

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антикризисное управление. Теория и практика. / В.Я. Захаров, А.О. Блинов, Д.В. Хавин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 287 с.
2. Антикризисное управление: учебник / под ред. Э.М.Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 432 с.
3. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Т.С. Клебанова, О.М. Бондар, О.В. Мозенков та ін. / за ред. О.В. Мозенкова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 272 с. Укр. мова
4. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием /И.А. Бланк – К.: Эльга, Ника-Центр, 2006. - 672 с. – (Серия «Библиотека финансового менеджера»; Вып. 10)
5. Буднікевич І.М. Кон'юнктурне дослідження ринку інновацій України // Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць. – Вип. 162., Економіка. – Чернівці: ЧДУ, 2002 - С.60-67
6. Бурий С.А., Мацеха Д.С. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми підприємств малого бізнесу: моногр. – Хмельницький: ТОВ «Тріада-М», 2006. – 93 с.
7. Инновационные преобразования, как доминантный фактор обеспечения устойчивого развития предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1086-2012-02-28-05-51-07>
8. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
9. Лігоненко Л.О., Тарасюк М.В., Хіленко О.О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник. – К.: КНТУ, 2005. – 377 с.
10. Механізм управління стратегією використання транзитного потенціалу регіону. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1515>
11. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / П.П. Микитюк – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 400 с.
12. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности : пер. с англ. / Ф. Никсон. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 230 с.
13. Портер М.Э.Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : пер. с англ. /М. Э.Портер — М.: Альпина Бизнес Букс,2005. — 715 с.
14. Теория и практика антикризисного управления: учебник для вузов / под ред. С.Г. Беляева, В.И. Кошкина. – М.: Закон и право, 1996. – 496 с.
15. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент.: учебник, 4-е изд. – СПб: Питер, 2003. – 400с.
16. Шумпетер Й. Теория экономического развития : пер. с англ./ Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
17. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления: учеб.-практич. пособие. – М.: Дело, 2004. – 432 с.
18. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В.Яковец; Междунар. ин-т П.Сорокина – Н.Кондратьева. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 444с.

УДК 681.3.07

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОБЪЕКТОВ

Швец И.Ю.

В статье рассмотрены основных направления повышения конкурентоспособности объектов на основе кластерной модели, основывающейся на создания ценности для потребителя и всех участников кластера. Регулирующий механизм кластера и его функции. Программный план структурной перестройки хозяйственного комплекса региона. Ключевые слова:

управление, конкурентоспособность, кластер, объект.

Ключевые слова: конкурентоспособность, кластерная модель, координатор кластера, цены, информационная модель

Современные подходы к управлению должны учитывать все нюансы, связанные с уровнем конкурентоспособности объектов, так как они представляются для рынка соответствующими конкурентными единицами. По этой причине при определении направлений управления развитием конкурентоспособности объектов следует использовать ориентированное на потребителя мышление. Территориальный экономический комплекс должен производить только тот комплекс товаров, услуг, который имеет спрос у потребителя. Этот комплекс товаров, услуг может являться цепью товаров, услуг, т.е. аналитические инструменты, которые, с точки зрения потребителя, разделяют полный товар, услугу на отдельные части-элементы и частичные процессы. Потребитель не ориентируется при пользовании различными элементами туристских услуг предприятия, а относит услугу и ее качество к рекреации как к единому целому. Кластерная система способствует повышению уровня конкурентоспособности всех элементов цепи товаров, услуг и за счет синергетического эффекта.

Как в самой конкуренции, так и конкурентоспособности, роль местоположения учитывается недостаточно. При проведении таких исследований определяющими должны выступать следующие моменты [1, с.231]:

- 1) производственные связи являются результатом и формой проявления отраслевого и территориального разделения труда, обобществления производства;
- 2) виды, регулярность, ритмичность и интенсивность экономических связей полностью зависят от территориальной расположенности соответствующих предприятий (в пределах одного населенного пункта, в нескольких соседних, в одном экономическом районе или значительно удалены друг от друга);
- 3) концентрация общей интеграционной структуры не отрицает целесообразности изучения частных структур, но указывает на взаимодополняемость получаемых при этом результатов;
- 4) функционально-территориальная система как наиболее упорядоченная структура является определяющим звеном региональной экономики.

