

3. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые ; [пер. с фр.]. – СПб. : Алетейа, М. : Ин-т экспериментальной социологии, 2001. – С. 230–234.
4. Калинин Г.Е. Пространственно-дифференциальные муниципальные мезосистемы их регулирование : [монография] / Калинин Г.Е. – Ижевск : Изд-во Ин-та экономики УрО РАН, 2006. – 221 с.
5. Саймон Анхольт Брендинг: дорога к мировому рынку / Саймон Анхольт Брендинг. – М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004. – 272 с.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : в 2-х т. / Смит А. – М. : Економ., 1993. – 570 с.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий / А.П. Панкрухин ; [2-е изд. доп.]. – СПб. : Питер, 2006. – С. 198–199
8. Бойко М.Г. Організаційно-економічний механізм формування національного бренду / М.Г. Бойко // Теоретичні та прикладні питання економіки, 2010. – Вип. 21. – 304–310с.
9. Важенина И.С. Имидж репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде / И.С. Важенина // Маркетинг в России и за рубежом, 2006. – № 6 (56).
10. Стась А. Брендинг регионов: как бренд региона способствует продвижению продуктов и услуг предприятий на межрегиональном и экспортном рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stasmarketing.ru/images/presentatoins/4s.pdf>
11. Цінність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Цінність>
12. Brand Solutions [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.brand.com>

Надійшла 04.09.2011

УДК 334.722

О. М. ТКАЧУК

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПОБУДОВА НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ В РЕГІОНІ

В статті розглядається створення нових територіальних форм господарства в регіоні. Малі та середні підприємства об'єднуються в кластери, мета і діяльність яких пов'язана з досягненням соціально-економічного ефекту та отриманням прибутку.

In the article are considered new territorial production forms in the region. An association in clusters is based on co-operation of labour in small and middle enterprises, purpose and activity of which is related to achievement of socioeconomic effect and receipt arrived.

Ключові слова: кластери, бізнес-моделі, регіон, малий та середній бізнес, суб'єкти господарювання.

Сьогодні в Україні велике значення приділяється пошуку шляхів економічного розвитку. Світовий досвід демонструє широке використання інтеграційних технологій щодо напрямків взаємодії суб'єктів господарювання. Однією з них є створення економіки майбутнього, що вимагає трансформації людського мислення. Сучасна економіка розвинутих країн будується на використанні кластерних бізнес-моделей, які застосовуються і в Україні на регіональному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що господарюванню в регіоні присвячено чимало публікацій. Так, Ю. Ульянченко досліджував передумови виникнення кластерних підходів у соціально-економічному розвитку регіонів і запропонував використання комбінованої моделі з урахуванням вітчизняної специфіки на основі комплексного та системного підходів; Н. Алтухова своє дослідження присвятила механізму внутрішніх зв'язків, що забезпечують стійкість виробничого кластеру, а також розглянула джерела синергетичного ефекту всередині кластеру. В. Суперсон, М. Долішній, В. Копитко дослідили проблеми регіональної політики і правові аспекти її реалізації та встановили, що нові форми власності на селі супроводжуються виникненням господарств різного напрямку діяльності. Л. Зайцева, І. Польська, М. Беліма,

О. Захарчук визначають тенденції соціального розвитку регіонів України. Праці М. Баб'як, С. Потапова пов'язані з окремими питаннями малого та середнього підприємництва в регіоні. Формування та розвиток кластерної системи підприємництва розглянуто С. Соколенко, М. Войнаренко, І. Піліпенко. Питання інноваційного підходу щодо розвитку регіонів досліджено також Жоелем Шрьодером.

Основу кластерів найчастіше складає середній та малий бізнес. Великий бізнес знаходиться на більш високій сходинці структурної ієрархії регіональної економіки та має тісніший зв'язок з владою. Малий бізнес, як правило, - слабкий, дрібний, сконцентрований на поточних проблемах. Отже, саме середній бізнес за своїм форматом може бути «локомотивом» у розвитку економіки регіону та проведенні кластерної політики.

