральної оцінки та рівень відмінності від еталонного рівня рентабельності.

Впровадження розробленого механізму інтегральної оцінки рентабельності в розрізі асортименту в практичну діяльність суб'єктів господарювання дозволить отримати швейну продукцію, яка повною мірою задовольнить уподобання споживачів за двома напрямками: колекції одягу із врахуванням вимог споживчих груп (масовий випуск) та ексклюзивні колекції, що зорієнтовані на вимоги споживачів-замовників (індивідуальний випуск, робота на замовлення). Водночас серйозним завданням виступає розробка заходів з підвищення рівня рентабельності підприємств швейної промисловості. У зв'язку з цим необхідно встановити пріоритети в управлінні. З цією метою слід звернути увагу на економічну інтерпретацію ваги ознак в потенційній функції інтегральної оцінки (рівня) прибутковості, а також у потенційних функціях, побудованих по тому чи іншому блоку показників системи. Вибір пріоритетів відбувається поетапно. На першому етапі піддається аналізу потенційна функція рівня потенціалу прибутковості швейної фабрики, пріоритетним блоком обирається блок, який займає найбільшу питому вагу в її структурі.

Список використаних джерел:

1. Плотніченко І. Б. Сучасний стан та перспективи розвитку швейної промисловості України [Електронний ресурс] / І. Б. Плотніченко. – Режим доступу: http://www.archive.nbuu.gov.ua/portal/natural/2012_739/17.pdf.
2. Черненко О. Г. Инновационные процессы оптимизации ассортимента выпускаемой продукции швейной промышленности Республики Беларусь / [Электронный ресурс] / О. Г. Черненко. – Режим доступа: <http://legprom.biz/news/1/981/32.html>
3. Інтегральний фінансовий аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/method_fin_analiza/integralnyj_ffinansovyj_analiza/9-1-0-81
4. Інтегральний аналіз. Обща характеристика підходу [Електронний ресурс] // Энциклопедия финансового анализа. – Режим доступу: http://apelfin.narod.ru/finanaliz/integral_analysis.html

Наталія Скрипник, к.е.н,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ДЕТАЛІЗАЦІЯ РАХУНКІВ З ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРИЙНЯТТЯ ОБҐРУНТОВАНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Вивчення роботи швейних підприємств свідчить, що основну питому вагу в операційній діяльності займає саме основна діяльність, яка пов'язана з виробництвом та реалізацією готової швейної продукції. Виходячи з цього, доцільно деталізувати рахунки, що призначені для обліку доходів, витрат і фінансових результатів від основної діяльності з врахуванням особливостей діяльності швейних підприємств, організаційної структури підприємства та видів продукції, яка виготовляється і реалізується.

Критерії визнання доходу наведено в П(С)БО 15 «Дохід». Однак чинна система класифікації доходів для потреб бухгалтерського обліку за П(С)БО 15 «Дохід» досить обмежена, оскільки тісно пов'язана із класифікацією витрат і призначена переважно для потреб складання фінансової звітності, тому потребує вдосконалення [2].

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, інших активів) визнається у разі наявності таких умов: а) покупцеві передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив); б) підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами); в) сума доходу (виручка) може бути достовірно визначена; г) є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигід підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені. Ці критерії, визначені національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку, повністю збігаються з критеріями визнання доходів (виручки) у Міжнародному стандарті фінансової звітності 18 «Виручка» [3].

Оцінка стану обліку процесу реалізації на досліджуваних підприємствах свідчить, що також потребує впорядкування облік операцій з реалізації продукції з необхідністю аналітичної та синтетичної деталізації для ефективної організації обліку та обґрунтування управлінських рішень. Оскільки підприємство самостійно визначається щодо ведення аналітичного обліку та відкриття рахунків третього і нижчих порядків, з метою деталізації інформації доречно ввести рахунки третього порядку до рахунку 701 «Дохід від реалізації готової продукції» [1].

Виходячи з вищесказаного, розроблено та запропоновано для використання деталізацію рахунку 701 «Доходи від реалізації готової продукції», що допоможе підвищити аналітичність облікової інформації про доходи від реалізації готової продукції залежно від центру відповідальності, в якому формується дохід, зони формування доходу (цеху), групи продукції та її асортименту, а також категорії покупців. Аналогічно нами запропоновано виділяти в складі субрахунку 901 «Собівартість реалізованої готової продукції» субрахунки другого та третього порядку, враховуючи організаційну структуру підприємства, а також запропоновано виділяти в межах субрахунків четвертого порядку аналітичні рахунки, в розрізі видів продукції, яка реалізується. Деталізація рахунку 901 «Собівартість реалізованої готової продукції» допоможе підвищити аналітичність облікової інформації про собівартість реалізації готової продукції залежно від центру відповідальності, в якому виникають витрати, зони формування витрат (цеху), групи продукції та її асортименту, а також категорії покупців.

Не менш важливим є запровадження на досліджуваних підприємствах швейної галузі ведення синтетичного обліку фінансових

результатів за їх характером, видами діяльності, окремими підрозділами підприємства (цехами) та аналітичного обліку за видами готової продукції, які повинні визначитися керівництвом підприємства. Отже, конкретизація субрахунку 791 «Результат операційної діяльності» дасть можливість визначити найбільш прибуткові види готової продукції швейного виробництва і вилучити з виробництва (або скоротити обсяг) менш рентабельних. Аналітична інформація про результати основної діяльності буде корисною керівництву підприємства для оцінки ефективності її здійснення, а також для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Отже, на основі вивченого досвіду організації та методики бухгалтерського обліку автором запропоновано номенклатуру субрахунків та аналітичних рахунків з обліку доходів, витрат та фінансових результатів від основної діяльності швейних підприємств, що полегшує виявлення напрямків неефективної (непродуктивної) діяльності підприємства, їх аналізу та складання прогнозів на майбутнє за видами та характером діяльності, а також складання Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід).

Удосконалення аналітичного обліку дозволить вести деталізовану аналітику за умов функціонування швейних підприємств, що дозволить ефективно і безперебійно працювати при постійному зростанні кількості користувачів.

Список використаних джерел:

1. Інструкція про застосування плану рахунків, активів капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : затв. Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291 (зі змінами, внесеними наказом Мінфіну від 26.09.2011 р. №1204) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» : затв. Наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. №290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
3. Чік М. Ю. Облікове відображення доходу від реалізації: відмінності МСФЗ (IAS) 18 «Виручка» та П(С)БО 15 «Дохід» [Електронний ресурс] / М. Ю. Чік. – Режим доступу: <http://www.stationline.org.ua/ekonom/75/11073-oblikove-vidobrazhennya-doxodu-vid-realizacii-vidminnosti-msfz-ias-18-viruchka-ta-p-s-bo-15-doxid.html>

Людмила Столяр,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТА РОЗПОДІЛУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ЛАКОФАРБОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Одним з актуальних питань обліку витрат виробництва, калькулювання собівартості лакофарбової продукції, ціноутворення є облік і розподіл загальновиробничих витрат. У П(С)БО 16 визначено, що виробнича собівартість продукції формується відповідно до принципу історичної (фактичної) собівартості, тобто пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання. До складу виробничої собівартості включаються прями

матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати та змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати [1]. В П(С)БО не визначено перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції, а зазначено, що їх встановлюють підприємства самостійно. Нормами положення регламентовано склад собівартості реалізованої продукції, проте не визначено порядок формування повної собівартості продукції. Відповідно витрати, пов'язані з реалізацією продукції (адміністративні витрати та витрати на збут), відносяться до витрат періоду та відображаються в Звіті про фінансовий результат. Б. І. Валуєв у своїй праці зазначає, що для теорії і практики рішень щодо витрат, які були включені у повну собівартість, а тепер з неї виведені, це досить незвично. До таких витрат відносять витрати, пов'язані з управлінням [2].

Спірним питанням у П(С)БО 16 є розподіл загальновиробничих витрат на постійні та змінні, відповідно до нормальної потужності. Досить складно для лакофарбових підприємств визначити нормальну потужність внаслідок сезонності виробництва (в зимовий період знижуються попит на фарби, лаки, емалі) та виробництва окремих видів продукції тільки під замовлення.

Для поділу витрат на постійні та змінні необхідно застосовувати спеціальні методи визначення поведінки витрат стосовно обсягу діяльності та обсягів виробництва, які досить складні в обрахунках. На практиці виділити зі складу загальновиробничих витрат, які з них постійні, які змінні, досить складно, зазвичай підприємства застосовують приблизні розрахунки.

Підтвердження таких думок знаходимо в працях багатьох науковців. Зокрема, Т.П.Михайлова виділяє, що в положенні відсутнє чітке розмежування поділу витрат на постійні та змінні; неможливо чітко виділити зі складу загальновиробничих витрат постійні та змінні [3, с. 274]. Аналогічні проблемні моменти у П(С)БО 16 відзначають І. М. Білоусова та М. Г. Чумаченко. Автори стверджують, що запропонований П(С)БО 16 розподіл витрат (загальновиробничих) на постійні та змінні неможливо чітко здійснити, понад те, він є «візуальним», примітивним та недостовірним [4, с. 8]. І.В.Картишева та Л.І.Лисенко визначають, що в П(С)БО 16 з урахуванням економічної сутності витрат застосування термінів «постійні» та «змінні» витрати є взагалі некоректним, оскільки у постійних витратах допускається певна залежність від обсягу діяльності: «..майже незмінні». Причому міра невизначеності у зв'язку зі зміною обсягів виробництва діючим нормативним документом не регламентована [5, с. 32].

Справді, чітко й однозначно розділити ті або інші види витрат на постійні та змінні не можна, оскільки існують «змішані витрати», які містять у собі елементи як постійних, так і змінних витрат, і що навіть

прямі витрати не завжди є змінними, якщо їх розглядати в довготривалому проміжку часу. П(С)БО 16 «Витрати» не ставить перед собою завдання на законодавчому рівні закріпити за видами витрат статус постійних або змінних витрат, воно лише дає загальний принцип визнання тих або інших витрат постійними або змінними, і саме опису цього принципу, а не поділу витрат на дві частини присвячено П(С)БО 16 п. 16.

Важливим питанням в організації та методології обліку витрат виробництва на досліджуваних підприємствах виступає розподіл загальновиробничих витрат стосовно бази розподілу при нормальній потужності.

Під нормальною потужністю розуміють очікуваний середній обсяг діяльності, що може бути досягнутий за умов звичайної діяльності підприємства протягом кількох років або операційного циклу з урахуванням запланованого обслуговування виробництва. При розрахунку нормальної потужності підприємства мають врахувати змінний режим роботи, тенденцію попиту на продукцію, проте визначити її для багатьох підприємств є досить складно.

Згідно з нормами МСБО 2 «Запаси», нормальна потужність – це очікуваний рівень виробництва, якого можна досягти в середньому протягом кількох періодів або сезонів за звичайних обставин [6].

У теорії менеджменту існує декілька визначень потужності підприємства: проектна, виробнича та діюча, але відсутнє визначення нормальної. Проектна потужність – це величина можливого випуску продукції умовної номенклатури в одиницю часу, задану при проектуванні чи реконструкції виробничої одиниці. Виробнича потужність підприємства – це максимально можливий річний випуск продукції або обсяг переробки сировини в номенклатурі й асортименті, які встановлені планом при повному використанні обладнання і площ з урахуванням використання прогресивної технології, передової організації праці і виробництва. Діюча потужність – це потенційна здатність виробити протягом календарного періоду максимально можливу кількість продукції, передбачену планом [7, с. 100].

Отже фактично визначення нормальної потужності підприємств існує тільки в системі бухгалтерському обліку.

Досліджувані лакофарбові підприємства Чернівецької області не працюють на повну потужність. Крім того, спостерігається сезонність виробництва, відповідно, зимовий період для підприємств галузі характерний істотним зменшенням обсягів виробництва лакофарбової продукції, а в деяких випадках і повністю зупинкою виробництва. Дослідження показали, що в окремих випадках підприємства завантажені на 60–70% від можливої потужності. Відповідно, поняття «нормальна потужність» та «фактична потужність» в даному випадку втрачають зміст. Нормальна потужність, як показник для підприємств

лакофарбової промисловості, не може бути застосований в зв'язку з сезонністю виробництва та особливістю застосування лакофарбових матеріалів.