Важную роль в формировании конкурентных преимуществ различных объектов могут сыграть кластерные системы. Региональный кластер, созданный по географическому принципу – конкурентоспособная организационная форма территориально-иерархической модели производства с различными уровнями локализации, обеспечивающая максимальный хозяйственно-социальный эффект посредством минимизации налогов в сравнении с подобными отраслями [2, с. 167]. В.В. Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки рассматривают направления организации экономики региона на основе организационного механизма объединяющего деятельность отдельных субъектов экономической деятельности в регионе [3]. По их мнению экономические условия реализации корпоративного эффекта при проведении реструктуризации экономической среды региона вытекают из видения корпорации как экономического субъекта и социальной организации. От существующей модели организации бизнеса конгломератной структуры корпорация отличается широким взаимопроникновением, в первую очередь синергическим эффектом. Регион как квазикорпорация представляет собой объединение людей на основе использования самостоятельного права в целях наилучшей реализации или защиты своих коллективных интересов, принявши форму общественного союза, обладающей отчетливой целевой функцией и способностью действовать как интегральный субъект [3, с. 31]. М.Портером была представлена модель создания кластера на основе конкурентных преимуществ принадлежащих системе, территории [4, с. 265-264].

Целью данной работы является конкретизация путей управления конкурентоспособностью объектов.

Стратегическая цель всей кластерной системы как конкурентной единицы – обеспечение конкурентоспособности на длительный временной период. Взаимодействие баз размещения, питания, транспортных предприятий, торговли, сельскохозяйственных предприятий, финансовых ин-

ституты, их рынков, населения и окружающего мира оказывает влияние на конкурентоспособность региона. Рынки предъявляют высокие требования к продукции и тем самым стимулируют работу отраслей, и наоборот: конкурентоспособные отрасли заинтересованы в сохранении и увеличении количества требовательных клиентов на местах. Взаимодействие окружающей среды и кластерной системы, особенно отношение населения к позитивным и негативным внешним эффектам или реакция на позитивные и негативные тенденции, также оказывает влияние на состояние конкурентоспособности. Миссией развития кластера на долгосрочную перспективу должно быть повышение качества жизни населения, доведение конкурентоспособности крымской продукции до уровня международных стандартов качества за счет внедрения современных технологий и создания стабильного и динамично развивающегося хозяйственного комплекса в условиях рынка. Достижение этой миссии требует решения взаимосвязанных стратегических целей. Во-первых, формирование оптимальной модели специализации и структурной перестройке хозяйства Крыма с учетом его уникальных природно-климатических условий и географического положения, а также баланса трудовых ресурсов. Во-вторых, активное включение экономики региона во внешнеэкономические связи, международное разделение труда, мировой рынок, товаров, услуг, капитала. Это даст возможность интернационализации крымской экономики. В-третьих, переход к развитым рыночным формам организации хозяйственной отношений. Данные стратегические направления являются базовыми и дают возможность создать ценности для участников кластера. Кластер для повышения управляемости процессов должен иметь координирующую структуру – координационный центр. Который должен взять на себя выполнение кооперативных задач в кластере.

С одной стороны, координационный центр можно определить как особый вид организационной структуры управления, который берет на себя функцию координатора в кластере. Для менеджмента важно, чтобы различные функции, как отдельного предприятия, так и туристского кластера координировались специальными организационными структурами.

С другой стороны, координационный центр представляется туристским посредником, т.е. координационный центр должен выполнять маркетинговые функции, носить кооперативный характер и иметь возможность организовать работу, как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Одной из главных задач координационного центра является стратегическое планирование развития кластера. Процесс стратегического управления в области стратегического планирования должен быть поэтапным.

Первый этап – постановка проблемы, определение круга задач по планированию, формирование группы для выполнения плановых работ, обучение кадров, издание документа (программы, приказа, распоряжения) по выполнению работы.

