

інструменти та заходів, які в змозі значно сприяти покращенню діяльності машинобудівного підприємства, він вимагає ретельних досліджень. Слід звернути увагу на те, що маркетингова діяльність усіх підприємств безперечно має спільні базові основи, але кожному з них притаманні окремі особливості, які визначаються товаром, що виготовляються, галуззю промисловості, масштабом виробництва, а це впливає на специфіку їх маркетингової діяльності. Тому при формуванні теоретичних основ та розробці практичних рекомендацій з цього питання обов'язковою умовою є дослідження та визначення особливостей маркетингової діяльності саме машинобудівних підприємств.

Література

1. Чайковська В.П. Промислові підприємства України: проблеми і перспективи розвитку // Актуальні проблеми еконо-

міки. – 2007. – № 1(67). – С. 97-103.

2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 315 с.
3. Клинов В. Современные тенденции развития машиностроения // Вопросы экономики. – 2006. – № 9. – С. 31-47.
4. Брес С.В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 1. – С. 162-169.
5. Державна програма розвитку вітчизняних машинобудування на 2006 – 2011 роки: затверджено постановою КМУ 18.04.2006 №516 // Офіційний вісник України. – 2006. – № 16. – С. 136-145.

Поступила до редакції 30.10.08

© А.О. Співак, О.М. Співак, 2008

УДК (663.3+519.237) 330.341

Є.В. Лазарева*

Г.В. Карпінська**

КЛАСТЕР ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБСТВА

Розглянуто необхідність реалізації кластерної економіки як шляху прискореної економічної й технологічної модернізації національного господарства, й як різновид зовнішньої реструктуризації підприємств. Запропонований пілотний проект створення кластеру виноробів в Одеському регіоні з використанням при його обґрунтуванні кластерного аналізу та оцінки синергетичного ефекту.

Рассмотрена необходимость реализации кластерной экономики как пути ускоренной экономической и технологической модернизации национального хозяйства, и как разновидность внешней реструктуризации предприятий. Предложен пилотный проект создания кластера виноделов в Одесском регионе с использованием при его обосновании кластерного анализа и оценки синергетического эффекта.

Постанова проблеми. Радикальні зміни, що відбулися і відбуваються в Україні: перехід до ринкової економіки, проведення інтеграційної політики держави до ВТО та ЄС орієнтовані на економічне зростання й підвищення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів

господарювання. В глобальному середовищі ринки стандартних товарів вже насичені, споживачів все більше приваблюють товари високої якості та вузької спеціалізації. Для пристосування до змін і вимог ринку підприємства і компанії пропонують нові форми організації й управління

* Лазарева Є.В. – старший науковий співробітник, канд. екон. наук, с.н.с., доцент.

** Карпінська Г.В. – молодший науковий співробітник.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України.

діяльності, які передбачають розподіл виробництва у відповідності з диверсифікованими міжвиробничими зв'язками з постачальниками товарів, робіт, послуг, підрядниками і кінцевими споживачами. Такі технології організації співробітництва засновані на створенні кластерів, які формують із підприємств і організацій (компаній), виконуючих різні функції та об'єднаних єдиними технологічними процесами, результатом яких є кінцевий конкурентоспроможний продукт. Важливість кластерів стає в їх здібності інтегрувати ресурсний потенціал окремої галузі, території, регіону в добровільне партнерське об'єднання з метою отримання сукупної вигоди на основі задоволення як споживачів, так і виробників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «кластер» був введений для використання у 60-ті роки ХХ ст. при розробці нового наукового напрямку – кластерний аналіз [1]. Такий аналіз – це назва множини обчислювальних процедур, які використовують при створенні класифікації. В результаті дій цих процедур утворюють «кластери» або групи східних об'єктів. Тобто кластер, поперед усього, був пов'язаним з поняттям класифікація множини об'єктів.

В економічних дослідженнях вперше на феномен кластеру звернув увагу Альфред Маршал [2], який більше старокі втому відзначив тенденцію до концентрації спеціалізованих компаній в «промислових регіонах». Наприкінці 70-х років ХХ ст. дослідження по кластерній економіці були розглянуті у працях М. Портера [3], де він урахував, що конкурентоспроможність країни слід розглядати через призму міжнародної конкурентоспроможності не окремих фірм, а кластерів – об'єднань фірм різних галузей, при цьому, принципове значення має здібність цих кластерів ефективно використовувати внутрішні ресурси. В своїх дослідженнях він визначив, що найбільше конкурентоспроможні транснаціональні компанії звичайно не розташовані безсистемно у різних країнах, а мають тенденцію концентруватися в одній країні, а, в деяких випадках, в одному регіоні країни. Це зумовлено тим, що одна або декілька фірм, конкурентоспроможних на світових ринках, розповсюджують свій позитивний вплив на близьке оточення: постачальників споживачів, конкурентів. А успіхи оточення, у свою чергу, впливають на подальший ріст конкурентоспроможності певної компанії.