Отже, доцільно не корегувати загальновиробничі витрати від ступеня використання «нормальної потужності», а відносити фактичні облікові загальновиробничі витрати повністю на виробничу собівартість лакофарбової продукції, що, по-перше, буде спрощувати облік витрат виробництва та, по-друге, відображати реальні витрати на виробництво продукції підприємства та формування виробничої собівартості.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 року №318. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0027-00>.
2. Валуев Б. И. Некоторые актуальные проблемы П(С)БУ 16 «Расходы» [Електронний ресурс] / Б. И. Валуев // Экономика: реалії часу. – 2012. – №1 (2). – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/econrchr/2012_1/12vbiarpv.pdf.
3. Михайлова Т. П. Деякі питання формування собівартості продукції : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. / Т. П. Михайлова // Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки. – 2007. – С. 273–277.
4. Чумаченко М. Дослідження передумов і припущень при аналізі графіка беззбитковості / М. Чумаченко, І. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 5. – С. 3–10.
5. Картишева И. В. Спорные вопросы учета себестоимости продукции промышленного предприятия / И. В. Картишева, Л.И. Лысенко // Совершенствование теории и практики учета, анализа и аудита для становления национальной учетной системы : материалы междуз. студ. научно-практ. конф., г. Севастополь, 2002 г. – Севастополь, 2002. – С. 31–33.
6. МСБО «Запаси» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id&cat_id=92408.
7. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. М. Тарасюк, Л.І. Шваб. – Житомир : ЖДТУ, 2003. – 580 с.

Ярослав Барасюк, к.ф.-м.н., Тетяна Валецька,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБМІНУ ІНФОРМАЦІЄЮ МІЖ WEB-ПРОГРАМАМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Згідно з класичним означенням [1], кластерна політика – це система державних заходів і механізмів підтримки кластерів, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності регіонів, підприємств, що входять у кластер, а також забезпечують впровадження інновацій. Кластерний підхід у сучасній практиці управління поступово приходиться на зміну застарілій на даний час галузевій методиці управління. Кластерний підхід дозволяє подолати вузькогалузевий підхід до формування регіональної економіки, завдяки чому збільшується приплив інвестиційного капіталу, новітніх технологій, інтелектуального ресурсу тощо. Такі новітні методики стратегічного менеджменту передбачають швидкий та ефективний обмін інформацією між підприємствами, організаціями та органами державного управління. Швидкість обміну економічною інформацією між підприємствами на даний час є одним з найважливіших чинників, які впливають на ефективність їх діяльності і, як результат, прибутки.

Широке розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема й всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет, підняло на новий якісний рівень ефективність обміну інформацією між підприємствами. Однак при цьому виникла нова проблема, пов'язана з проблемами взаємодії між інформаційними системами організаційного управління, що використовуються на різних підприємствах. Причому така проблема часто виникає навіть на рівні взаємодії між інформаційними системами одного підприємства. Так, наприклад, на рівні Західного регіону України типовими системами автоматизації обліку на підприємствах є системи, розроблені компаніями 1С, Парус, БЭСТ та ін. У кожній з цих систем використовуються свої формати зберігання даних, різні сервери баз даних, власні методики обміну даними з зовнішніми програмами і таке інше. Крім того, ні одна із цих систем не має повноцінних і повністю завершених засобів представлення даних у форматі web-програм.

Для усунення зазначених проблем пропонується підхід, що поєднує використання форматів зберігання даних XML і Microsoft Excel, а також технологія використання web-сервісів [2]. Окреслимо причини такого вибору. По-перше, завдяки тому, що редактор електронних таблиць Microsoft Excel надзвичайно широко використовується для зберігання і обробки табличних даних, практично усі системи автоматизації організаційного управління мають вбудовані провайдери, що забезпечують імпорт/експорт даних з/в Microsoft Excel. По-друге, більшість сучасних середовищ розробки динамічних web-програм містять або власні провайдери для взаємодії з файлами Microsoft Excel

(наприклад, універсальний провайдер Microsoft.Jet.OLEDB в ASP .NET), або такі провайдери постачають сторонні розробники (бібліотека PHPExcel для серверної мови сценаріїв PHP).

Один із варіантів схеми розв'язання поставленої задачі виглядає наступним чином:

1) в системі управлінського обліку реалізується модуль, який за командою користувача чи за розкладом у автоматичному режимі на основі потрібних даних генерує файл формату Microsoft Excel та зберігає його у папці, доступній web-програмам, що працюють під управлінням web-сервера;

2) спеціальний скрипт web-програми, зазвичай в автоматичному режимі за розкладом, перевіряє наявність оновленого файлу електронної таблиці у відповідній папці та у випадку його наявності зчитує з нього інформацію (наприклад, за використанням бібліотеки PHPExcel) та вміщує її у базу даних web-програми;

3) отримані дані з використанням інших скриптів або виводяться на сторінці сайту компанії за запитом користувача, або забезпечується можливість автоматичної генерації XML-файлу з відповідними даними, які передаються у відповідь на запит web-програми компанії партнера.

4) web-програма компанії партнера використовує отриманий XML-файл для: представлення даних на своїй web-сторінці, експорту даних у формат Microsoft Excel для подальшої передачі своїй програмі управлінського обліку тощо.

Запропоновану схему зручно використовувати, наприклад, для поєднання засобів електронної комерції з системами оперативного обліку на підприємстві. Завдяки цьому можна значно спростити поєднання інтернет-магазину компанії з її системами оперативного і бухгалтерського обліку. Також такий підхід годиться для автоматизації взаємодії web-програми інтернет-магазину з обліковими системами гуртового постачальника товарів для цього інтернет-магазину.

Звичайно, що запропонований підхід не є на даний час найбільш ефективними, адже зараз існує багато новітніх систем автоматизації управлінського обліку, що містять web-компоненти, які дозволяють значно простіше розв'язувати зазначені задачі. Однак у умовах виходу з кризи як окремих підприємств, так і української економіки загалом перехід на новітні системи управлінського обліку для підприємств пов'язаний із значними додатковими витратами коштів часу та ресурсів, у зв'язку з чим запропонований підхід, на думку авторів, має право на існування.

Список використаних джерел:

1. Білоус Г. Посібник з кластерного розвитку / Г. Білоус. – К. : МАУП, 2006. – 38 с.
2. Booth D. Web Services Architecture [Електронний ресурс] / D. Booth et al. – W3C Working Group Note, 2004. – Режим доступу: <http://www.w3.org/TR/ws-arch/>.

Віктор Бурачек, к.ф.-м.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Дослідження проблеми інвестування економіки завжди знаходиться у центрі уваги. Це обумовлено тим, що інвестиції торкаються найглибших основ господарської діяльності, визначають процес економічного зростання загалом. У сучасних умовах вони виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, зростання технічного процесу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівні.

Метою проведених досліджень є вивчення проблеми залучення та використання іноземного інвестування в українській економіці.

Одним із важливих чинників забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни є нарощування та ефективне використання інвестиційних ресурсів. Інвестиційні процеси хоч і не вирішують стратегічного завдання структурної перебудови економіки, проте поліпшують загальні макроекономічні показники розвитку країни, частково забезпечуючи стабільність фінансових ринків.

Зарубіжні інвестори відзначають наявність в Україні законодавчих актів і постанов, що стосуються іноземних інвестицій, які суперечать одне одному і дуже швидко змінюються та мають різноманітне тлумачення, факти ігнорування їх положень окремими організаціями і місцевою владою. На принципові питання щодо права власності на землю, механізмів реалізації заставних форм іноземні інвестори не мають однозначних відповідей. До того ж податкова система не стимулює інвестиційну активність [1].

Приплив іноземних інвестицій життєво важливий, проте інтереси українського суспільства, з одного боку, й іноземних інвесторів, з іншого, не збігаються, а інколи є протилежними. Україна зацікавлена у відновленні свого виробничого потенціалу, насиченні споживчого ринку високоякісними і недорогими товарами, у розвитку і структурній перебудові свого експортного потенціалу, проведенні антиімпортної політики, поширені в нашому суспільстві західної управлінської культури. Іноземні ж інвестори зацікавлені в новому плацдармі для одержання прибутку за рахунок великого внутрішнього ринку України, її природних багатств, кваліфікованої і дешевої робочої сили, досягнень вітчизняної науки і техніки та навіть її екологічної безпеки [1].

У першій половині 2008 року Україна отримала майже 5 млрд. дол. США (3,4 млрд. євро) прямих іноземних інвестицій, тобто у чотири рази більше порівняно з аналогічним періодом попереднього року [2].

У регіональному аспекті іноземні інвестиції розміщені в різних областях. З метою визначення найбільших споживачів іноземних

інвестицій (регіонів) була здійснена їх кластеризація на чотири групи за величиною іноземних інвестицій: лідери, доміанти, регіон з помірним рівнем іноземних інвестицій, аутсайтери (табл.1). Групування областей проведено згідно з методологією статистичних групувань. При цьому групувальний інтервал було визначено за формулою:

$$i = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n}$$

де i – групова метрика; X_{\max} - X_{\min} – відповідно, різниця між максимальним та мінімальним обсягами інвестицій; n – задана кількість груп (інтервалів). Отримане таким чином значення величини інтервалу склало:

$$i = (2924,2-51) / 4 = 718,3.$$

При здійсненні групування не враховувалися іноземні інвестиції, що перебувають у суб'єктів господарювання у Києві. Ця особливість пов'язана із тим, що столиця займає особливу позицію у сфері залучення іноземних інвестицій, і їх обсяги є суттєво більшими порівняно з областями України.

Згідно з отриманими даними (табл.1), до лідерів необхідно зарахувати Дніпропетровську область, де обсяги іноземних інвестицій є найбільшими і значно перевищують аналогічні дані в інших областях.

Таблиця 1

Кластерні групи областей України за обсягами іноземних інвестицій

Групи	Обсяг інвестицій, млн. дол. США	Перелік областей
Лідери	2205,9-2924,2	Дніпропетровська
Домінанти	1487,6-2205,9	-
Регіони з помірним рівнем іноземних інвестицій	769,3-1487,6	Донецька, Київська, Львівська, Одеська, Харківська
Аутсайтери	51,0-769,3	Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська, м. Севастополь

Найбільшу частку становлять області, які в нашому випадку необхідно зарахувати до аутсайдерів, але, враховуючи різні розміри іноземних інвестицій, ці області також можна розподілити на три групи: з високим, середнім та низьким рівнем іноземного інвестування (табл. 2). Найменша частка іноземних інвестицій припадає на Тернопільську область – лише 51 млн. доларів США. Групувальний інтервал для областей аутсайдерів дорівнював:

$$i = (726,2 - 51) / 3 = 225,07.$$

Відмінності в обсягах іноземних інвестицій полягають у тому, що регіони України мають чіткий профіль сировинного забезпечення, що на початкових етапах інвестування стає основним орієнтиром щодо вкладення коштів та досягнення поставлених

завдань інвестора. При цьому іноземні інвестиції мають бути спрямовані на підвищення переробки сировини в регіоні, що постачається на експорт, і продукції кінцевого споживання, що користується світовим попитом.

Таблиця 2

Кластерні групи областей України за рівнем іноземного інвестування

Рівень іноземного інвестування	Обсяги інвестицій, млн. дол. США	Перелік областей
Високий	501,13-726,2	АРК, Запорізька
Середній	276,07-501,13	Луганська, Івано-Франківська, Закарпатська, Волинська, Полтавська.
Низький	51-276,07	Вінницька, Житомирська, Запорізька, Кіровоградська, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська, м. Севастополь

Залучаючи іноземних інвесторів, Україна розраховує на такі наслідки: зменшення дефіциту платіжного балансу; компенсацію загального дефіциту фінансових ресурсів для розвитку економіки та фінансування структурної перебудови, освоєння родовищ корисних копалин тощо; збільшення обсягів виробництва, створення нових експортно-орієнтованих виробництв; збільшення внутрішнього попиту на товари виробничого призначення; зростання доходів бюджету, підприємців та населення; зменшення потреби в імпорті; впровадження нових технологій виробництва, ввезення та освоєння нової техніки та устаткування; появу реального ефективного власника колишнього державного майна; впровадження сучасних методів управління, здобуття нових знань у сфері; вдосконалення загальних управлінських знань та технологій з урахуванням специфічності ситуації у країні; полегшення інтеграції країни до міжнародного співтовариства.

Проведені дослідження дозволять підвищити ефективність подальшого іноземного інвестування економіки України, вирівнювання густини щільності інвестицій за регіонами та оптимізувати структуру цих інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Письмаченко Л.М. Контроль та аудит іноземних інвестицій: необхідність і технологія здійснення / Л.М. Письмаченко // Держава та регіони. – 2009. – №6. – С.151–152.
2. Олександренко І.В. Особливості іноземного інвестування в Україні / І. В. Олександренко // Держава та регіони. – 2008. – №5. – С. 120.

Олександр Гімчинський, к.ф.-м.н.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ МЕТОДІВ СТАТИСТИКИ В МЕРЕЖЕВІЙ ТЕХНОЛОГІЇ WEB 2.0

Останнім часом бізнес звернув увагу на ринок електронної торгівлі. Це обумовлено розвитком і покращенням рівня сервісу в цьому сегменті та збільшенням пропускну здатності каналів зв'язку для звичайних

користувачів, які мають доступ до торгових web-платформ засобами глобальної мережі Інтернету.