Второй этап – выявление проблемы повышения конкурентоспособности регионального продукта и формирование задач: маркетинговые исследования рынка, потребителя, конкурентов, выявление факторов макро- и микросреды, влияющих на конкурентоспособность региона, сегментация рынка; определение тенденций развития технико-экономического развития и производства на 3-5 лет, оценка влияния проблемы на окружающую среду и экономику; создание дополнительных стимулов для привлечения инвестиций; совершенствование механизмов управления корпоративными правами, усиление защиты прав малого и среднего бизнеса; повышение инвестиционной привлекательности объектов приватизации, оживление инвестиционной деятельности; создание электронного реестра инвестиционных и инновационных предложений (проектов) и площадок; расширение внешних связей автономии на основе заключения договоров о сотрудничестве и через торгово-промышленную палату.

Третий этап – поиск информации. На данном уровне необходимо установить требования к информации, установить источники информации, определить каналы получения информации, оформить доступ к информации, определить перечень и видов информации, первичная идентификация информации, сбор и кодирование информации.

Четвертый этап – обработка информации, в которую входит проверка полноты, достоверности,

группировка, сравнение полученной информации с имеющейся, качественный анализ, селекция и фильтрация информации.

Пятый этап – выявление возможности ресурсного обеспечения. Этот уровень требует анализа условий реализации целей, прогнозирования потребностей в различных видах ресурсов, прогнозирования организационно-технического развития изготовителя и потребителя услуги, товара, выявления необходимой координирующей деятельности органов управления.

Шестой этап – иерархия целей. На данном уровне необходимо провести: построение дерева целей, разработка организационного проекта обеспечения дерева целей.

Седьмой этап – формулирование плановых заданий требует уточнения состава исполнителей и соисполнителей заданий, формулирования заданий конкретным исполнителям, оптимизации сроков выполнения заданий, построения операционной программы выполнения заданий.

Восьмой этап – оформление плановых документов, реализация решений, учет и контроль выполнения плановых заданий, организация регулирования (обратной связи) плановых заданий по требованиям потребителей, субъектов кластера, новинкам научно-технического прогресса в данной области.

Координационный центр, формирующий экономическую политику, должен создать выгодные рамочные условия и стимулировать его развитие в кластере. Координационный центр должен быть многоуровневой структурой, включающей с себя государственные структуры и частные объединения, которые осуществляют свою деятельность на двух уровнях: региональном и муниципальном. «Многоуровневое управление предпочтительнее централизованного подхода по многим техническим, экономическим и эксплуатационным причинам» [5, С. 28]. Несмотря на кажущийся недостаток многоуровневых систем, обусловленных сложностью их поведения и управления (ввиду присутствия функционирования множества элементов и нескольких уровней управления), полностью интегрированный и централизованный подходы к управлению в замен многоуровневого приносят больше проблем, так как практически не удастся обеспечивать учет всего комплекса существующих противоречий экономического, социального, технического свойства. А при многоуровневом управлении указанные противоречия находят свое разрешение, поскольку локализуются на определенном уровне иерархии и становятся предметом управления конкретных субъектов, призванных не допускать распространения их влияния не только на уровни системы, но и на другие элементы.

Государственный координационный центр регионального уровня должен осуществлять стратегическое планирование развития региона, создает программы поддержки предприятий кластера в соответствии с национальными государственными интересами, и согласует их законодательной и налоговой базой Украины. Стратегия развития региона и программы должны способствовать развитию Крыма.

На муниципальном уровне координационный центр призван заниматься формированием местной инфраструктуры, рекламой. Членами данного уровня могут быть предприятия, информационные центры, а также все лица и фирмы, заинтересованные в развитии бизнеса в своей местности.

Наибольший эффект в деятельности координационного центра кластера в объединении интересов в рамках единого союза государственных учреждений, предприятий, общественных организаций и частных предприятий.