Найвідомішим світовим кластером є Голівуд: декілька великих кіновиробників знаходяться в оточенні численних середніх і малих компаній, що надають безліч необхідних послуг на етапі сценарію, кастингу, зйомки, реклами, прокату тощо. Серед інших крупних та відомих кластерів слід згадати:

автомобілебудування у Баварії, вино в регіоні Бордо, діаманти в Антверпені, годинники у Женеві; відомий кластер інформаційних технологій - ірландський Дублін; біотехнології сконцентровані у Кембриджі; кластер, що займається виробництвом бавовняних виробів, знаходиться на півдні Турції, у Денізлі.

Однотипні кластери певного бізнесу утворюються в регіоні з урахуванням наявності природних ресурсів, рівня розвитку людського потенціалу, культурних традицій. Такі кластери опиняються перед вибором - розвиватися, спеціалізуватися далі або залишити ринок. Як наслідок, - достатньо швидко формується спілка спеціалізованих компаній з високою глобальною конкурентоспроможністю. Головною позитивною рисою спеціалізації бізнесу є потреба у партнерстві, співпраці, яка виступає ознакою здорової організаційної системи. Бізнес будується завдяки попиту споживачів і неможливий без постачальників, інфраструктурних та конкурентних партнерів.

До основних переваг формування кластерних моделей в регіоні можна віднести: зростання, розвиток, підвищення якості виробництва та конкурентоспроможності.

Співпраця з іншими учасниками кластеру, розподіл завдань між ними дозволяють зменшити витрати щодо розробки й впровадження інновацій, закупівлі, виробництва, маркетингу, і, як результат, - збільшення показників збуту. Концентрація компаній галузі у межах одного міста (групи міст, як у Силиконовій долині) збагачує інформаційне середовище у кластерах. Саме це і сприяє їх розвитку в інноваційній економіці.

Підприємства у кластерах взаємопов'язані та створюють спільну життєздатну структуру на основі кооперації. Зазначена взаємодія суб'єктів кластеру - стала й гнучка відносно зовнішніх факторів впливу.

Міста й регіони зацікавлені у розвитку кластерів - це нові робочі місця, збільшення податків до місцевих бюджетів, забезпечення гідного рівня життя населення, а також певний імідж, сенс існування міста або регіону.

Довкола кластерів активно розвиваються суміжні галузі, зростає інфраструктура: зв'язок, будівництво, постачання, автотраси, зупинки, готельні, харчовальні та прибиральні послуги, благоустрій ландшафтів, стає необхідною спеціалізована освіта робітників. Як наслідок, - формується особлива культура регіону. Прикладом такого розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу може бути відкриття у вересні 2011 року культурного об'єкту - найбільшого в Європі світломузичного фонтану у м. Вінниця, побудованого на кошти благодійного фонду, створеного П. Порошенка (засновником Київської кондитерської фабрики ROSHEN).

Ще одним прикладом створення успішної кластерної моделі у Вінницькій області (місто Немирів) на початку 90-х років є розвиток приватного бізнесу, пов'язаного з відкриттям станції технічного обслуговування та використанням найманої праці членів родини (сімейний бізнес). Це ремонт двигунів, ходової частини легкових автомобілів (сьогодні - всіх видів авто), шиномонтаж, балансування тощо. Спочатку приватне підприємство розташовується в орендованих приміщеннях, згодом починається будівництво власного павільйону, спеціалізованих цехів, магазинів, ресторану та готелю. Бізнес стає успішним і постійно розширюється. Відкриваються нові робочі місця, закуповується сучасне устаткування, комп'ютерна техніка. Підприємством проводяться також благодійні акції тощо.