Зрозуміло, що мережеві технології дозволяють реалізувати формування рівноправних економічних стосунків між його учасниками, зменшують рівень монополізації на ринку, зменшують цінові диспропорції та забезпечують реальну можливість побудови логістичної інфраструктури для керування матеріальними та фінансовими потоками.

Платформами для здійснення комерційної діяльності в Інтернеті виступають комерційні web-сайти, які перейшли на динамічну серверну платформу веб-сервісів Web 2.0 і безпосередньо використовують технологічні досягнення в галузі комп'ютерних технологій: використання реклами на пошукових серверах, створення груп в соціальних мережах, динамічний розвиток інтернет-банкінгу та розвиток інтернет-маркетингу.

Усе це приводить до значного збільшення кількості інформації, яку необхідно обробити та провести її комплексний аналіз для одержання максимального економічного ефекту від потенційних клієнтів – web-користувачів. Основними елементами дослідження ефективності або маркетингової результативності є аналіз використання інтерактивності відвідувача web-ресурсу, підвищення конверсії цільових сторінок, можливість проведення оцінки цільової аудиторії, показника окупності інвестицій, відстеження сучасних трендів, проведення юзабіліті- та постклік-аналізу.

Результатом проведеної роботи в цьому напрямку є збалансування рівня сервісу і величини логістичних витрат для підвищення конкурентоспроможності на ринку, які повинні відповідати основному правилу логістики – «7R»: потрібний товар (**right product**) потрібної якості (**right quality**) в потрібній кількості (**right quantity**) повинен бути доставлений в потрібний час (**right time**) і в потрібне місце (**right place**) потрібному споживачу (**right customer**) з потрібним рівнем затрат (**right cost**). Порушення хоча б однієї із наведених умов призводить до втрати клієнтів і конкурентоспроможності [1]. Тому правильна стратегія впливає на фінансові результати діяльності фірм і робить внесок у забезпечення довгострокової життєздатності на ринку.

Вирішальну роль в реалізації проведення ефективного аналізу є побудова системи, яка б могла виявляти закономірності або взаємозв'язки між змінними у потоках даних. Користувачі можуть переглядати різноманітні документи, аудіо- і відео-файли. Однак це різноманіття даних приховує в собі проблеми, які можуть виникнути не тільки при аналізі, але й при пошуку необхідної інформації в Інтернеті.

До цих проблем можна віднести:

1. Оптимальний пошук інформації. Користувач не завжди може знайти необхідний товар. Незначний відсоток гіперпосилань,

запропонованих пошуковим сервером, приводить до шуканого результату. Також ускладнюється пошук для неіндексованих документів у пошукових системах.

2. Виникає проблема одержання інформації про товар, який за характеристиками дуже наближений до шуканого. Це приводить до дезорієнтації клієнта, який не розуміє технічних якостей та незначних відмінностей, і це стає для нього достатньо трудомістким і важким завданням.

3. Проблема надання споживачам інформації, яка б була для них цікавою та мала опис або відгуки незалежних споживачів, експертів або служб підтримки, що стало би важелем при виборі товару.

Для обробки цього великого масиву даних необхідно застосовувати математичні методи: математичної статистики, дерев рішень, штучних нейронних мереж, теорії нечітких множин або генетичних алгоритмів, кінцевою метою яких є виявлення правил та закономірностей, наприклад, статистичних подій [2]. Таким чином, можна виявити зміни у поведінці споживачів або груп клієнтів для оптимізації пошуку необхідного товару або категорії товарів. У цій галузі використовують технологію інтелектуальної обробки даних з назвою **Data Mining** – виявлення прихованих закономірностей або взаємозв'язків між змінними у великих масивах необроблених даних. Як правило, все це об'єднує завдання класифікації, моделювання, прогнозування, асоціацій, перебору, аналізу відхилень, послідовності шаблонів, регресії та кластеризації. Для пошуку залежностей та знань в глобальній мережі Інтернету і застосування методів та алгоритмів технології **Data Mining** використовують **Web Mining** [3].

Інформація, отримана в процесі дій відвідувача інтернет-ресурсу, є нетривіальною й раніше невідомою. Отримані знання описують нові зв'язки між властивостями й характеристиками та передбачають (рекомендують) поведінку при прийнятті рішення (вибір одних товарів на основі інших і т.д.). Знайдені знання повинні бути застосовні до вихідних з деяким ступенем достовірності. Корисність полягає в тому, що ці знання можуть приносити певну вигоду при застосуванні. Знання повинні бути в зрозумілому для користувача не математичному вигляді – логічно асоціативному. Подібній конструкції може відповідати декларативна мова програмування структурованих запитів з базами даних – **SQL**. Тобто, попередньо одержану інформацію логічних конструкцій переходу між сторінками в мережі Інтернету необхідно перетворити у форму, зручну для обробки. Раніше було практично неможливим застосування **Web Mining**, але збільшення продуктивності сучасних процесорів зняло ці обмеження. Тепер за прийнятний час можна провести якісний аналіз переходів («сюрфіngu») користувача.

Метою аналізу Web Mining є виявлення переваг відвідувача при використанні тих чи інших ресурсів мережі Інтернет. Тут надто важливо здійснити ретельну попередню обробку даних: вилучити зайві переходи на сторінки, які не цікаві для аналізу (користувача).

Кожний користувач інтернет-магазину має свої індивідуальні смаки, погляди, залежно від яких він відвідує ті або інші ресурси. Виявивши, які сторінки й у якій послідовності відкривав користувач, можна зробити висновок про його переваги. Аналіз загальних тенденцій серед усіх відвідувачів показує, наскільки ефективно працює електронний портал, які його сторінки відвідуються найбільше, а які найменше. На основі цього аналізу можна оптимізувати сайт: знайти раніше не помічені проблеми у функціонуванні, дизайні і, використовуючи сучасні технології Web 2.0, перебудувати сторінку динамічно в режимі «реального часу» таким чином, щоб не цікаві категорії для користувача приховано переміщалися на задній план, а товар, який клієнт вже купував, був підставою для переходу до супутніх товарів або нових розробок через певний проміжок часу та інше.

Особливістю запропонованого підходу є те, що модель передбачення дій користувача повинна будуватися, виходячи з інформації, яка знаходиться або зберігається не на стороні сервера, а на стороні клієнта. Наприклад, на відстеженні переходів на основі «cookies»-файлів за допомогою JavaScript. У результаті одержимо збалансування рівня сервісу і величини логістичних витрат з наступним підвищенням конкурентоспроможності. Наприклад, зародки наведеної технології пробує реалізувати компанія Rozetka (<http://rozetka.com.ua>) при розміщенні реклами на сторонніх платформах (<http://mail.ru> та ін.), ґрунтуючись на статистиці інформації, яка зберігається на серверах компанії Rozetka.

Як приклад практичної реалізації технології Data Mining, можна навести досвід роботи поліцейських Чикаго. Американська поліція вже декілька років експериментує з автоматичною обробкою статистики про злочини. В 2011 році в місті Санта-Крус (Каліфорнія) в експериментальному режимі почали використовувати програму передбачення злочинів. Там, на базі статистики злочинів за останні кілька років вираховується частота кожного типу злочину у різних районах міста і відповідно до цього складаються маршрути для поліцейських патрулів із вказівкою «гарячих точок» [4].

Список використаних джерел:

1. Моисеева Н. К. Экономические основы логистики : учебник / Н. К. Моисеева. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 528 с.
2. Добування даних : Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Добування_даних
3. BaseGroup Labs. Технологии анализа данных. Web Mining: основные понятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.basegroup.ru/library/web_mining/basic_conceptions/
4. Data Mining. Полиция Чикаго составила список из 400 предполагаемых будущих преступников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://habrahabr.ru/hub/data_mining/

Ірина Готинчан, к.ф.-м.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ ТА КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНУ У ВИПАДКУ РИЗИКУ

Важливим чинником ефективної інвестиційної діяльності є належне формування портфелю та календарного плану виконання проектів реального інвестування [4]. Такий план у кожний період часу повинен бути збалансованим щодо необхідних та наявних інвестиційних ресурсів. Це дозволить здійснювати безперервну реалізацію кожного з обраних до портфелю інвестиційних проектів. Оптимізаційна спрямованість забезпечуватиме визначення такого з допустимих планів, який характеризується найкращими економічними показниками, очікуваними від реалізації обраного комплексу інвестиційних проектів загалом [1]. До того ж, методика планування обов'язково повинна враховувати ризик щодо очікуваних показників реалізації кожного з інвестиційних проектів та особливості індивідуального ставлення інвесторів щодо цього ризику [2].

Економіко-математична модель задачі формування інвестиційного портфеля та календарного плану його виконання у випадку ризику має вигляд [3]:

$$\hat{N}_{\Sigma} = \sum_{j=1}^n \bar{N}_j \sum_{t=1}^{T_0-T_j+1} \frac{x_{jt}}{(1+e)^{t-1}} + \xi \sigma(N_{\Sigma}) \rightarrow \max, \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^n \sum_{\tau=1}^{\min\{t, T_j\}} \bar{I}_{j\tau} x_{j,t+1-\tau} + k \sigma(I_{\Sigma t}) \leq K_t, \quad t = \overline{1, T_0}, \quad (2)$$

$$\sum_{t=1}^{T_0-T_j+1} x_{jt} \leq 1; \quad x_{jt} \in \{0; 1\}, \quad t = \overline{1, T_0 - T_j + 1}; \quad j = \overline{1, n}. \quad (3)$$

де $\sigma^2(N_{\Sigma}) = \sum_{j=1}^n \sigma^2(N_j) \sum_{t=1}^{T_0-T_j+1} \frac{x_{jt}}{(1+e)^{2t-2}}$, $\sigma^2(I_{\Sigma t}) = \sum_{j=1}^n \sum_{\tau=1}^{\min\{t, T_j\}} \sigma^2(I_{j\tau}) x_{j,t+1-\tau}$, $t = \overline{1, T_0}$,

x_{jt} – детерміновані керовані параметри, які значеннями 1 або 0 відбивають факт вибору та початку виконання j-ого проекту у t-му часовому проміжку планового періоду. T_0 – тривалість горизонту планування, t – номер окремого часового проміжку ($t = \overline{1, T_0}$); n – кількість потенційних проектів реального інвестування, j – номер окремого проекту ($j = \overline{1, n}$); K_t – ліміт інвестиційних ресурсів на t-й часовий проміжок ($t = \overline{1, T_0}$, $T_0 > \max_{j=1, n} T_j$); e – нормативний коефіцієнт

ефективності інвестицій, T_j – максимальна тривалість життєвого циклу ($T_j < T_0$); $\bar{I}_{j\tau}$ – очікувані інвестиційні витрати у τ - му часовому проміжку життєвого циклу, $\sigma(I_{j\tau})$ – їх стандартні відхилення; \bar{N}_j – очікуваний чистий, зведений до початку життєвого циклу, дохід; $\sigma(N_j)$ – його стандартне відхилення.

Задача (1)-(3) є цілочисловою нелінійною оптимізаційною задачею з логічними змінними і може бути розв'язана засобами табличного процесора Excel 2013.

Розглянемо приклад використання математичної моделі формування інвестиційного портфеля і календарного плану у випадку ризику та її розв'язання засобами Excel 2013.

Необхідна вихідна інформація про окремий інвестиційний проект наведена у таблиці.

Таблиця 1

Вихідна інформація про окремий інвестиційний проект

Показник	Оцінка	Рік життєвого циклу						
		1	2	3	4	5	6	7
Інвестиційні витрати	Оптимістична	40	35	20	-	-	-	-
	Модальна	50	40	30	-	-	-	-
	Песимістична	60	50	35	10	-	-	-
Поточні витрати	Оптимістична	15	70	80	120	170	200	-
	Модальна	20	80	100	150	200	-	-
	Песимістична	25	100	150	200	250	300	-
Поточні результати	Оптимістична	-	30	420	650	850	1000	-
	Модальна	-	20	400	600	800	-	-
	Песимістична	-	10	300	400	500	-	-

За наведеними вище формулами та припущеннями обчислені статистичні характеристики вихідних економічних показників потенційних інвестиційних проектів:

Проект	Максимальна тривалість, років	Чистий дохід, зведений до початку виконання проекту	Щорічні інвестиційні витрати протягом життєвого циклу						
			1	2	3	4	5	6	7
1	6	470,11	50	40,833	29,167	1,667	0	0	0
		66,20	3,333	2,5	2,5	1,6667	0	0	0
2	5	520,285	103,2	154,3	49,621	0	0	0	0
		64,72	9,632	12,14	6,34	0	0	0	0
3	6	282,434	41,3	72,54	98,715	15,14	0	0	0
		52,11	3,684	11,74	8,914	15,141	0	0	0
4	6	312,46	62,8	129,45	0	0	0	0	0
		40,38	8,55	16,423	0	0	0	0	0
5	7	455,35	71,2	82,63	58,148	11,25	0	0	0
		30,14	5,35	10,98	4,573	11,252	0	0	0

Вважатимемо, що горизонт планування дорівнює 10 років, щорічний ліміт інвестицій – 150 млн. грн. кожні перші два роки та 180 млн. грн. у кожний з наступних років. Нормативний коефіцієнт ефективності інвестицій – 20%, ставка дисконту $e = 0.2$

Розв'язок задачі (1) – (3), який зображено на рис. 1, за наведеними даними з таблиць, вказує на те, що існує дефіцит інвестиційних ресурсів у першій половині планового періоду, водночас незадіяними залишаються інвестиційні ресурси для останніх років планового періоду.