Хоча концепція кластерів існує досить довго, вона має різні значення в різних куточках Європи. Кластери варіюють від малих мереж в обмежених географічних зонах до «мега-кластерів»

у Німеччині, Данії, Фінляндії, що представляють величезну частину економіки. Концепцію «кластеру» використовують в різноманітних бізнес-структурах: національних, регіональних, міжрегіональних, промислових або виробничих системах та інноваційних системах. Кластер також використовують у різноманітних цілях: підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств, проведення допоміжних колективних досліджень, структурних змін у промисловості, впровадженні системи управління навколишнім середовищем. Хоча існує багато визначень, більшість із них поділяють ідею мережі та спеціалізації. Так, Мальберг вважає, що регіональні кластери є „обмеженими географічними зонами з досить великим числом фірм і працівників у малому колі спільних промислових секторів” [4, с. 15]. Розенфельд підкреслює, що кластери повинні мати активні канали для бізнес-транзакцій, діалогу й комунікації. «Без активних каналів, навіть критична маса відповідних фірм не є місцевим виробництвом або соціальною системою і не функціонує як кластер» [5, с. 24]. В сучасних економічних дослідженнях поняття кластер і кластерний аналіз використовують в цілому для пояснювання економіко-технічних і виробничо-технологічних процедур з випуску одного або декількох видів готової продукції за допомогою багатоступінчастих або багатоетапних виробничих процесів.

З точки зору С.І. Соколенко – президента МФСР, «кластери створюють унікальну підставу для розвитку інноваційної діяльності, підвищення продуктивності та рентабельності сектору малих і середніх підприємств. Кластери – істинне дитя глобалізації, підвищення ролі регіонів, створюють основу для притоку іноземних інвестицій, навчання широкого кола підприємців і міцного розвитку малого і середнього підприємництва, підвищення гнучкості та мобільності компаній, створення широкого спектру мережових структур. Кластери одночасно виступають і як форум, в рамках якого ведеться діалог між діловими, урядовими, науковими колами про шляхи розвитку конкурентних переваг в межах міста, провінції, штату, країни й навіть на наднаціональному рівні» [6, с. 21].

Найбільш поширене визначення кластера належить Майклу Портеру: «Кластер, або промислова група, – це група географічно близьких, взаємозв'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, які діють у певній сфері, характеризуються спільністю діяльності й взаємно доповнюють один одного» [3, с. 258].

Таким чином, більшість дослідників і експертів визначають кластер як географічну

концентрацію подібних, спільних або додаткових підприємств із активними каналами для бізнес-транзакцій, комунікацій і діалогу, які розділяють спеціалізовану інфраструктуру, робочі ринки й послуги й мають спільні можливості або погрози.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В розвинених країнах здійснюється державна і регіональна підтримка кластерних ініціатив. Наприклад, у різних штатах США існують комісії з ініціювання створення кластерів, причому всю аналітичну роботу ведуть наукові центри і університети. Комісії розділяють частки учасників кластерів, проявляють турботу про зміцнення їхніх організаційних структур, допомагають переборювати різного роду перешкоди. Первісний капітал виділяється штатом, потім залучають кошти приватних компаній. Характерним для американських кластерів є те, що вони беруть участь у глобальній конкуренції. Пріоритетами вважаються інноваційні підходи, а проведена робота ґрунтується на принципах партнерства [7, с. 45].

У країнах ЄС кластерні стратегії є або частиною національної стратегії для підвищення конкурентоспроможності, або частиною регіональної програми для стабілізації регіонального розвитку. В нових країнах-членах і країнах-кандидатах кластерний підхід, в основному, використовують для прискорення змін і стимулювання бізнесу до інновацій. Більшість країн, які готуються до вступу, перебувають на ранній стадії розробки стратегій кластеризації.

Впровадження кластерної стратегії в європейських країнах здійснюється на національному, регіональному й місцевому рівнях. Зростаючою тенденцією є співробітництво між національними міністерствами (агентствами), які надають підтримку кластерним стратегіям, у той час, як регіональні агентства здійснюють їхнє впровадження.