Чтобы унифицированная модель распределения полномочий между уровнями управления стала возможной, необходимо найти компромисс между ними. Такой компромисс должен быть оформлен путем подписания договоров. При достижении компромисса можно говорить о конкретной модели распределения полномочий между уровнями управления кластера. Этот процесс можно представить в ряде последовательных этапов: на первом этапе определяются субъекты отношений по уровням иерархии управления, участвующие в общественных отношениях, т.е. конкретные органы управления кластером; на втором этапе устанавливаются границы интересов субъектов общественных отношений с конкретизацией их относительно соответствующих групп интересов и уровней иерархий управления; на третьем этапе выбирается, распределяются и конкретизиру-

ются права, обязанности, ответственность за состояние определенного конкретного содержания рода, вида деятельности или управления; на четвертом этапе определяются основные управленческие функции в соответствии с уровнями управления; на пятом этапе определяются рамки автономности субъектов по уровням управления; на шестом этапе все шаги и действия юридически закрепляются в правовых актах.

В зависимости от уровня (места, кластера в целом) задачи менеджмента решаются по-разному. Уровни координационного центра рассматриваются по иерархии: региональный над муниципальным. Задачи у всех типов организаций одинаковы, но разница в том, что они распространяются на разные по размерам территории и имеют неодинаковую значимость. Нижний уровень организации должен стремиться выполнять свои задачи по примеру верхнего уровня. Но такое утверждение относительно, ведь для оптимизации управления важно знать, что ожидают различные уровни организаций друг от друга: местные организации — от организаций верхнего уровня.

В функции муниципального координационного центра входят: организация информационной базы; исследование рынка; ознакомление вышестоящего государственного координационного центра с проблемами туризма; формирование положительного имиджа для кластера; консультация по вопросам рынка; программа обучения и квалификации кадров; общее участие в ярмарках; формирование положительного образа региона в СМИ на местном уровне; помощь в введении финансовой отчетности предприятия.

Задачи муниципального координационного центра зависят от его величины и возможностей. Его маркетинговая деятельность ориентируется на радиус досягаемости предоставляемой марки продукта. При осуществлении деятельности, связанной с рынком, а также при разработке самостоятельных акций на соответствующем рынке они присоединяются к совместной деятельности других структур. В обязательном порядке должна выполняться информационная и маркетинговая работа. От государственного координационного центра требуется формирование имиджа всего региона туристского кластера; проведение маркетинга на перспективных рынках спроса; представительство муниципального координационного центра на важнейших туристских рынках; организация и участие в международных ярмарках; привлечение кредитных, инвестиционных ресурсов (на уровне целевых государственных кредитов, программ, создания кредитных союзов, являться гарантом по кредитам, выдаваемым участникам кластера, перед банками, специализированными кредитными учреждениями).

Относительно распределения обязанностей и ответственности между различными уровнями координационного центра необходимо выделить следующие задания-функции для каждой из них: функции предложения должны взять на себя организации более низкого уровня. Они имеют прямой контакт с отдельными производителями товаров, услуг и хорошо знают продукт, а также необходимым для выполнения такой деятельности кадровым составом; функции представительства интересов должны выполняться на каждом уровне государственной структуры организациями с одинаковым географическим радиусом деятельности. Такие организации имеют практически одинаковый вес относительно политических структур. Выполнение представительских функций на себя должны взять муниципальные, региональные и национальные организации; маркетинговые функции должны выполняться в каждом регионе в зависимости от его известности, имиджа и финансовых возможностей. Муниципальный координационный центр должен пытаться повысить свою известность на национальном уровне; государственный координационный центр на национальном уровне и на ближайших зарубежных рынках сбыта должен стремиться к формированию и сохранению положительного имиджа; функцию создания и сохранения ведущего образа должны выполнять два уровня координационного центра.

Безотносительно к уровням управления все функции координационного центра кластера можно сформулировать следующим образом: разработка и исполнение местной региональной экономической политики; объединенная политика, учитывающая рыночные условия; стимулирование инновационного развития с участием консалтинговых центров, научных институтов, учебных заведений; обеспечение общих интересов в транспортном сообщении; формирование самосозна-

ния; организация социальной жизни; руководство деятельностью турбюро; обсуждение предложений, указаний и жалоб, относящихся к деятельности кластера; выполнение задач по формированию и координации предложения; эксплуатация инфраструктурных сооружений и долевое участие; налаживание и укрепление связей с управлениями, предприятиями, транспортными организациями, различными объединениями, прессой, радио, телевидением, организациями всех форм собственности. При распределении функций между различными уровнями необходимо, чтобы между ними было налажено ориентированное на выполнение общих задач сотрудничество.