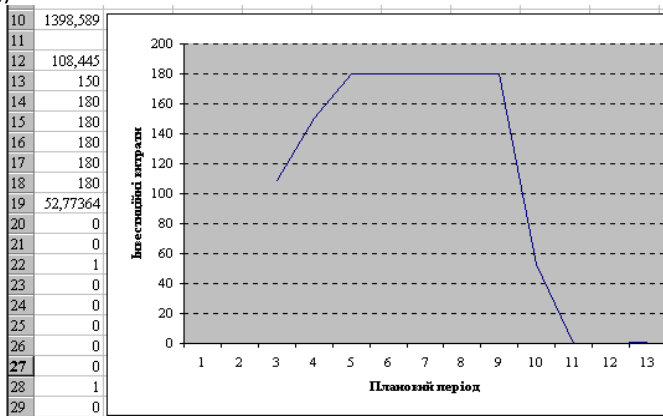


Рис. 1. Розв'язок модельної задачі

Список використаних джерел:

1. Виленский П. Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика / П. Л. Виленский, В. Н. Лившиц В.Н. и др. – М. : Дело, 2004. – 888 с.
2. Ендовицкий Д. А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика / Д. А. Ендовицкий. — М. : Финансы и статистика, 2001. — 400 с.
3. Кельтон В. Имитационное моделирование. Классика CS / В. Кельтон, А. Лоу. — К. : Издательская группа ВNH, 2004. — 847 с.
4. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. — СПб. : Питер, 2004. — 464 с.

Василь Григорків, д.ф.м-н., Святослав Іщенко,
Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці
**МОДЕЛЮВАННЯ ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК
НЕСІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

Поява ринку землі – це закономірний результат приватизації землі. Однією з його основних функцій є забезпечення ефективного перерозподілу землі між власниками і користувачами. З інституційної точки зору ринок землі – це сукупність кадастрових, майнових та інших спеціалізованих установ і структур, через які відбувається перерозподіл землі між сторонами, угод із землею відповідно до правил, визначених чинним законодавством.

Інфраструктура обслуговування ринку землі є структурною моделлю, що забезпечує стабільність і сталість правил поведінки суб'єктів господарювання. Ця модель дає лише загальне уявлення про структуру ринку землі.

Стан ринку земельних ділянок несільськогосподарського призначення можна оцінити як найбільш розвинутий в західних регіонах України, однак для нього характерні ті негативні чинники, що і для всієї економіки. У державних органах реєстрації прав та обліку нерухомості відсутня достовірна статистика реальних операцій на земельному ринку. Обмеженим є ринок з продажу земель, що знаходяться в муніципальній і державній власності. На тлі таких ринків, як квартирний, ринок оренди нежитлових приміщень, цей ринок маловивчений і характеризується загалом невисокою активністю. Характерне скептичне ставлення ріелтерів середніх і малих міст до земельних ділянок, пов'язане з низькою ліквідністю таких об'єктів при їх невисокій вартості, в той час як в розвинених країнах світу ринок земельних ділянок для будівництва одно-, двохсімейних будинків є одним з найбільш динамічних і високорозвинених. Земельна ділянка – це класичний об'єкт нерухомості (можливо, плюс поліпшення на ній у вигляді будівель, споруд).

Слід зазначити, що ринкова вартість об'єкта оцінки повинна розраховуватися, виходячи з вартості фактично укладених угод. На практиці такий підхід не завжди можливий, оскільки інформація про укладені угоди малодоступна. Використання ціни пропозиції свідчить про «некомпетентність» оцінювачів, тому що реальна вартість угод не збігається з вартістю пропозиції, оскільки не враховує «знижку за результатами переговорів».

У даній роботі ціни на земельні ділянки є цінами угод. Опрацьовано інформацію по 1500 земельних ділянках, які можуть використовуватись для будівництва дач і котеджів. Проте частина записів була вилучена через неточність або неповноту інформації. З метою підвищення однорідності вихідних даних було проведено уточнення інформації, в результаті вихідна вибірка була скорочена до 375 об'єктів, які фактично є земельними ділянками, придатними для будівництва, городництва та садівництва. Виділені ділянки не мали обмежень, сервітутів, зобов'язань, а також явно виражених дефектів.

Пропонована методика оцінки земельних ділянок передбачає наступну послідовність дій:

1) визначення складу ціноутворюючих факторів;

2) оцифрування якісних факторів;

3) побудова оціночних моделей для ділянок, перевірка якості моделей та оцінювання ще неоцінених ділянок.

Головними факторами, що впливають на вартість земельних ділянок [1; 2] є: відстань до автостради (ROAD); наявність водоймищ (RIVER),

лісів (FOREST), газопостачання (GAS), електроенергії (EL), каналізації (WC); відстань до населеного пункту (TOWN); відстань до залізничної станції (STATION) та площа земельної ділянки (SQ).

Зрозуміло, що такі фактори, як наявність водоймищ, лісів, газопостачання та каналізації є якісними і їх в моделі доцільно подати у вигляді бінарних змінних: 1 – наявність відповідного фактора, 0 – відсутність.

Для побудови моделі вартості земельної ділянки використано економетричний підхід, причому у ролі пояснюючих змінних вибрано всі 9 перерахованих факторів. Розроблена модель має вигляд:

$$\begin{aligned} \text{PRICE} = & 3612,82 - 86,94 \cdot \text{ROAD} - 527,22 \cdot \text{RIVER} - 16,81 \cdot \text{FOREST} + \\ & + 331,40 \cdot \text{GAS} + 38,09 \cdot \text{EL} + 457,63 \cdot \text{WC} - 57,87 \cdot \text{TOWN} + \\ & + 214,18 \cdot \text{STATION} + 11,44 \cdot \text{SQ}. \end{aligned} \quad (1)$$

Коефіцієнт детермінації моделі $R^2=0,94$, що є дуже гарним результатом для економічного завдання. Значення коефіцієнта Фішера $F = 21,13$ показує, що регресійна залежність значуща зі статистичною надійністю 95%, що свідчить про існування очевидного зв'язку між ціною і ціноутворюючими факторами.

Перевірено також значущість окремих регресійних коефіцієнтів на основі t -критерію Стьюдента. Для визначення $t_{кр}$ використано таблицю розподілу Стьюдента: ($\alpha = 0,05$ і $\nu = n - k - 1 = 22 - 9 - 1 = 12$). У результаті перевірки статистично істотними виявилися тільки коефіцієнти регресії при змінній ROAD – для $|t| > t_{кр}$. Для решти факторів значущість регресійних коефіцієнтів зі статистичною надійністю 95% не підтвердилася.

Серед незначущих коефіцієнтів регресії неістотним, зокрема, за значенням t -критерію, є коефіцієнт при змінній STATION, який і підлягає виключенню з моделі першим. Виключивши вказаний фактор, на другому кроці отримано рівняння вигляду:

$$\begin{aligned} \text{PRICE} = & 4187,16 - 75,65 \cdot \text{ROAD} - 292,80 \cdot \text{RIVER} + 152,01 \cdot \text{FOREST} + \\ & + 339,71 \cdot \text{GAS} - 513,01 \cdot \text{EL} + 477,67 \cdot \text{WC} - 87,59 \cdot \text{TOWN} - 2,81 \cdot \text{SQ}. \end{aligned} \quad (2)$$

У подальших розрахунках було виключено змінну EL, яка за критерієм Стьюдента є незначущою. На третьому кроці отримано рівняння регресії, що враховує вплив 7 факторів.

Відсів незначущих факторів було продовжено до тих пір, поки на 6 кроці не було побудовано рівняння регресії:

$$\begin{aligned} \text{PRICE} = & 4484,58 - 95,03 \cdot \text{ROAD} - 491,06 \cdot \text{RIVER} + 393,15 \cdot \text{GAS} - \\ & - 92,84 \cdot \text{TOWN}, \end{aligned} \quad (3)$$

у якому всі коефіцієнти регресії значущі.

В експериментальних цілях процес відсіву факторів був продовжений до тих пір, поки не була отримана регресія, що враховує вплив всього 1 фактора – ROAD (при цьому послідовно виключалися найменш істотні серед значущих коефіцієнтів регресії за t-статистикою). Детальні результати оцінювання наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Ідентифікація та аналіз адитивних моделей

Характер. моделі		Кількість факторів у моделі								
фактори		9	8	7	6	5	4	3	2	1
Коефіцієнти регресії	ROAD	3612,82	4187,16	3506,3	3485,73	3583,85	4484,58	3508,28	3415,2	3762,9
	RIVER	-86,94	-75,65	-44,96	-44,34	-45,42	-95,03	-51,84	-54,95	-58,57
	FOREST	-527,22	-292,80	-195,56	-200,24	-207,02	-491,06	0	0	0
	GAS	-16,81	152,01	62,85	60,25	0	0	0	0	0
	EL	331,40	339,71	270,63	260,74	252,12	393,15	315,29	401,55	0
	WC	38,09	-513,00	0	0	0	0	0	0	0
	TOWN	457,63	477,66	117,09	120,75	115,78	0	0	0	0
	STATION	-57,87	-87,59	-31,17	-31,96	-34,29	-92,84	-18,10	0	0
	SQ	214,18	0	0	0	0	0	0	0	0
			11,44	-2,81	-1,47	0	0	0	0	0
Статистичні властивості	R ²	94,07	92,86	96,76	96,74	96,28	91,87	91,84	90,53	73,39
	σ	312,4	328,98	103,74	100,23	103,39	391,95	143,92	150,71	245,93
	F	21,13	21,16	55,46	69,31	77,79	27,86	63,82	86,06	52,4
Якість оцінки	Помилка апроксимації,%	5,29	6,93	7,089	8,99	10,3	11,70	12,03	13,52	14,10

Побудувавши вказані моделі, ми маємо можливість розрахувати орієнтовну вартість будь-якої неоціненої земельної ділянки, що знаходиться на даній території (шляхом підстановки параметрів оцінюваних об'єктів у рівняння регресії та розрахунку вартості за певними регресійними коефіцієнтами). Результати побудованих моделей доцільно використовувати при визначенні вартості неоцінених ділянок.

Список використаних джерел:

1. Новаковський Л. Я. Соціально-економічні проблеми сучасного землекористування /Л. Я. Новаковський. – [2-ге вид., доп. і перероб.]. – К. : Урожай, 2009. – 276 с.
2. Третяк А. М. Економіка землекористування та землевпорядкування : навч. посіб. / А. М. Третяк. – К. : ТОВ ЦЗРУ, 2004. – 542 с.

Василь Григорків, д.ф.-м.н., Галина Кибич,
Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича, м. Чернівці

**ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ЦІНИ НА ПРОМИСЛОВУ
ПРОДУКЦІЮ З УРАХУВАННЯМ ЛІЗИНГОВИХ ПЛАТЕЖІВ**

Особливості ринку промислової продукції зі своєю специфікою процесу ціноутворення проявляються в наступному: попит носить виробничий характер, тобто визначається кон'юнктурою на ринку

споживчих товарів, для виробництва яких використовується промислова продукція; суб'єктами ринку виступають підприємства-продавці і підприємства-покупці, які отримують промислову продукцію для виробництва товарів або послуг, а також посередники і державні організації; наявність монополії, тобто покупець товару тільки один; частина промислової продукції розрахована на тривале використання, тому підприємству-споживачеві важливі не тільки ціна покупки, а й ціна споживання; корисність промислової продукції можна оцінити кількісно на основі параметрів технічної документації (продуктивність, потужність тощо); ціна залежить не тільки від властивостей товару, а й від інших чинників, наприклад організації післяпродажного обслуговування, іміджу підприємства тощо.

Провідне місце в методології ціноутворення належить визначенню методів формування ціни, які є найбільш адекватним відображенням реальних економічних відносин і виконують функцію регулятора виробництва та обігу товарів, активно впливають на суспільно необхідні витрати.