Так, взагалі, яскравим прикладом для України є розвиток сучасного сервісу щодо обслуговування легкових та вантажних автомобілів, транспортних перевезень і пов'язаних з цим наданням суміжних послуг клієнтам. Зростання обсягів перевезень в країні свідчить про покращення можливостей та платоспроможності суб'єктів бізнесу (спрацьовує ефект мультиплікатора) та про поліпшення кон'юнктури ринку. Кон'юнктура ринку може бути піднижувальною, низькою, підвищувальною та високою, що залежить від задоволення попиту споживачів, представленої пропозиції товарів і послуг. При цьому можлива рівновага попиту і пропозиції, яка є досить короткотерміною.

Враховуючи наведені періоди розвитку кон'юнктури ринку, зазначимо, що приклад кластеру з відкриттям світломузичного фонтану у місті Вінниця або станції технічного обслуговування у місті Немирів в різні періоди часу можна віднести до підвищувальної кон'юнктури ринку.

Відомий бренд міста посилює бренди місцевого бізнесу. Це ствердження щодо кластерів є найактуальнішим. Підприємці - представники кластеру, не менш як ресторатори або місцева влада, зацікавлені у створенні бренду рідного міста чи регіону. Відомі приклади взаємодії кластеру і бренду сьогодні одиничні в Україні. Саме до них можна віднести будівництво житлових мікрорайонів у місті Вінниця (мікрорайон Поділля), відомий у всьому світі бренд міста Немирів - ТЗОВ «Немирівський лікеро-горілчаний завод».

За кордоном цінуються львівські програмісти, хоча в середині самої країни подібний імідж кластеру ще не склався. Українцям більш відомі «Львівські кав'ярні», зокрема.

Існує певний кластерний потенціал Києва, Харкова, Одеси, Донецька, Дніпропетровська, що має гарні перспективи свого розвитку. В цілому в Україні до групи малих та середніх міст, в яких представлені кластерні сучасні моделі можна віднести Вінницю, Житомир, Хмельницький, Черкаси, Краматорськ, Бровари та інші.

У цьому контексті слід звернути увагу на співконкуренцію. Для перетворення конкуренції у співконкуренцію спочатку необхідно подолати конкурентне мислення у межах певного кластеру. Тут немає

перших, тут є спільна справа. Розвиток кластерних систем також сприяє покращенню регуляторної політики держави, якісній підготовці спеціалістів у вузах, іміджу та конкурентоспроможності українського бізнесу на закордонних ринках.

Отже, важливим кроком є розуміння підприємцями одного кластеру того факту, що вони не так конкурентні між собою, як конкурентні з «іншими» кластерами за споживача, за ринки їх регіонів. В контексті зазначеного зразком такого усвідомлення є новий проект «Бренд Міста - Справа Городян». Його завданням є створення нової якості життя, популяризація міста. А саме, усвідомлення культурних основ, цінностей, стилю міста, формування особливої атмосфери щодо єдиного образу; узгоджена стратегія. Така мета у змозі поєднати всіх, хто народився в цьому місті, живе й любить його: людей різного віку, соціального статусу, освіти та життєвого досвіду.

Щодо представників культури, творчих професій, духовенства, молоді, чиновників, журналістів - це усвідомлення необхідності власного внеску щодо нового розвитку разом зі своїм містом. Щодо бізнесменів (отельєрів, рестораторів, агентств регіонального туризму) - це спосіб «розкрутити» бізнес. А щодо місцевих кластерів, бренд міста - це питання сталого існування у конкурентному ринковому середовищі.

Зважаючи на сучасні напрямки розвитку економіки та враховуючи утворення нових форм господарювання, можна подивитися на модель розвитку кластерних систем та визначити її як адаптивну. Така назва пов'язана саме з постійною зміною зовнішнього середовища, в якому створюються та функціонують суб'єкти господарювання. Формування адаптивного кластеру базується на поєднанні таких елементів, як ініціатива, інвестиції, інфраструктура, інновації, інформація, інтерес, інтеграція з метою підвищення рівня життя населення. При цьому виникає управління новою структурою на регіональному рівні. Такий кластер утворюється як відкрита система дії ефекту мультиплікатора у межах реалізації певних підприємницьких ідей, сприяє концентрації суб'єктів малого та середнього підприємництва, обмежується територією регіону, зовнішнім середовищем та забезпечує раціоналізацію балансу взаємовідносин суб'єктів за рахунок утворення внутрішнього середовища кластеру та створення нових робочих місць на фоні високої кон'юнктури ринку.