У своєму Зверненні до Ради 13 вересня 2006р. Європейська комісія підкреслила, що бути частиною кластера є важливою конкурентною перевагою бізнесу. Кластери допомагають заповнити порожнечу між бізнесом, дослідженнями й ресурсами, таким чином, швидше видаючи знання на ринок. Успішні кластери пропоясують інтенсивну конкуренцію одночасно зі співробітництвом. Вони збільшують продуктивність, залучають інвестиції, пропоясують дослідження, підсилюють промислову базу, розробляють спеціальні продукти і послуги та стають основою для розвитку навичок. Нове покоління програм Європейської регіональної політики на 2007-2013рр. пропоясують підхід, що базується на регіональних інноваційних класте-

рах, не тільки в розвинених міських центрах, а також у найбільш сільських регіонах.

Україні, як одній європейських держав, у програмах розвитку потрібно враховувати той факт, що всі країни Європи вже мають і здійснюють свої національні програми кластеризації.

Президент Союзу економістів України В. Оскольський так визначає ряд заходів по створенню в регіонах сіткових (мережевих) інноваційних структур на основі кластерного підходу: «...у Стратегію розвитку України до 2015 р. включити заходи щодо підтримки розвитку пріоритетних національних і регіональних кластерів, залучити наукові та освітні центри до вивчення світового досвіду розвитку кластерів і до підготовки спеціалістів для роботи в умовах кластеризації економіки, ін.» [8, с. 10].

Метою статті є обґрунтування створення кластеру як одного з перспективних напрямків інституціональних перетворень вітчизняного АПК в ситуації обмеженості коштів на підтримку і, насамперед, виноробної промисловості – однієї з конкурентоспроможних галузей національного господарства, особливо в умовах жорсткої конкуренції при вступі України до ВТО і ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні вже функціонують близько 20 кластерів (всі вони створені без підтримки держави), такі об'єднання – організаційно-управлінська та економічна інновація. Специфікою кластерного розвитку регіонів України є те, що в них сформовані, в основному, низько – або середньотехнологічні кластери – з виробництва текстилю, одягу, взуття, харчової і будівельної продукції, туризму, у том числі традиційного, екстремального та екологічного. При цьому кластери Поділля, Прикарпаття, Полісся, Севастополя розподілені по території в залежності від наявних переробляємих ресурсів.

Перспективним видом економічної діяльності національного господарства України, особливо в південних регіонах, грала і відіграє виноградарсько-виноробна промисловість, сировина і готова продукція якої користується значним попитом на внутрішньому і зовнішньому ринках. В її склад входять приблизно 600 господарств, що займаються вирощуванням винограду, близько 500 суб'єктів підприємницької діяльності, що мають ліцензію на право робити виноробну продукцію і 15 виноградних розплідників. За даними державного департаменту продовольства Міністерства аграрної політики динамічний розвиток винного ринку спостерігається протягом декількох років, ємність ринку тихих вин оцінюють у 21-22 млн. дол. Ураховуючи важливість розвитку виноробства в країні, вирішувати питан-

ня її ефективності можливо тільки в комплексній збалансованості розвитку всіх секторів ринку вина, а саме: виноградарства, виноробства, виноторгівлі з використанням механізмів регулювання експортних та імпорتنних товаропотоків і балансу економічних інтересів держави і всіх суб'єктів ринку.

Для задоволення потреб різних сегментів споживачів у якісній та конкурентній винній продукції і посилення позицій підприємств виноробства регіону при його інтеграції в сучасне середовище пропонується створення виноробного кластера в Одеській області. Економічні зв'язки, які перебувають в основі створення виноробного кластера, базуються на довгострокових контрактах і здійснюються на базі вертикальних і горизонтальних взаємодій між різними бізнес-суб'єктами та їхньою взаємозалежністю, що підсилює ефект синергії.

Даний ефект виникає завдяки:

1. Економії, зумовленої масштабами діяльності. Одне із джерел такої економії є розподіл постійних витрат на більшу кількість одиниць продукції. Економії можна досягнути на всіх етапах створення вартості, а саме: наукові дослідження і розробки, постачання, виробництво, зниження вартості транзакційних витрат, реклама, збут і післяпродажне обслуговування.