До поширених методів визначення ціни залежно від витрат належать: метод повних витрат; метод прямих витрат; метод граничних витрат; метод обліку рентабельності інвестицій; метод надбавки до ціни; метод на основі аналізу беззбитковості [1].

Суть методу повних витрат полягає в розрахунку суми сукупних витрат, які враховують змінні та постійні витрати. і прибутку, який очікує отримати промислове підприємство. Якщо підприємство відштовхується від певного відсотку рентабельності виробництва продукції, то розрахунок ціни може бути проведений за формулою [2]:

$$P = Z \cdot \left(1 + \frac{\Pi}{100} \right) \quad (1)$$

де P – ціна продажу; Z – собівартість промислової продукції; Π – очікувана норма прибутку (у відсотках).

Як відомо, розвиток промислового виробництва потребує вдосконалення, модернізації вже зношеного та непридатного обладнання, модифікації розвитку нових форм і напрямків, зміцнення конкурентоспроможності, розширення виробництва у зв'язку з наявністю політичної нестабільності та негативних прогнозів щодо подальшого розвитку економіки України. Це потребує використання промисловими підприємствами різних форм та джерел фінансування, наприклад лізингу (довгострока оренда машин, обладнання, промислових товарів інвестиційного призначення, які куплені орендодавцем для їх виробничого використання орендарем, причому право власності на них зберігається за орендодавцем на весь термін договору оренди). Тому до складу собівартості промислової продукції, яка складається із витрат, які групуються за такими

елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрухування на соціальні заходи, амортизація основних фондів та нематеріальних активів, інші витрати [3], варто віднести плату за лізинг. Тоді формула для визначення собівартості промислової продукції матиме вигляд:

$$Z = B_1 + B_2 + B_3 + B_4 + B_5 + B_6 + B_7 + B_8 + B_9 + B_{10}, \quad (2)$$

де Z – собівартість промислової продукції, грн.; B_1 – витрати на основні та допоміжні матеріали і сировину, грн.; B_2 – витрати на закупні матеріали, грн.; B_3 – витрати на закупні комплектуючі вироби і напівфабрикати, грн.; B_4 – витрати на паливо й енергію, грн.; B_5 – витрати на оплату праці, грн.; B_6 – єдиний соціальний внесок, грн.; B_7 – амортизація основних фондів та нематеріальних активів, грн.; B_8 – транспортні витрати, грн.; B_9 – лізингові платежі, грн.; B_{10} – інші витрати, грн.

Для прикладного дослідження та застосування запропонованого методу ціноутворення промисловим підприємством розроблено програмне забезпечення та встановлені теоретично обґрунтовані ринкові ціни для деяких видів промислової продукції.

Отже, лізинг для промисловості України є одним з інвестиційних механізмів оновлення основних засобів, а для виробників промислової продукції – вигідною і доступною формою придбання необхідної для виробництва техніки. Загалом, проведення наукових досліджень щодо методів формування ціни на промислову продукцію (з урахуванням різного виду платежів) дозволить виявити шляхи підвищення ефективності виробництва галузі.

Список використаних джерел:

1. Кибич Г. П. Моделювання ціни сільськогосподарської продукції з урахуванням кредитних ресурсів // Інноваційна економіка. – 2013. – №4 [42]. – С. 218–225.
2. Кибич Г. П. Моделювання ціни сільськогосподарської продукції з урахуванням регулярних лізингових платежів // Науковий вісник НЛТУ України : збірник наук.-техн. праць. – Львів, 2013. – Випуск 23.17. – С. 217–224.
3. Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості : Постанова від 26 квітня 1996 р. №473 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uazakon.com/big/text580/pg1.htm>

Юрій Коляда, к.ф.-м.н.,

Київський національний економічний університет
ім. В.Гетьмана, м. Київ,

Сергій Пертен,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРИКЛАДНА ХАРАКТЕРИСТИКА КІНЕТИЧНОЇ МОДЕЛІ ІНФЛЯЦІЇ

У рамках відомої в літературі кінетичної моделі інфляції [1] проводяться обчислювальні експерименти, метою яких є моделювання індексу споживчих цін для економік таких країн, як Україна, Російська Федерація та Польща. Математична модель (ММ) інфляції має вигляд:

$$\begin{cases} \frac{dp}{dt} = k_1 \left(\frac{1+m}{1+y} - p \right), \\ \frac{dy}{dt} = k_2 \left(\frac{d \cdot m}{p} - y \right), \end{cases} \quad (1)$$

де $p(t)$ – функція зміни індексу споживчих цін (ІСЦ),
 $y(t)$ – функція зміни фізичних обсягів валового внутрішнього продукту (ВВП), $m(t) = \frac{\Delta M}{M_0}$ – функція безрозмірної емісії, $d(t) = \frac{\xi \cdot M_0}{p \cdot I}$ – фізичний обсяг інвестицій, ξ – частка емісійних грошей, які направляються у виробництво заради підвищення обсягів валового продукту.

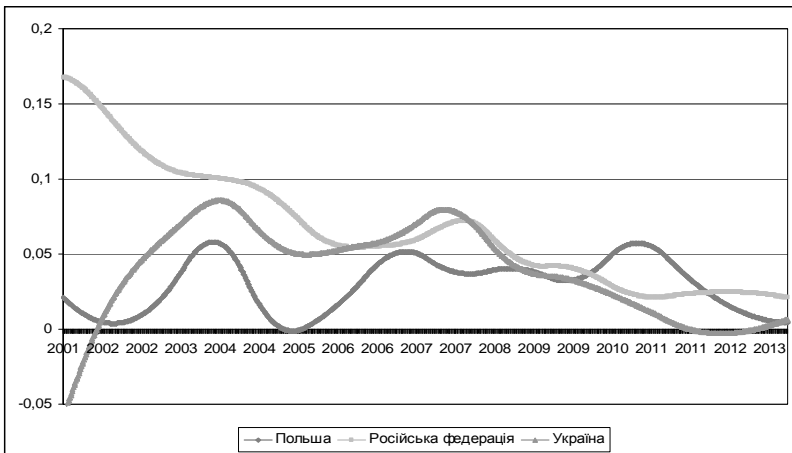


Рис. 1. Криві кінетичного коефіцієнта $k_1(t)$, побудовані на підґрунті статистичних даних для економік Польщі, Російської Федерації та України

Всебічний обчислювальний експеримент підтвердив гіпотезу про економічну природу коефіцієнта $Me_{Inv} = d \cdot m$ як рівня монетизації інвестицій

$$Me_{Inv} = d \cdot m = \frac{\xi \cdot M_0}{p \cdot I} \cdot \frac{\Delta M}{M_0} = \frac{\xi \cdot \Delta M}{p \cdot I}. \quad (2)$$

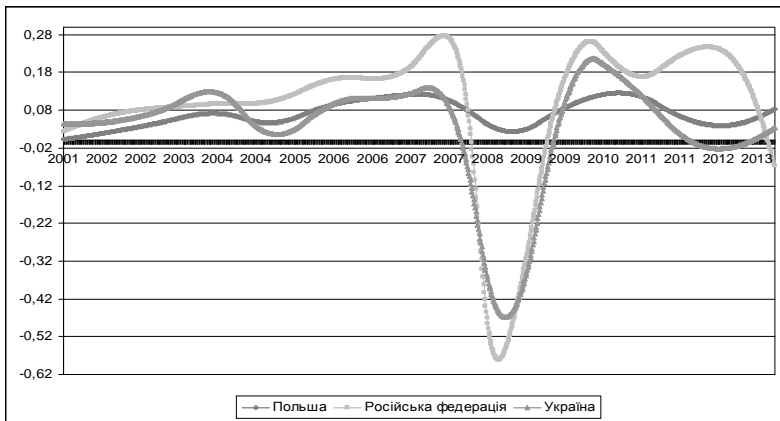


Рис. 2. Криві кінетичного коефіцієнта $k_2(t)$, побудовані на підґрунті статистичних даних для економік Польщі, Російської Федерації та України

На рис. 1 і 2 побудовано криві кінетичних коефіцієнтів для економік Польщі, Російської Федерації та України. Характерним є стрімке падіння функції $k_2(t)$ для України та Російської Федерації під час фінансової кризи 2008 року.

Список використаних джерел:

1. Коляда Ю.В. Математичне моделювання інфляції в Україні / Ю.В. Коляда, С.І. Пертен // Економічна кібернетика. – 2011. – №1–3 (67–69). – С.16–25.
2. Накоряков В.Е. Кинетическая модель инфляции / В.Е. Накоряков, В.Г. Гасенко // Экономика и математические методы. – 2004. – №1 (40). – С. 129–134.
3. Осечкина Т.А. Математическая модель оценки инфляции / Т.А. Осечкина, Е.Э. Постоногова // Вестник ПНИПУ. Прикладная математика и механика. – Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012. – № 1. – С. 148–158.
4. Табачников Я.А. Кинетическая модель инфляции, учитывающая инфляционные ожидания / Я.А. Табачников // Прикладная статистика. Актуарна та фінансова математика. – 2008. – №1–2. – С.92–100.

Юрій Королук, д.н.д.у,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

Віталій Толуб'як, д.н.д.у,

Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль

ПРОГНОЗУВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ПЕРСПЕКТИВНИХ КЛАСТЕРНИХ СИСТЕМ

Сьогодні кластерний підхід є ефективним «непрямим» механізмом забезпечення соціально-економічного розвитку регіону. Незважаючи на успішний світовий досвід реалізації регіональної кластерної політики, Україна перебуває на початкових етапах впровадження методів кластерного управління. Головною причиною зазначеного є низка

відомих науково-прикладних проблем, що потребують розв'язання, зокрема, із врахуванням специфіки функціонування вітчизняних регіонів.

Так, вагомої актуальності набувають завдання оцінки ефективності функціонування кластерів, що часто пов'язують із оцінкою синергетичного ефекту від інтеграції його елементів. Поняття «синергетичного ефекту» є багатотрактовним у рамках методології системного підходу, однак у даній роботі під ним будемо розуміти «...ефект, породжений скоординованими у просторі і діях різнорідних за природою механізмів, що обумовлюють якісні зміни в системі» [1].

Формування кластерного утворення вимагає належного ресурсного забезпечення: інформаційного, фінансового, логістичного тощо. Саме тому оцінка дієвості функціонування кластеру, кількісного виміру синергетичних ефектів від інтеграції його елементів є принциповою з точки зору визначення ефективності початкових затрат.

За останні роки у світовій та вітчизняній науці спостерігається вагомий прорив у числовій оцінці синергетичного ефекту кластерних систем. Зокрема, поширення набули [1]: витратний, ринкових порівнянь (аналоговий) і прибутковий підходи. Порівняльний підхід до: визначення коефіцієнту додаткової корисності учасників кластеру [2]; інтеграційної привабливості бізнесу в межах кластеру [3]; обліку синергетичного ефекту [4] та ін.

Однак спільними недоліками вищезазначених підходів є: оперування обмеженим колом економічних параметрів учасників кластеру; залишення поза увагою елементів інформаційної, соціальної та екологічної природи кластерної системи; можливість адекватного аналізу тільки тривалий час функціонуючого кластерного утворення. Останній недолік унеможливорює отримання прогностичних показників функціонування майбутнього кластеру, передбачення можливого кола його учасників та необхідних для їх інтеграції ресурсів.

Подолання зазначених недоліків вимагає аналізу кластерних утворень як цілісних складових соціально-економічної системи регіону. Аналіз повинен базуватися на міждисциплінарних методах дослідження і спрямовуватися на виявлення об'єктивних закономірностей функціонування кластеру, зокрема самоорганізаційних.

Для вирішення проблемної мети дослідження запропоновано використовувати функціонально-статистичний підхід до побудови нейромережевої моделі регіональної соціально-економічної системи (РСЕС). Підхід успішно зарекомендував себе при описі синергетичних ефектів кластерних формувань Хмельницької області [5, с. 295]. Модель РСЕС містить 20 числових параметрів, що описують економічний та ресурсний стан елементів потенційного кластерного формування (підприємств) та 20 параметрів зовнішнього середовища (відібраних соціально-економічних показників обласної статистики). Програмним

середовищем реалізації моделі обрано Deductor Studio компанії BaseGroup Labs. Для навчання нейромережі необхідно використовувати показники, щонайменш, п'ятирічної статистики, що обумовлюється вимогами точності методів інтелектуального аналізу даних. Модель є універсальною з позицій врахування специфіки різних областей України, донавчання за появи оновленої статистичної інформації та простоти реалізації, обумовленої особливостями середовища Deductor Studio.

Умовою модельного експерименту (прикладного використання нейромережі) є "спонукання" до адаптивної самоорганізації елементів потенційного кластеру. Останнє досягається шляхом штучної, із визначеним кроком, зміни параметрів зовнішнього середовища (входів) і аналізу реакції параметрів елементів кластерного формування (виходів).