Формування позитивного бізнес-клімату для впровадження моделі кластерного розвитку регіону - поняття комплексне, яке налічує такі групи умов:

1. Умови факторів виробництва, включаючи їх властивості і рівні спеціалізації. До них належать збереження природних ресурсів, формування кадрового потенціалу, залучення фінансових коштів, розвиток фізичної, адміністративної, інформаційної інфраструктури та науково-дослідних розробок.

2. Умови для конкуренції і стратегічного розвитку: формування сприятливого інвестиційного клімату, в тому числі політики регіональних органів влади, розвиток конкуренції як потужної основи формування кластерних систем.

3. Умови попиту: наявність вимогливих місцевих споживачів та унікальних вимог клієнтів, спеціалізований попит на продукцію та послуги підприємств, які можуть мати попит на споживчому ринку.

4. Супутні або підтримуючі галузі: підбір кваліфікованих постачальників та конкурентоздатних взаємопов'язаних виробництв.

У формуванні кластерів та управлінні ними важливе місце займають взаємозв'язки фірм і організацій. В сучасних умовах кластер максимально враховує ринковий механізм та може бути ефективним лише з ініціативи знизу, коли самі підприємства роблять висновок щодо об'єднання їх діяльності з метою підвищення власної конкурентоспроможності.

Кластерний підхід дозволяє розвинути діалог між бізнес-сектором та органами регіонального управління, підвищити ефективність регіонального інноваційного процесу. При цьому зусилля регіональних органів влади можуть мати такі пріоритети:

- 1) пряма бюджетна підтримка розробки та впровадження нових технологій та товарів;
- 2) непряма підтримка шляхом податкової політики та за допомогою адміністративного регулювання;
- 3) інвестування в систему освіти;
- 4) підтримка «вузьких місць» господарської інфраструктури, необхідних для швидкого просування інновацій.

Інвестування в систему освіти може відбуватись одночасно на різних рівнях. Наприклад, на базі університетської освіти та центрів впровадження промислових технологій, що є особливо вигідним для малого бізнесу, оскільки останній отримує доступ до використання сучасних технологій. Кооперація інноваційної творчості відбувається шляхом використання змішаного капіталу та диверсифікації ризиків, спільного застосування сучасного обладнання, що, в свою чергу, стимулює створення спеціалізованих інноваційних кластерів.

Алгоритм регіонального розвитку на основі кластерного підходу може бути визначений наступними чинниками:

- створення структурних схем майбутніх кластерів;
- визначення функціональних зв'язків всередині кластера і на основі цього - потреб та можливостей кожного суб'єкта кластеру;

– створення системи економічних прогнозів щодо кількісної оцінки кластерів на основі використання досліджень кон'юнктури ринку.

Актуальною залишається вимога, що для забезпечення підвищення ефективності малого та середнього бізнесу необхідно зробити його більш прозорим, налагодити взаємодію і співробітництво між підприємствами, державними органами влади, навчальними закладами (в тому числі вищими, використовуючи різні рівні освіти), науково-дослідними інститутами, проектними організаціями.