Масштабность поставленных целей определяет необходимые для их достижения время и ресурсы. При благоприятных условиях их можно достичь в течении десятилетия, при условии значительных капиталовложений в экономику АРК. Предполагаемый срок структурной перестройки хозяйственного комплекса можно разбить на этапы, в каждом из которых будут решаться свои задачи, направленные на стабилизацию и подъем экономики крымского региона, повышения жизненного уровня местного населения.

Первый этап, продолжительностью в 2 года. Главными задачами которого являются: поиск ресурсов внутреннего и внешнего спроса; определение ведущих предприятий, выявление наличия цепочек связанных с ними по вертикали ниже- и вышестоящих предприятий и организаций, определение по горизонтали отрасли, проходящие через общие каналы или производящие побочные продукты и услуги; определение сферы деятельности кластера, распределения задач между участниками кластера.

Второй этап, продолжительностью в весь срок функционирования кластера. Главной задачей, которого является четкое разграничение полномочий между уровнями координационного центра кластера и создания правового и рыночного механизма регулирования экономических и социальных процессов, обеспечение максимальной открытости экономики, включая создания свободных экономических зон, оффшорных центров.

Третий этап, продолжительностью в весь срок функционирования кластера. Главными задачами, которого являются: формирование лояльного отношения к деятельности кластера у местных жителей Крыма, нахождение, привлечение или создание организаций, обеспечивающих для участников кластера повышение квалификации, получение специальных навыков, технологий, информации.

Четвертый этап, продолжительностью во весь срок функционирования кластера. Главной задачей, которого является: усиление процесса переориентации инвестиций в экономику региона, как собственных, так и внешних, направляя их на развитие приоритетных направлений.

Пятый этап, продолжительностью в весь срок функционирования кластера. Формирование и развитие региональной инфраструктуры рынка.

Шестой этап, продолжительностью во весь срок функционирования кластера. Главными задачами, которого являются создание эффективной системы мониторинга деятельности кластера и окружающей среды, и создание необходимых мер экологической защиты, разработка комплекса административных, организационно-экономических мер, обеспечивающих снижение техногенной нагрузки на окружающую среду.

Структурная перестройка хозяйственного комплекса региона и сопутствующих отраслей возможно только на основе планомерного развития. Выполнение мероприятий по созданию кластера может быть обеспечено за счет средств бюджета Автономной Республики Крым, местных бюджетов, собственных средств заинтересованных предприятий и организаций области, кредитов банков, средств иностранных инвесторов, других источников. Выполнение выше представленных мероприятий обеспечит создание благоприятного инвестиционного климата в Крыму, улучшит его привлекательность для отечественных и иностранных инвесторов.

В статье рассмотрены стратегические направления управления конкурентоспособности объектов на основе кластерной модели. Региональный кластер должен основывать свою деятельность для создания ценности для потребителя и всех участников кластера. Регулирующий механизм, которого должен стать двух уровневый координационный центр. Координационный центр должен быть многоуровневой структурой, включающей с себя государственные структуры и частные

объединения, которые осуществляют свою деятельность на двух уровнях: региональном и муниципальном.

ВЫВОДЫ

В статье рассмотрен возможный вариант распределения управленческих функций между уровнями управления кластера. Структурная перестройка хозяйственного комплекса региона возможна только на основе планомерного развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: моногр. / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований / В.Н. Василенко. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с.
2. Чужиков В. Кластеры як об'єкт державного регулювання / В. Чужиков // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 2001. – №4. – С. 160-167.
3. Маслаков В.В. Модель региональной квазикорпорации / В.В. Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки // Регион: экономика и социология. – 2000. - № 2. – С. 17-36.
4. Портер М. Конкуренция / М.Портер . - М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
5. Месарович М. Теория иерархических многоуровневых систем / пер. с англ.; под ред.. И.Ф. Шахнова / М. Месарович, Д.Мако, И.Такахара. – М.: Изд-во «Мир», 1973. – 344 с.