Таким чином, у рамках комп'ютерного моделювання, отримується змога прогнозу синергетичної поведінки перспективних кластерних утворень як цілісних систем, протиставлених зовнішньому середовищу. Подальший порівняльний аналіз дає змогу здійснити відбір найбільш ефективних з точки зору співвідношення початкових затрат та кінцевого економічного ефекту сценаріїв формування кластерів.

Список використаних джерел:

1. Авдоница С. Г. Количественные методы оценки синергетического эффекта инновационного кластера / С. Г. Авдоница // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – №3 (39). – Режим доступа: http://www.uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=1147.
2. Алтухова Н. Механізм внутрішньої взаємодії у виробничих кластерах / Н. Алтухова // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1(30). – С.102–106.
3. Лапин А. Е. Методика анализа интеграционной привлекательности бизнеса с позиций кластерного подхода / А. Е. Лапин, Е. В. Пустынникова // Вестн. Казанского гос. аграрного ун-та. – 2010. – Вип. 4(18). – С. 52–56.
4. Курсеев Д. В. Учет синергетического эффекта / Д. В. Курсеев // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – т.6 №3 (ч.2). – С.162–165.
5. Королюк Ю. Г. Механізми управління розвитком регіональних систем : монографія / Ю. Г. Королюк. – К. : Терно-граф, 2011. – 344 с.

Сергій Косяченко, к.ф.-м.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ МЕТОДАМИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

Як відомо [1-3], кластерний аналіз відіграє важливу роль на етапі редуцції економіко-математичної моделі товарної кон'юнктури, сприяючи полегшенню і спрощенню обчислювальних процедур, забезпеченню більшої компактності отриманих результатів при одночасному збереженні необхідної точності. Застосування кластерного аналізу дає можливість розбити всю початкову сукупність показників кон'юнктури на групи (кластери) по власних критеріях, полегшуючи тим самим вибір найбільш репрезентативних показників.

Кластерний аналіз можна використовувати для моделювання ринкової кон'юнктури. Практично більшість задач прогнозування опирається на використанні кластерного аналізу, наприклад, задача розробки прогнозу кон'юнктури ринку для того чи іншого товару.

Для проведення кластерного аналізу спочатку необхідно відібрати основні показники регіонального ринку. Перш за все це наступні: час; показники виробництва у вибраному для аналізу регіоні та в сусідніх регіонах; показники споживання у вибраному для аналізу регіоні та в сусідніх регіонах; запаси аналізованого товару у виробників; запаси аналізованого товару у споживачів; показники імпорту та експорту аналізованого товару.

Для визначення конкретних залежностей зручно використовувати апарат кореляційно-регресійного аналізу. Аналіз зв'язків у цьому випадку здійснюється на основі матриці парних коефіцієнтів кореляції (приймається гіпотеза про нормальний розподіл аналізованих показників кон'юнктури). Звичайно, що r_{ij} (показник кореляції) не є єдино можливим показником зв'язку використовуваних показників. Необхідність використання кластерного аналізу пов'язано в цій задачі з тим, що кількість показників, які впливають на ціну певного товару, є дуже великим. Виникає необхідність скоротити їх кількість з низки наступних причин: а) відсутність повних статистичних даних по всіх змінних; б) різке ускладнення обчислювальних процедур при введенні в модель більшого числа змінних; в) оптимальне використання методів регресійного аналізу потребує перевищення числа спостережуваних значень над числом змінних не менш, ніж в 6-8 раз; г) схильність до використання в моделі статистично незалежних змінних.

Проводити такий аналіз безпосередньо на громіздкій матриці коефіцієнтів кореляції досить проблематично [4; 5]. За допомогою кластерного аналізу всю сукупність кон'юнктурних змінних можна розбити на групи таким чином, щоб елементи кожного кластеру сильно корелювали між собою, а представники різних груп характеризувались слабкою кореляцією.

Для розв'язку поставленої вище задачі було застосовано один з агрегативних ієрархічних алгоритмів кластерного аналізу. На кожному кроці число кластерів зменшується на одиницю за рахунок оптимального, в певному розумінні, об'єднання двох груп. Критерієм об'єднання є зміна відповідної функції. Як така функція, були використані значення сум квадратів відхилень, що обчислюються за наступною формулою:

$$E_j = \sum_{i=1}^n r_{ij}^2 - \frac{1}{n} \left(\sum_{i=1}^n r_{ij} \right)^2$$

де j – номер кластера, m – число елементів в кластері, r_{ij} – коефіцієнт кореляції.

Таким чином, процесу групування в кластери повинно відповідати послідовне мінімальне зростання значень критерію Е.

Список використаних джерел:

1. Воронцов К.В. Алгоритмы кластеризации и многомерного шкалирования : курс лекцій / К. В. Воронцов. – МГУ, 2007.
2. Jain A., Murty M., Flynn P. Data Clustering: A Review // ACM Computing Surveys. – 1999. – Vol. 31, no. 3.
3. Котов А., Кластеризация данных / Котов А., Красильников Н. – М., 2006.
4. Мандель И. Д. Кластерный анализ / И. Д. Мандель. — М.: Финансы и статистика, 1988.
5. Прикладная статистика: классификация и снижение размерности / С. А. Айвазян, В. М. Бухштабер, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин. — М.: Финансы и статистика, 1989.

Аркадій Семчук, к.ф.-м.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАДАЧ ІЗ УСКЛАДНЕННЯМИ

Для кращого розуміння економічної суті проблеми розглянемо такі дві задачі.

Задача 1

Три торговельні бази P_1 , P_2 та P_3 забезпечують чотири крамниці S_1 , S_2 , S_3 , S_4 борошном. Транспортні витрати на перевезення 1 кг борошна з P_1 у кожну крамницю відповідно становлять 3, 4, 2, 3 коп., з P_2 – 2, 5, 1, 4 коп., а з P_3 – 7, 8, 6, 5 коп. База P_1 одержала 1700, P_2 – 1500 кг, а P_3 – 800 кг цього борошна. Потреби крамниць S_1 , S_2 , S_3 , S_4 у борошні відповідно є такими: 900 кг, 800 кг, 1200 кг, 1100 кг. Визначити план закріплення крамниць за базами при мінімальних транспортних витратах.

Задача 1 є класичною збалансованою (загальна пропозиція дорівнює загальним потребам) транспортною задачею (ТЗ), математична модель якої має вигляд [1 - 3]:

$$f(X) = \sum_{i=1}^3 \left(\sum_{j=1}^4 c_{ij} x_{ij} \right) \equiv \quad (1)$$

$$\equiv 3x_{11} + 4x_{12} + 2x_{13} + 3x_{14} + 2x_{21} + 5x_{22} + 1x_{23} + 4x_{24} + 7x_{31} + 8x_{32} + 6x_{33} + 5x_{34} \rightarrow \min,$$

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + x_{13} + x_{14} = 1700, \\ x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} = 1500, \\ x_{31} + x_{32} + x_{33} + x_{34} = 800, \end{cases} \quad (2)$$

$$\begin{cases} x_{11} + x_{21} + x_{31} = 900, \\ x_{12} + x_{22} + x_{32} = 800, \\ x_{13} + x_{23} + x_{33} = 1200, \\ x_{14} + x_{24} + x_{34} = 1100, \end{cases} \quad (3)$$

$$\{x_{ij} \geq 0, \quad i = \overline{1,3}, \quad j = \overline{1,4}, \quad (4)$$

де x_{ij} – кількість борошна, яка з бази P_i ($i = \overline{1,3}$) перевозиться у

крамницю S_j ($j = \overline{1,4}$), (1) – цільова функція, яка обчислює вартість перевезення борошна, система (2) гарантує вивезення борошна у повному обсязі з кожної бази P_i ($i = \overline{1,3}$), система (3) гарантує завезення борошна згідно з потребами до кожної крамниці S_j ($j = \overline{1,4}$), а (4) означає, що кількість перевезеного борошна не може бути від'ємною.

Використовуючи надбудову «Розв'язувач» (Поиск решения) електронних таблиць Microsoft Excel [1, с. 70], одержимо план перевезень для ТЗ (1)–(4): з бази P_1 у крамниці S_2 , S_3 та S_4 завезти відповідно 800, 600, 300 кг борошна, з P_2 – 900 та 600 кг у S_1 , S_3 , а з P_3 у S_4 – 800 кг борошна. Вартість такого плану перевезень дорівнює 117 грн.

Задача 1 є прикладом класичної ТЗ. Але реальне життя є багатограним і складнішим. Розглянемо ускладнення цієї ТЗ, сформулювавши їх у задачі 2.

Задача 2

До даних задачі 1 додамо умови, які реальні на підставі укладених угод чи, наприклад, проведеної передоплати:

1) заборонити завезення товару з P_1 до S_2 (S_2 не розраховувався з P_1) за попередньо одержаний товар чи S_2 не влаштовує якість товару з P_1);

2) обов'язково завезти товар з P_1 до S_1 у кількості, яка дорівнює 110 кг;

3) завезти товару з P_2 до S_1 не менше 400 кг;

4) завезти товару з P_1 до S_3 не більше 543 кг;

5) завезти товару з P_3 до S_3 не менше 250 та не більше 418 кг.

Запишемо умови 1) – 5) у вигляді системи (5), у якій останні дві нерівності відображають умову 5).

$$\begin{cases} x_{12} = 0, \\ x_{11} = 110, \\ x_{21} \geq 400, \\ x_{13} \leq 543, \\ x_{33} \geq 250, \\ x_{33} \leq 418. \end{cases} \quad (5)$$

Задача (1)–(5) є математичною моделлю економічної задачі 2.

Алгоритм урахування умов 1) – 3) при розв'язанні ТЗ пропонується у [1–5]. Суть його полягає в тому, що спочатку формується план обов'язкових перевезень. Потім коригуються запаси та потреби з урахуванням цього плану, а також відповідні ціни перевезень з метою

здійснення заборони на перевезення за потрібними маршрутами. Для такої скоригованої задачі шукається оптимальний план перевезень, з якого, додавши обов'язковий план, одержують реальний план перевезень, а по ньому обчислюють реальну вартість здійснених перевезень.

Алгоритм часткового врахування умови 4) описано в [1, с. 202], оскільки виникають труднощі реалізації у випадку, коли умови типу 4) накладаються на одного споживача одразу у двох і більше постачальників. А це означає, що оптимальний розв'язок задачі 2 за алгоритмами [1–5] не знайдемо.

Пропонується відмовитись від використання традиційних алгоритмів з [1-5]. При розв'язанні ТЗ (1) – (5) у середовищі електронних таблиць Microsoft Excel [1, с. 70] пропонується систему обмежень (5) задавати у вікні «Підлягає обмеженням»: надбудови «Розв'язувач» («Поиск решения»), як показано на рис. 1.

The screenshot shows an Excel spreadsheet for a transportation problem. The data is as follows:

	В	С	Д	Е	Ф	Г	Н
1	РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ (закритої)						
2	ТРАНСПОРТНОЇ ЗАДАЧІ						
3	Знач. ц. ф.			S_1	S_2	S_3	S_4
4	13800	Завезли	900	800	1200	1100	
5	Запаси		900	800	1200	1100	
6	Вивезли		900	800	1200	1100	
7	P_1	1700	= 1700	110	0	543	1047
8	P_2	1500	= 1500	790	303	407	0
9	P_3	800	= 800	0	497	250	53

The Solver Parameters dialog box is open, showing the objective function is \$B\$4, set to 'To: Maximum', and constraints for supply and demand.

Рис. 1. Розв'язок та обмеження задачі 2

Оптимальний план перевезень, вартість якого становить 138 грн., показано на рис. 1.

Такий підхід дозволяє:

- уникнути вищеописаних алгоритмічних клопотів з [1-5];
- розв'язувати ширший клас транспортних задач;
- використовувати будь-які комбінації умов 1) – 5) для реальних економічних задач транспортного типу.

Список використаних джерел:

1. Семчук А. Р. Економіко-математичні методи і моделі: навч. посіб. / А. Р. Семчук, В. І. Денисенко, І. З. Готинчан. – К. : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 148 с.
2. Моделі та методи дослідження операцій: навч. посіб. / В. П. Лавренчук, Т. І. Готинчан, Г. С. Пасічник, М. І. Букатар. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 412 с.
3. Вашук Ф. Г. Математичне програмування та елементи варіаційного числення: навч. посіб. / Ф. Г. Вашук, О. Г. Лавер, Н. Я. Шумило. – К. : Знання, 2008. – 368 с.
4. Мур Дж. Х. Экономическое моделирование в Microsoft Excel, 6-е изд. : Пер. с англ. / Дж. Х. Мур, Л. Р. Уздерфорд. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 1024 с.