Всі процеси, що відбуваються в бізнесі, не можуть знаходитись поза межами уваги державних та регіональних органів влади. Сьогодні в Україні існує суттєва проблема щодо мотивації об'єднання підприємств (особливо малих) в кластери. Малі підприємства розвиваються, як правило, за рахунок індивідуальних зусиль, мобільності, підприємницької ініціативи. Тому для них тісне співробітництво з конкурентами, постачальниками, клієнтами може здаватись загрозовим. Задача держави та регіональних органів влади – створити сприятливий простір для стимулювання малих підприємств до інтеграції у кластерну систему. У світовій практиці існують такі основні форми стимулювання зазначеного процесу:

- 1) пряме фінансування (субсидії, займи);
- 2) надання безвідсоткових кредитів;
- 3) створення фондів впровадження інновацій з урахуванням комерційного ризику;
- 4) стимулювання нововведень шляхом надання безплатних позичок;
- 5) зниження державних податків для одноосібних винахідників;
- 6) відстрочка сплати податків або звільнення від них, якщо винахід стосується економії енергетичних та інших ресурсів;
- 7) сприяння безкоштовному діловодству, спрощенню бухгалтерської звітності тощо.

Зазначені пріоритети розвитку кластерних моделей в бізнесі можуть бути ефективними та корисними в регіональній політиці України, яка стимулює інноваційні починання всіх суб'єктів господарювання з метою поліпшення соціально-економічного результату їх діяльності.

Концепція моделювання регіональної економіки та розвитку бізнесу полягає в активізації діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу, розвитку їх корпоративної культури та взаємовідносин в межах кластерів.

В Україні, як і в країнах Європи та світу, нестача фінансових ресурсів і стратегічних інструментів щодо поліпшення шляхів економічного зростання вимагає зосередження заходів, що сприяють стабільному розвитку та забезпечують ефективний розподіл фінансових ресурсів.

Вінницька область, значна частка населення якої мешкає в сільській місцевості і яка володіє великим природним потенціалом, традиціями в сфері виробництва та переробки продуктів харчування, суттєво залежить від сільського господарства. На сьогоднішній день сектор аграрної економіки Вінницького регіону недостатньо розвинутий, що перешкоджає випуску та експорту рентабельної продукції з більш високою додатковою вартістю за межі області. Тому поєднання економічних суб'єктів у кластери є необхідним кроком у напрямку забезпечення взаємозв'язку сільськогосподарських виробників з підприємствами харчової промисловості та випуску продукції з вищою додатковою вартістю.

Це вимагає подальшого розвитку ринкових послуг та підвищення ефективності сфери обслуговування. Оскільки сільськогосподарське виробництво, разом з харчовою промисловістю, помітно сприяє розвитку економіки регіону, воно підштовхує розвиток сучасної переробної та обробної галузей, а також покращує необхідні зв'язки між селом та містом.

Можна з впевненістю сказати, що в Україні сьогодні триває пошук нових економічних форм господарювання. Про це свідчать вже чисельні приклади створення кластерних моделей в регіоні, на підставі концентрації об'єктів господарювання навколо певної ідеї, центру, інновації. Національний розвиток України та її регіонів має значний потенціал та може використовувати приклади світового досвіду формування кластерних систем, насамперед, в сфері сільського господарства, машинобудування та туризму. Форми, механізми та комунікаційні зв'язки між постачальниками ресурсів, споживачами та партнерами – різноманітні, і саме вони можуть формувати складові кластеру, що забезпечують його ефективність. Основна мета при цьому – досягнення інноваційного розвитку, створення нових робочих місць, зростання заробітної плати робітників, формування фінансових потоків промислового сектору України та поліпшення добробуту населення.

Література

1. Мороз О. М. Теоретичні основи концептуального розвитку регіональної економіки малого та середнього бізнесу : [монографія] / О. М. Мороз ; [за ред. І. С. Ткаченка]. – Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2007. – 300 с.
2. Мороз О. М. Дослідження пріоритетів вибору об'єктів малого та середнього бізнесу в регіоні / О. М. Мороз // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 1. – Т. 1. С. 68–73.
3. Соколенко С. І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентоспроможності регіону /

С. І. Соколенко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ucluster.org/sokolenko/2008/07/innovacijny-klastery-mexanizmpidvyshhennya-konkurentospromozhnosti-regionu>

4. Ткаченко І. С. Методологічні засади оцінки розвитку малого та середнього бізнесу регіону: монографія / І. С. Ткаченко, О. М. Мороз. – Вінниця : Теза, 2006. – 204 с.

