

Супутніми характеристиками цих підприємств іноді є негативний імідж, низька якість, хронічне порушення договірних умов тощо. У гіршому випадку такі підприємства просто стоять. Наприклад, до цієї категорії належить значна частина швейних фабрик у регіонах України.

При адаптивному підході до управління конкурентними перевагами керівництво фірми, базуючись на попередньому досвіді, намагається зберегти позиції на ринку шляхом пристосування до змін, які виникають у зовнішньому середовищі. Таке пристосування здійснюється, зокрема, за допомогою копіювання кращих розробок і конкурентних переваг суперників з метою збереження «статус-кво». Адаптивний підхід притаманний значній частині великих українських підприємств. Вітчизняні виробники запозичують передовий досвід, у першу чергу, іноземних конкурентів, намагаючись адаптувати його до реалій внутрішнього ринку.

Креативний підхід заснований не лише на систематичному відслідковуванні ринкових змін і швидкому реагуванні на них, а й на активному, творчому формуванні конкурентних переваг за рахунок розробки та впровадження нових продуктів і технологій, пошуку нових груп споживачів, освоєння перспективних сегментів і налагоджування стратегічно важливих партнерських зв'язків. Організації, яким властивий такий підхід до управління конкурентними перевагами, не зупиняються на певних досягненнях, а намагаються постійно покращувати свою діяльність, підвищувати власний потенціал і знаходити нові можливості для зростання. Наведеним ознакам частково відповідають такі вітчизняні компанії, як ЗАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», ТОВ «Промкабель-Електрика», «Києво-Могилянська бізнес-школа» тощо.

Найбільш перспективним з позицій захоплення лідируючих позицій на ринку безперечно є креативний підхід, однак на більшості вітчизняних підприємств він ще, на жаль, не сформований.

І. В. Бігун, аспірант,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ-УЧАСНИКІВ КЛАСТЕРУ

Анотація: розвиток сучасної економіки спонукає підприємства малого та середнього бізнесу об'єднуватись задля збереження і покращення конкурентної позиції. Кластери дозволяють використовувати спільні можливості підприємницьких кіл при допомозі тісних інтеграційних зв'язків, заснованих перш за все на неформальних договірних зв'язках, довірі, соціальних факторах.

В сучасних економічних умовах малим та середнім підприємствам, що становлять в розвинутих країнах основу для розвитку середнього класу, на який спирається держава в своєму соціально-економічному

розвитку, важко конкурувати з великими підприємствами та корпораціями. В Україні багато міст, районів та областей надходження в бюджет яких фактично формує діяльність декількох промислових підприємств, що робить ці регіони залежними від роботи цих підприємницьких структур. Малі та середні підприємства зарекомендували себе у більш гнучкому виробничому сенсі, які спроможні оперативно відреагувати на потреби ринку, споживача, впровадити у виробництво передові інноваційні розробки та технології. Але за для покращення конкурентного положення малого та середнього бізнесу, розробок нових товарів, виходу на нові ринки, лобіювання власних інтересів в органах державної влади, збільшення конкурентноздатності підприємств, покращення інвестиційної привабливості необхідна консолідація, кооперування та співробітництво підприємців. Спираючись на сучасні дослідження провідних економістів та на вдалий закордонний і вітчизняний досвід можливо пропонувати впровадження такої форми співробітництва як об'єднання підприємств в кластери. Теорію кластерів першим сформулював в 90-х роках 20-го ст. американський професор Гарвардського університету Майкл Портер. Він дослідив конкурентне положення більше 100 галузей різних країн Америки та Європи, та звернув увагу на те, що найбільш конкурентноспроможні за міжнародними масштабами фірми однієї галузі мають властивість до скупчення, сконцентрування в одній країні, а іноді і одному регіоні країні. Цей ефект отримав назву — «ефект розливу», тобто якщо одна або декілька фірм досягають конкурентоздатності на світовому ринку, вони поширюють свій вплив на найближче оточення: постачальників, покупців, конкурентів. В свою чергу успіхи оточення здійснюють позитивний вплив на подальше зростання конкурентноздатності компанії. Виникає так звана ланцюгова реакція. У підсумку формується кластер — співтовариство фірм, виробничих підприємств, однієї галузі, котрі сприяють росту конкурентноздатності один одного. Таким чином, кластер змушує національну галузь підтримувати свою перевагу. Аналізуючи досвід впровадження кластерів за кордоном можливо стверджувати, що в цьому кластерному середовищі прискорюється процес створення нових фірм, збільшуються інвестиції як з боку держави, так і з боку зовнішніх венчурних фондів. З цього випливає характерна ознака кластерів — це конкуренція. Навіть виробляючи спільний товар, вони конкурують на внутрішньому ринку, тим самим ця конкуренція поширюється й на зовнішні ринки, що приводить до спільної експансії.

Синергетичний ефект спільного використання ресурсів та обладнання дозволяє зменшити валові витрати, собівартість продукції, більш ефективно використовувати обладнання. Саме утворення синергетичного ефекту в поєднанні з неофіційними зв'язками, заснованими на довірі та взаєморозумінні дозволяють успішно співробітничати підприємствам у кластері. Механізм економічних відносин у кластері можливо розглядати через узгодженість договірних відносин та трансакційне ціноутворення для учасників об'єднання, що дозволить гарантувати певний рівень рентабельності виробництва та майбутній ринок збуту про-

дукції. Гарантування механізму здійснюється через дотримання договірних зобов'язань, жорсткого громадського контролю з боку керівництва кластеру, певним рівнем довіри між учасниками. Не маловажним фактором повинно стати престижність участі фірми у кластері через надання певних привілеїв і підтримки. До привілеїв відносяться: специфічність об'єднання, гарантування економічних зв'язків, членство у певних міжнародних громадських об'єднаннях, можливість отримання унікальної інформації тощо. Підтримку членам кластеру можна забезпечити через: надання консультаційних послуг, високопрофесійної підтримки, яку було б важко отримати через її велику вартість, використання науково-технічного потенціалу учасників, доступ до дешевих фінансових послуг, можливість залучення до співпраці великих корпорацій і використання їх інфраструктури та інше.

Розвиток кластерних об'єднань дозволяє використовувати потенціал підприємств на регіональному рівні, збільшуючи конкурентноздатність національної економіки в цілому. Розробка механізму впровадження кластерів потребує прискіпливої уваги та підтримки з боку урядових кіл, наукового обґрунтування та розуміння підприємницьких кіл до процесів економічного кооперування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Укр. контекст. — К.: Логос, 2002. — 646 с.
2. Господарчий кодекс України, www.rada.gov.ua.
3. Портер М. Конкурентное преимущество наций: Пер. с англ. — М.: Издат. дом «Вильямс», 2005. — 608 с.

Т. А. Бойченко, директор з розвитку бізнесу,
ТОВ «Дельта Сервіс»

ЧИСТИЙ ПРИБУТОК — ЯК ІНДИКАТОР РОЗВИТКУ НОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основними завданнями є визначення показника, що найоб'єктивніше характеризує розвиток нових підприємств.

The primary goals are definition of a parameter which most objectively characterizes development of the new enterprises.

Від того, наскільки успішним був старт підприємства, значною мірою залежить, чи вдасться йому відвоювати у конкурентів свою частку ринку і втримати її у майбутньому. Тому існує потреба у визначенні та аналізі найпоширеніших проблем, що постають перед новоствореними