Володимир Середюк, к.е.н.,

Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ПІДПИСУ

За останній час обсяги безготівкових розрахунків порівняно з попередніми роками значно збільшилися [1]. Паралельно активно розвивається електронний документообіг та система електронних звітів.

Суттєвими проблемами в процесі впровадження електронного документообігу є неоднозначність в ідентифікації відправника (аутифікація клієнта), можливість перехоплень, модифікації чи підробки повідомлень та інших даних, які пересилаються в мережі.

Над розв'язанням цих проблем працюють відповідні служби фінансових та державних установ із залученням спеціалістів з інформаційної безпеки. Зокрема, для вирішення питання з аутифікацією користувача введено електронний ключ (підпис), який можна згенерувати за допомогою Акредитованого центру сертифікації ключів. Для реєстрації електронного ключа клієнт повинен особисто подати реєстраційні документи та копію паспорта особи, що має право підпису (зазвичай це директор та головний бухгалтер). Після цього спеціаліст інформаційного відділу генерує електронний цифровий ключ, який записується на електронний носій інформації.

Саме від даного процесу, а точніше від алгоритму, який при цьому використовується, і залежатиме захищеність документів, які підписуватимуться з використанням згенерованого електронного цифрового ключа.

На сьогодні найбільш поширеними є такі алгоритми генерування цифрового ключа: схема RSA, Эль-Гамала, DSA, ECDSA, ГОСТ Р 34.10-2001, ДСТУ 4145-2002, робота більшості з яких базується на складності рішення однієї з трьох задач: дискретного логарифмування; факторизації; дискретного логарифмування на еліптичних кривих.

Першою і найбільш відомою у всьому світі системою електронного цифрового підпису є система RSA, яка ґрунтується на складності задачі факторизації великих чисел, що забезпечує дуже високу криптостійкість алгоритму. Завдяки цьому схема RSA є найбільш поширеною та використовується практично в усіх сучасних програмах для створення електронних цифрових підписів.

Надійність даної схеми пов'язана зі складністю розкладу великого складеного числа на прості множники. Процедура шифрування за схемою RSA полягає в модульному піднесенні до ступеня за допомогою функції:

$$E(x) = x^e \pmod{n}, \quad (1),$$

а процедура дешифрування здійснюється з використанням функції:

$$D(x) = x^d \pmod{n} \quad (2),$$

де e – частина значення ключа шифрування, d – частина значення ключа дешифрування.

Недоліком RSA є низька швидкість роботи алгоритму порівняно з симетричними алгоритмами. Для створення електронно-цифрового підпису при заданих параметрах необхідні великі обчислювальні ресурси, тому час, який відводиться на створення електронного цифрового підпису, збільшується.

Схема цифрового підпису Ель Гамала має низку переваг порівняно зі схемою цифрового підпису RSA:

1) при заданому рівні стійкості алгоритму цифрового підпису цілі числа, які використовуються в обчисленнях, мають запис на 25% коротше, що зменшує складність обчислень майже в два рази і дозволяє помітно скоротити обсяг використовуваної пам'яті;

2) при виборі модуля p достатньо перевірити, що це число є простим і що число $(p - 1)$ має великий простий множник;

3) процедура формування підпису за схемою Ель Гамала не дозволяє обчислювати цифрові підписи під новими повідомленнями без знання секретного ключа (як в RSA) [5].

Однак алгоритм цифрового підпису Ель Гамала має і деякі недоліки порівняно зі схемою підпису RSA. Зокрема, довжина цифрового підпису в 1,5 рази більша, що, в свою чергу, збільшує час її обчислення [6].

Алгоритм цифрового підпису DSA (Digital Signature Algorithm) – це розвиток алгоритмів цифрового підпису Ель Гамала і К. Шнорра. Використовує у своїй роботі хеш-функції, які перетворюють певним чином вихідне повідомлення у відповідний повідомленню код – згортку, яка в свою чергу шифрується з відкритим ключем i , як результат, стає невід'ємною частиною повідомлення (тобто прикріплюється до нього). Особливістю шифрування з відкритим ключем є те, що для шифрування і дешифрування використовуються два різні, взаємозалежні ключі – закритий і відкритий [7].

Суттєвою перевагою алгоритму DSA, на відміну від алгоритму Ель Гамала, є суттєве скорочення обсягу пам'яті та час, який витрачається на перевірку достовірності підпису.

Недоліком алгоритму DSA є те, що при підписуванні і при перевірці підпису доводиться виконувати складні операції ділення по модулю, що знижує швидкість роботи алгоритму.

Алгоритм ECDSA з відкритим ключем для створення цифрового підпису, аналогічний за своєю будовою до DSA, але на відміну від нього, використовує не цілі числа, а групи точок еліптичної кривої. Стійкість алгоритму ґрунтується на проблемі дискретного логарифмування в групі точок еліптичної кривої. До суттєвих переваг ECDSA над DSA можна віднести: 1) секретний ключ в ECDSA є

унікальним, а не лише випадковим, як в DSA, що покращує надійність алгоритму; 2) завдяки складності проблеми дискретного алгоритмування по точках еліптичної кривої система ECDSA є більш криптистойкою та надійною. При цьому довжина підпису залишається такою ж, як і в DSA, і складає 320 біт [8].

Паралельно із електронним цифровим підписом для забезпечення аутентифікації клієнта досить ефективним є введення разового сесійного ключа, який може генеруватися спеціальним брелоком або програмою в мобільному телефоні, або банк сам висилає клієнту такий ключ через СМС-повідомлення.

Таким чином, надійність (стійкість) системи електронного цифрового підпису перш за все залежить від криптосистеми, яка використовується для його створення. Тому з метою підвищення надійності криптосистеми насамперед необхідно підвищувати надійність електронних ключів шифрування і генераторів випадкових послідовностей, що досягається шляхом підвищення складності та створення нових комбінацій чисел. Подальший розвиток криптографії пов'язують із розвитком криптографічних засобів захисту інформації, шляхом створення ефективних високонадійних хеш-функцій, алгоритмів шифрування та генераторів псевдовипадкових послідовностей, потреба в яких, як показує практика, не зменшується.

Список використаних джерел:

1. Національний банк України констатує тенденцію до збільшення безготівкових розрахунків за підсумками 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.racurs.ua/news/22291-ukrayinci-u-2013-roci-vykorystovuvaly-35-6-mln-bankivskiyh-kartok>.
2. Чунарьова А. Практичні схеми реалізації алгоритмів електронного цифрового підпису / А. Чунарьова // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні : науково-технічний збірник. – К., 2013. – Вип 1 (25). – С. 81–88.
3. Танцюра Д. В. Надійність захисту інформації системи електронного цифрового підпису / Д. В. Танцюра, Ю. Ф. Зінковський // Вісник Національного технічного університету України «КПІ». Серія – Радіотехніка. Радіоапаратобудування. – К., 2007. – №34. – С. 156–163.
4. Молдовян Д. Н. Новый механизм формирования подписи в схеме ЭЦП, основанных на сложности дискретного логарифмирования и факторизации / Д. Н. Молдовян // Вопросы защиты информации. – М., 2005. – №4 (71). – С. 81–93.
5. Шнайпер Б. Прикладная криптография. Протоколы, алгоритмы, исходные тексты на Си / Б. Шнайпер – М.: Изд. ТРИУМФ, 2008. – 816 с.
6. Алгулиев Р.М. Исследование международных и национальных стандартов цифровой подписи на эллиптических кривых / Р. М. Алгулиев, Я. Н. Имамвердиев // Вопросы защиты информации – М., 2005. – №2 (69) – С. 2–7.
7. Зуйкова О. Л. Основы криптографической защиты информации : учебное пособие / О. Л. Зуйкова ; Московский государственный институт электроники и математики. – М., 2005. – 207 с.
8. Чунарьова А. В. Аналіз алгоритмів формування та перевірки електронно-цифрового підпису [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2012/Informatica/4_121780.doc.htm

Наталія Ситник, к.е.н,

Львівська державна фінансова академія, м. Львів

НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

У секторі роздрібної торгівлі спостерігається концентрація стаціонарних, напівстаціонарних та віртуальних об'єктів, серед яких провідна роль належить магазинам. Процес формування та розвитку

магазинів роздрібно́ї торгівлі України знаходиться на початковій стадії. У межах державної торговельної політики його слід розвивати у двох напрямках: модернізації існуючих торговельних об'єктів і їх перетворення; створення нових об'єктів відповідних форматів [1].

Перший напрям передбачає організаційну перебудову однотипних магазинів – об'єднання їх у торговельні мережі, головним чином, на партнерських засадах у вигляді асоціацій. Наступний етап пов'язаний з реструктуризацією мереж у сенсі усунення надмірної диференціації магазинів за рівнем матеріально-технічного оснащення, технологічного розвитку, торговельного обслуговування. Заключний етап – це цілеспрямована форматизація магазинів шляхом закріплення статусу, профілю, асортиментної, цінової політики та інших характеристик.

Другий напрям пов'язаний зі створенням і доповненням функціонуючих мереж новими об'єктами відповідного формату. Судячи з розвитку сучасних тенденцій, серед таких об'єктів переважатимуть супермаркети і гіпермаркети, тобто крупноформатні підприємства. Світовий досвід показує, що цей напрям повинен бути контрольованим і розвиватись в керованому руслі.

Територіальна модернізація мереж магазинів і оптимізація розміщення торговельних об'єктів повинна відбуватися із врахуванням науково-обґрунтованих нормативів забезпеченості населення України торговельною площею магазинів. Такі нормативи розроблені і затверджені Мінекономіки України.

У рамках якісного оновлення матеріально-технічної бази важливе значення має глибока модернізація технологій торгівлі як складного процесу взаємодії засобів і предмету праці. Діапазон технологій широкий і різноманітний, оскільки процес товарного руху і обґрунтування, який базується на торгових технологіях, є багатограним. Слід зауважити, що торговельні технології суттєво відстають від вимог науково-технічного прогресу і завдань підвищення конкурентоспроможності, вітчизняної торгівлі. В оптовій торгівлі на стадіях руху вантажних потоків і обробки товарних партій використовуються застарілі технології, в складських операціях переважає ручна праця. У роздрібній торгівлі ситуація ще складніша. По суті, відсутня механізація процесів і операцій з прийому, розміщенням товару, зберігання, мерчандайзингу.

Гострою й невирішеною проблемою залишається створення наскрізних технологій в системі товарного руху. Ця проблема дедалі актуалізується у міру зростання організаційних ланок експансії імпорту.

Новим напрямом технологічного розвитку торгівлі є електронізація торгових операцій і всієї системи торговельного обслуговування. Цей напрям базується на фундаменті якісно нових інновацій і технологічних рішень.

Основний набір нововведень включає сучасні електронні і радіоелектронні засоби, зокрема PSA-технології, електронні цінники, електронні ваги, радіочастотні ідентифікатори товарів [2, с. 154]. Крім цього, «магазин майбутнього» Extra пропонує споживачам новітню технологію самообслуговування «self-checkout», при якій касирами стають самі покупці [2, с. 155].

Таким чином, електронізація торгових процесів і обслуговування покупців відкриває широкі можливості підвищення якості обслуговування і культури торгівлі.

Загалом основні напрями модернізації торгових технологій можуть бути представлені наступним чином (рис. 1).

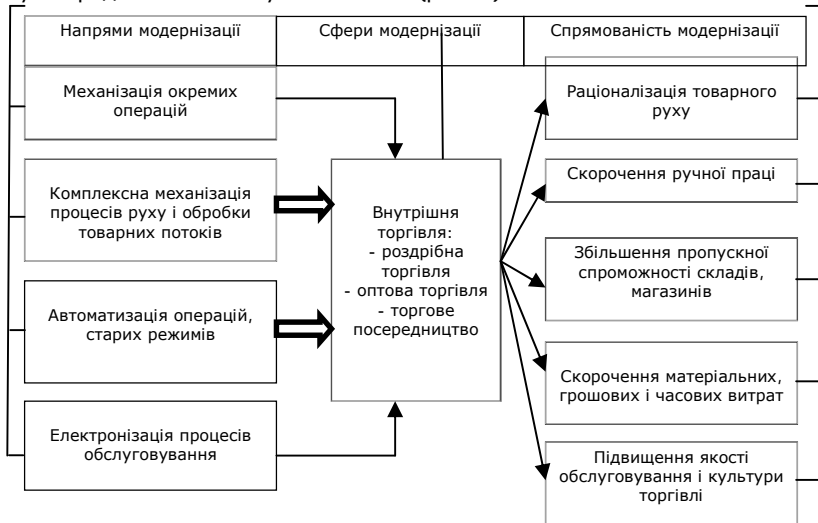


Рис. 1. Технологічна модернізація в сфері торгівлі

Отже, технологічна модернізація в сфері торгівлі виражається у широкому впровадженні досягнень науково-технічного прогресу для механізації, автоматизації та електронізації торгово-технологічних процесів у всіх сегментах внутрішньої торгівлі. У такому випадку модернізація сприятиме суттєвому підвищенню техніко-технологічного рівня внутрішньої торгівлі України і посиленню її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Пигунова О. В. Инновации в торговле / О. Пигунова. – Минск : "Высшая школа", 2012. – 222 с.
2. Краффит М. Роздрібна торгівля у XXI столітті. Теперішні і майбутні тренди : [пер. з англ.] / М. Краффит, М. К. Мантрала. – К. : Вид-во О. Капусти, 2008. – 462 с.