2. Одержанню взаємодоповнюючих ресурсів. Постачальницька складова кластера має ресурси, необхідні для виробничої складової кластера і одержує ці ресурси дешевше, ніж, як би довелося їх створювати самостійно.

3. Зниженню конкуренції. Створення виноробного кластера в Одеській області дає можливість підсилити конкурентні позиції підприємств, які входять у кластер на ринку виробників України і за її межами, й знизити цінову конкуренцію усередині кластера.

4. Підвищенню якості управління. Деякі підприємства виноробства страждають від некомпетентного і неефективного керівництва, в результаті одержують значно менший прибуток, на який розраховували. Хоча підприємства можуть самі змінити свій апарат управління, на практиці власники (акціонери) не завжди мають можливість безпосередньо впливати на рішення питань про те, хто і як повинен управляти підприємством, а менеджери не мають інтересу до власного зниження у посаді або звільненні у випадках помилкового керівництва.

У пропонуемому кластері функції підготовки і підвищення кваліфікації менеджерів і персоналу беруть на себе науково-дослідні установи, зокрема, Одеський аграрний університет (ОДАУ) і Одеська національна академія харчо-

вих технологій (ОНАХТ). Функцію контролю результатів діяльності управлінських підсистем підприємств покладено на Раду кластера, яку формують із представників власників підприємств кластера.

5. Інформаційному ефекту. Забезпечення інформацією про нові технології, доступ до маркетингових досліджень, які будуть проводитися єдиним спеціалізованим маркетинговим центром, а також наявність постійних особистих контактів і суспільних зв'язків полегшують управління потоками інформації й знижують її вартість для учасників кластера.

6. Інноваційному ефекту. Удосконалення і розробка нових технологій вирощування й культивування винограду, розробка пропозицій щодо поліпшення структури сортового складу насаджень, якості та освоєння нових видів продукції, технологічних удосконалень та інновацій у виробничий процес підприємств виноробства. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності (власних і на продаж). Всі ці функції виконують у кластері науково-дослідні установи, Вузи, а саме: Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Е. Таїрова, ОДАУ, ОНАХТ, відділ трансферу технологій.

6. Диверсифікованість ризиків. Диверсифікованість (з урахуванням видів діяльності: виробництво виноробної продукції, обладнання, інвестування тощо), дозволить стабілізувати потік доходів підприємств учасників кластеру і знизити ризики.

Для обґрунтування доцільності і ефективності створення виноробного кластеру в Одеській області було проведено групування виноробних підприємств, ураховуючи етапи їх життєвого циклу, з використанням кластерного аналізу за основними показниками діяльності підприємств: чистого доходу, суми активів, власного капіталу, чистого прибутку, див. табл. 1, 2. Проведений аналіз дозволив визначити п'ять груп (кластерів): кластер №1 – ріст, кластер №2 – стабілізація, кластер №3 – стагнація, кластер №4 – скорочення, кластер №5 – занепад.

Таблиця 1

Результати кластерного аналізу підприємств виноробства Одеської області

Кластер	Кількість об'єктів	Етап життєвого циклу
Кластер №1	3	Ріст
Кластер №2	15	Стабілізація
Кластер №3	1	Стагнація
Кластер №4	2	Скорочення
Кластер №5	3	Занепад

З метою виділення найбільш привабливих групувань підприємств-учасників кластеру та їх варіантів проведений розрахунок синергетичного

Основні показники діяльності підприємств груп кластерів, тис. грн.

Об'єкт	Середньо річна сума чистого прибутку	Середньорічна вартість активів підприємств кластера	Середньорічний обсяг чистого доходу від реалізації продукції підприємствами кластера
Усі підприємства	32206,09	1338214,32	785705,74
Кластер №1	1572,61	57648,9957	60129,61
Кластер №2	34422,52	780545,99	465140,2
Кластер №3	синергія відсутня		
Кластер №4	74,18	81235,75	61665,67
Кластер №5	-1836,75	102172,68	129818,5

ефекту відповідних кластерів. Для оцінки синергетичного ефекту використано два методи:

1. Оцінка синергетичного ефекту на основі середньої суми прибутку підприємств кластера (управління сумісними активами). У цьому випадку ефект характеризується як надприбуток підприємств (гудвілл), виражений сумою синергетичних ефектів по відношенню до середньої норми прибутку, яку генерують активи (середньої норми рентабельності активів кластера). Розраховують за формулою 1:

$$Gn = (A \times НПС) - ЧП, \quad (1)$$

де Gn – сума гудвілла на основі оцінки по фактичній сумі прибутку кластера;

$ЧП$ – середньорічна сума чистого прибутку (прибуток після оподаткування) підприємств кластера;

A – середньорічна вартість активів підприємств кластера;

$НПС$ – середня норма рентабельності активів (в десятковій дробі).