5. Федоренко В. Г. Кластери – системний інструмент підвищення конкурентоспроможності економіки / В. Г. Федоренко, А. Ф. Гойко, В. Б. Джабейло // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 6–9.

Надійшла 18.09.2011

УДК 338.45

В. В. ДЖЕДЖУЛА

Вінницький національний технічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ

Розглянуто сучасний стан та проблеми розвитку вітчизняного ринку енергоресурсів. Охарактеризовано організаційно-економічні шляхи вирішення даних проблем.

The current status and problems of development of domestic energy market. Characterizes the organizational and economic solutions to these problems.

Ключові слова: ринок енергоресурсів, промислові підприємства, організаційно-економічні проблеми.

Постановка проблеми. Ефективний розвиток держави неможливий без збалансованого і мінімізованого споживання енергетичних ресурсів. Рівень конкурентоздатності на внутрішньому і зовнішньому ринках, незалежність підприємств та їх розвиток визначається питомими показниками споживання енергії на одиницю виробленої продукції, а на рівні держави – енергоємністю ВВП. В умовах енергетичної кризи зусилля вчених зосереджені на пошуку нових форм і методів формування енергоефективності промислових підприємств. Висока енергоємність ВВП України, що у 2,6 рази перевищує середній рівень енергоємності країн світу, є наслідком суттєвого відставання галузей економіки від світових стандартів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Згідно «Національної доповіді з питань реалізації державної політики у сфері енергоефективності за 2009 рік» [1], «Енергетичної стратегії України на період до 2030 року» [2] та «Комплексної державної програми енергозбереження України» [3], визначено, що рівень енергоспоживання економіки України є середньоєвропейським і характеризується дисбалансом по галузям та джерелам, потребує детальної класифікації та визначення шляхів виходу з проблеми енергозалежності.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану та проблем ринку енергоресурсів України та обґрунтування організаційно-економічних шляхів вирішення даних проблем.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Розглянути сучасний стан енергоспоживання економіки України;
2. Визначити проблеми енергетичного ринку;
3. Обґрунтувати організаційно-економічні шляхи вирішення даних проблем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна частково забезпечена власними енергоресурсами і вимушена вдаватися до їх імпорту, що становить країну в залежність від країн-експортерів. Україна має значні природні ресурси і унікальне довкілля, але при цьому найгіршу в Європі екологічну ситуацію. Також наша країна є однією з країн, де найбільш неефективно використовуються енергоресурси [1]. Лише з кінця 90-х років відбулося помітне зменшення енергоємності ВВП України з одночасним його зростанням. Але дана динаміка обумовлена не впровадженням енергозберігаючих заходів, а в більшій мірі фізичним і моральним зносом обладнання. Енергетична залежність України станом на 2005 рік становить 54,8%, що є середньоєвропейським показником. Структура споживання первинної енергії країнами світу наведена в таблиці 1 [1,2]. Згідно до табл. 1 у структурі енергоспоживання нашої країни спостерігаються позитивні зрушення, що обумовлено зменшенням споживання частково імпортованого газу на 6% і збільшенням при цьому споживання власного вугілля на 4,2% та відновлювальних джерел енергії на 5,7%.

У 2009 році в Україні було вироблено 173,6 млн кВт×год електричної енергії, 55,1 млн тонн товарного вугілля та 21,5 млрд кубічних метрів природного газу, забезпеченість даними ресурсами склала відповідно: 102,3%, 94,2% і 40,8%.

В Україні склалися сприятливі умови для розвитку нетрадиційної енергетики. Загальний річний теоретично досяжний енергетичний потенціал відновлювальних джерел становить 98 млн. т. у. п., що станом на 2010 рік складає більше 50% загального енергоспоживання.

В економіці України провідна роль належить саме промисловості, де сконцентровано біля 40% всіх товарів і послуг, та третина основних засобів. Особливу увагу необхідно звернути на низький рівень