Жанна Труфіна, к.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ОБЛІКУ В УМОВАХ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ

Підвищення оперативності інформаційного забезпечення, його дієвості та ефективності викликає потребу у запровадженні електронного ведення обліку й аналізу діяльності підприємств з застосуванням нових інформаційних технологій.

У наш час, в силу пріоритетності аналізу фінансового стану і доходності діяльності господарюючих суб'єктів в умовах ринкової економіки порівняно з іншими напрямками економічного аналізу, найбільший розвиток отримали програми, які дозволяють вести фінансовий та управлінський облік, оцінити і проаналізувати фінансовий стан господарюючого суб'єкта, а також фінансові результати господарської діяльності.

Подальший розвиток обліку та економічного аналізу з використанням сучасних комп'ютерних технологій пов'язаний не тільки з вдосконаленням самої комп'ютерної техніки та засобів комунікацій, але й з розробкою методологічних і методичних підходів до ведення обліку та проведення економічного аналізу, які враховують нові можливості, а також внутрішні і зовнішні умови функціонування господарюючих суб'єктів.

Сучасне програмне забезпечення дає змогу повністю автоматизувати обліковий процес, який починається від моменту введення даних з первинних документів, включаючи автоматизовано складати бухгалтерські проведення, заповнювати основні облікові реєстри та на їх підставі складати фінансову й інші звітності. Фактично бухгалтер лише вводить інформацію з первинних документів – початкові дані й отримує результат – інший потрібний документ чи звіт, а все інше виконує спеціальна комп'ютерна програма, що суттєво полегшує та прискорює обліковий процес [1, с. 13].

Автоматизована інформаційна система – це взаємозв'язана сукупність даних, обладнання, програмних засобів, персоналу, стандартних процедур, які призначені для збору, обробки, розподілу, зберігання, надання інформації відповідно до вимог, які впливають з цілей організації.

Ефективне функціонування автоматизованої системи бухгалтерського обліку можливе лише за умов органічного поєднання в єдиному виробничому процесі технічних засобів для формування інформаційної облікової системи, їх програмного забезпечення та кваліфікованих зусиль персоналу обслуговування ЕОМ і персоналу системи управління об'єктом господарювання.

При створенні автоматизованої системи бухгалтерського обліку на основі використання сучасної комп'ютерної техніки відповідного

програмного забезпечення потрібно уважно підходити до змін елементів його методу. Інакше це призведе до втрати частини необхідної для управління інформації, суттєво погіршить оперативність її опрацювання та використання у процесі підготовки проектів управлінських рішень та може призвести до розбалансування усієї інформаційної системи бухгалтерського обліку.

Найбільш розповсюдженими програмами автоматизації бухгалтерського обліку на вітчизняному ринку є Парус, 1С: Бухгалтерія, Акцент, Галактика, Бест та багато інших. Кожна з цих програм має свої переваги та недоліки. Перевагами впровадження інформаційної системи на будь-якому підприємстві є: впорядкування бухгалтерського обліку; збільшення кількості інформації, що надходить з даних бухгалтерського обліку; зниження кількості бухгалтерських помилок; підвищення оперативності обліку; скорочення витрат на адміністративно-управлінський апарат та ін.

В умовах автоматизованої обробки інформації бухгалтерський облік і бухгалтерська інформація використовуються набагато ширше, ніж при ручній обробці даних. Основними користувачами автоматизованої системи обліку та аналізу є керівники, які несуть повну відповідальність за управління підприємством, управління структурними підрозділами; інвестори, кредитори; державна податкова адміністрація, працівники підприємства, покупці.

Сучасна автоматизована система обліку будується на основі новітніх засобів обчислювальної техніки і повинна виконувати функції, які перед нею ставлять її користувачі: 1) повне і своєчасне задоволення інформаційних потреб користувачів; 2) виконання контрольних та аудиторських завдань з метою одержання необхідної інформації про наявні відхилення; 3) одержання комп'ютерних управлінських рішень; 4) здійснення аналізу та прогнозування господарсько-фінансової діяльності підприємства [2, с. 152].

Отже, для удосконалення управління підприємством необхідно використовувати нові методи управління і сучасні технічні засоби побудови різних інформаційних систем. Сучасна автоматизована система обліку, аналізу будується на основі новітніх засобів обчислювальної техніки і повинна забезпечувати: повне і своєчасне задоволення інформаційних потреб користувачів; виконання контрольних і аудиторських завдань з метою одержання необхідної інформації про наявні відхилення; одержання комп'ютерних управлінських рішень; здійснення аналізу і прогнозування господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Подуряжня Ю. Ю. Місце інформаційного забезпечення в системі бухгалтерського обліку / Ю. Ю. Подуряжня // Економічний вісник університету. – 2010. – № 14. – С. 12–17.
2. Попадюха Н. Особливості комп'ютеризації бухгалтерського обліку та вибору програмного забезпечення / Н. Попадюха // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – №2 (14). – С. 148–159.

Володимир Чернов, к.ф.-м.н., **Наталія Григор**,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
Анатолій Ащеулов, д.т.н.,
Буковинський державний фінансово-економічний університет,
Ігор Романюк,
ТДВ завод «КВАРЦ»,
м. Чернівці

ТЕРМОСТАТУВАННЯ ОБЧИСЛЮВАЛЬНИХ СИСТЕМ

Значний прогрес у сфері обчислювальної техніки став можливий завдяки забезпеченню ефективного теплообміну як окремих електронних компонентів, так і обчислювальної системи загалом. Так, сучасні процесори споживають потужність в діапазоні від міліват – у складі переносних пристроїв – і до сотень ват – у складі продуктивних обчислювальних систем. У зв'язку з цим охолоджуючі пристрої є їх важливою складовою частиною.

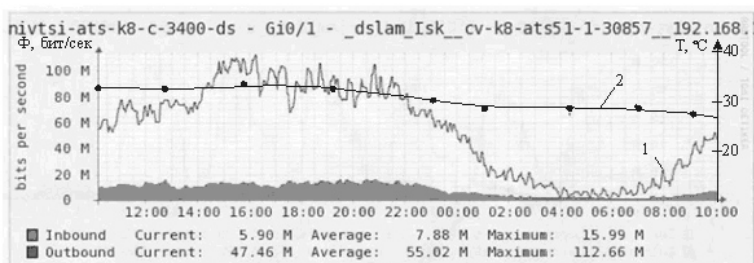
Як відомо, надійність обчислювальної техніки визначається надійністю її складових, перш за все використовуваними елементами твердотільної електроніки (ТЕ). Для комп'ютерних процесорів (КП) цей параметр складається з трьох складових: конструктивної, технологічної та експлуатаційної [1]. Якщо показники перших двох складових закладаються на етапах конструювання і виготовлення, то для третьої він визначається умовами експлуатації, насамперед робочою температурою T_p КП.

На рис. 1 наведено розподіл з часом інформаційного потоку T_0 (а – за добу; б – за тиждень; в – за місяць; г – за рік) на одній з підстанцій ЧФ «Укртелеком» (м. Чернівці), яка обслуговує інтернет-лінії.

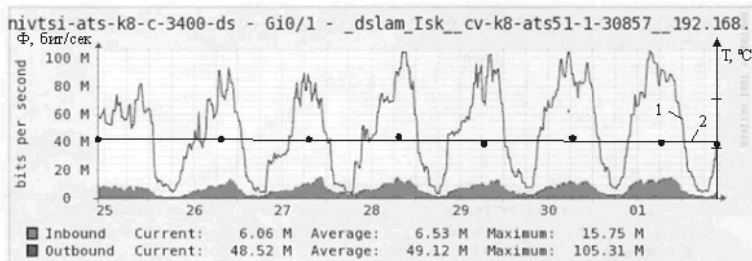
Аналіз добового графіка показує, що основний обсяг інформації, наприклад 21.10.2013 ($\Phi_{\max} = 90-120$ Мб/сек) обробляється з 15.00 до 22.00, а мінімальний ($\Phi_{\min} = 5$ Мб/сек) – з 04.00 до 08.00. При цьому температура навколишнього середовища $T_{01} = 28^\circ\text{C}$ (рис. 1а). Дані річного графіка (рис. 1г) – 01.11.2012÷01.11.2013 – показують, що максимальне значення температури навколишнього середовища спостерігалось 02.07.2013 ($T_{02} = 39,5^\circ\text{C}$), а мінімальне – 26.01.2013 ($T_{02} = 18,3^\circ\text{C}$). Таким чином, різниця температур робочих приміщень, викликана кліматичною дією, становить $\Delta T_0 = 21,2^\circ\text{C}$.

Існуючі в даний час охолоджуючі підсистеми термостатування використовують ефекти тепломасообміну і такі алгоритми управління:

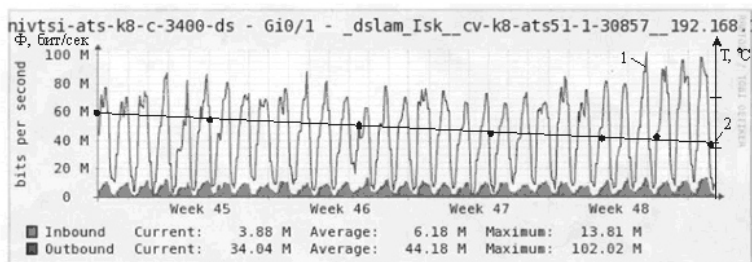
1. Використання зворотного зв'язку за температурою КП.



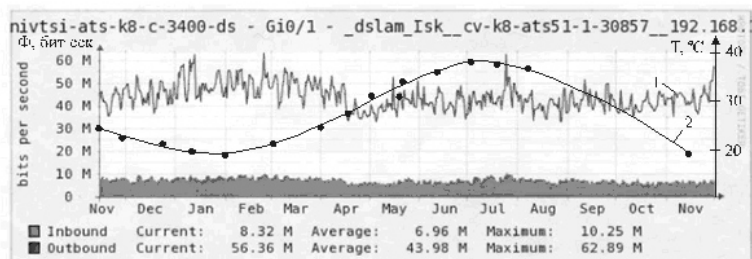
а)



б)



в)



г)

Рис. 1. Розподіл з часом інформаційного потоку Φ_n – (1) і температури навколишнього середовища T_0 – (2): а – за добу; б – за тиждень; в – за місяць; г – за рік

2. Використання зворотного зв'язку за рівнем завантаження КП.

3. Використання зворотного зв'язку за температурою навколишнього середовища і КП.

4. Використання зворотного зв'язку як за температурою навколишнього середовища і КП, так і за відсотком його завантаження.

Використання традиційних охолоджуючих систем не позбавлене деяких недоліків:

1. Високе значення температури КП при його максимальному завантаженні. Як відомо, при максимальних температурах у процесорах включається захист, який призводить до пропуску виконання команд (тролінг). При цьому значно знижується продуктивність пристроїв, що не бажано при обробці максимального мережевого трафіка.

2. Відбувається великий перепад робочих температур процесора, що викликає циклічні механічні напруження, пов'язані з тепловими деформаціями. Це приводить до відшарування контактів і, як наслідок, до повної або часткової втрати працездатності.

Для усунення цього впливу необхідно створення відповідних термостатуючих пристроїв, що використовують не тільки традиційні принципи теплообміну і теплопровідності, але і термоелектричні та фазові ефекти.

Для побудови таких якісно нових термостатуючих пристроїв важливе місце займають відповідні алгоритми управління та оптимізації.

Список використаних джерел:

1. Ямпурин Н.П. Основы надежности электронных средств : учебн. пос. для студ. высш. учеб. заведений / Н.П. Ямпурин, А.В.Баранова; под ред. Н.П. Ямпурин. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 240 с.

2. Семенюк В.А. Термоэлектрическое охлаждение мощных микропроцессоров / В.А. Семенюк, Р.И. Дехтярук // Термоэлектричество. – 2010. – №4. – С.71.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
«Регіонально-кластерна політика у розвитку світової
та української економіки»,
24-25 квітня 2014 року. – Чернівці, 2014. – 368 с.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Підписано до друку 14.04.2014.
Тираж 130

Віддруковано ПП Глібка О.О.
(0372) 585-454 (0372) 585-196
58003 Чернівці, вул. Зелена, 5а