2. Оцінка гудвілла на основі чистого доходу від реалізації продукції. У цьому випадку, основою оцінки є «мультиплікатор прибутку/обсяг продажу». Цей показник характеризує питому вагу суми чистого прибутку в обсязі реалізації продукції. Розраховують за формулою 2:

$$Гчд = (ЧД \times МП/n) - ЧП, \quad (2)$$

де $Гчд$ – сума гудвілла на основі оцінки чистого доходу від реалізації продукції;

$ЧД$ – середньорічний обсяг чистого доходу від реалізації продукції підприємствами кластера;

$МП/n$ – мультиплікатор прибутку/обсяг продажу, в десятковій дробі.

Результати розрахунків наведені у табл. 3.

Висновки. За результатами розрахунків табл. 3 видно, що найбільш ефективним є формування регіонального виноробного кластеру із залученням підприємств кластерів №1, №2, №3. При створенні кластеру №1 синергетичний ефект може бути отриманим за рахунок об'єднання активів підприємств у розмірі 107,48 тис. грн., за рахунок

Таблиця 3

Оцінка синергетичного ефекту кластера виноробників Одеської області, тис. грн.

Об'єкт	Додатковий прибуток (зменшення прибутку) кластера, який генерують активи підприємств виноробства	Додатковий прибуток (зменшення прибутку) на основі чистого доходу від реалізації продукції
Усі підприємства	10056,76	20409,71
Кластер №1	107,48	-173,63
Кластер №2	2580,37	17731,49
Кластер №3	синергія відсутня	
Кластер №4	56,74	-101,08
Кластер №5	974,53	-3485,94
Кластер №1, №2	1189,37	15188,42
Кластер №1, №2, №3	13442,21	20170,13
Кластер №1, №2, №3, №4	11965,09	13241

чистого доходу від реалізації продукції прибуток кластеру зменшиться на 173,63 тис. грн.

При створенні кластеру №2 синергетичний ефект досягає 2580,37 тис. грн., за рахунок активів підприємств кластеру, за рахунок чистого доходу від реалізації продукції 17731,49 тис. грн. За результатами проведеного кластерного аналізу до кластеру №3 ввійшло 1 підприємство, тому ефект синергії в даному варіанті відсутній. Об'єднання підприємств кластерів №1, №2, №3 значно збільшує ефект синергії за першим методом до 13442,21 тис. грн., за другим – до 20170,13 тис. грн..

Для підприємств на етапі скорочення і занепаду (кластери №4, №5) доцільно проведення спочатку відповідних перетворень (адаптаційної, фінансово-оздоровчої, санаційної реструктуризації) для переходу їх на більш високій етап життєвого циклу, і в подальшому включити в кластер. Інші групування підприємств у кластери або об'єднання окремих кластерів мають менший ефект синергії з використанням двох ключових економічних показників.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Розробка стратегії конкурентного розвитку країни, національної та регіональних інноваційних систем, містить комплекс заходів макро-, мезо- і макрорівнів. На кожному з цих рівнів стратегія кластеризації займає пріоритетну позицію.

У подальших дослідженнях планується фор-

мування стратегії кластеризації підприємств виноробства Одеського регіону.

Література

1. Мигранян А.А. «Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров». – Интернет-ресурс: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html>.
2. Marshal A. Mechanical and biological analogies in economics. – 1898. – 375 p.
3. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
4. Мальберг А., Зандер І. Територіальний кластеринг, місцева концентрація знань та конкурентоздатності фірми: Посібник з кластерного розвитку. – К., 2006. – С. 15.
5. Розенфельд С.А. Введення бізнес-кластерів в основний напрямок економічного розвитку: Посібник з кластерного розвитку. – К., 2006. – С. 24
6. Соколенко С.И. О кластеризации в странах ОЧЭС // Деловой вестник. – 2007. – № 12(163). – С. 21.
7. Бруншпак Г.К. Государственная поддержка кластерных инициатив: вертикально-интегрированные структуры в АПК // Экономика АПК. – 2007. – № 4. – С. 40-48.
8. Оскольський В. О перспективах становления конкурентоспособной региональной экономики // Экономика Украины. – 2007. – № 12. – С. 4-11.