

## КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

У сучасній економіці для забезпечення її гармонійного розвитку функціонують різні за масштабом підприємства — великі, середні, малі. За кордоном більш інтенсивний розвиток отримав малий бізнес, що пов'язане з вагомими його перевагами порівняно з великими та середніми підприємствами, оскільки малий бізнес дозволяє більш енергійно вирішувати проблеми відтворювального характеру, бо пом'якшує процеси нагромадження, сприяє мобілізації фінансових ресурсів та інвестування, прискореному розвитку виробництва, забезпеченню впровадження досягнень науково-технічного прогресу, структурним перебудовам економіки, соціальній стабільності, покращенню зайнятості, що загалом забезпечує підвищення валового внутрішнього продукту. У державах із розвинутою економікою мале підприємництво виробляє понад 50% ВВП, а частка зайнятого населення складає понад 40%. В Україні останнім часом питанням розвитку малого бізнесу приділяється все більше уваги. Однак в країні мале підприємництво ще не набуло широкого розвитку, бо дає лише коло 10% ВВП, а частка зайнятих складає 14,4% працездатного населення.

Слід зазначити, що за підсумками 2008 р. в цілому по Україні фінансові результати малих підприємств від основної діяльності до оподатковування склали 37482,2 млн. грн. збитків унаслідок різниці прибутку 32018,9 млн. грн., що одержали 62,7 % усієї кількості малих підприємств, і збитками в розмірі 69501,1 млн. грн., що створилися на 37,3 % малих підприємств [1]. У цьому ж періоді малі підприємства Донецької області дістали прибуток від основної діяльності до оподатковування в розмірі 1052,6 млн. грн. З усієї кількості малих підприємств цього регіону 66,2 % дістали прибуток у розмірі 3092,5 млн. грн., а 33,8 % підприємств понесли збитків на суму 2039,9 млн. грн. [2]. Розмір позитивного сальдо фінансових результатів від основної діяльності малих підприємств Донецької області в 2008 р. посів перше місце серед всіх областей України. Усього з позитивними фінансовими результатами діяльності в 2008 р. в Україні зафіксовано лише чотири області — Донецька (1052,6 млн. грн.), Чернівецька (168,0 млн. грн.), Чернігівська (133,1 млн. грн.) та Тернопільська (25,3 млн. грн.) [1].

Таким чином, якщо орієнтуватися на показники

діяльності розвинутих країн в частині питомої ваги малого бізнесу в ВВП та кількості зайнятих, що є наслідком сприяння малому підприємництву, то можна відзначити наявність суттєвих потенціальних можливостей щодо його розвитку в нашій країні, а також більш прискореного його розвитку в найбільш населених регіонах та на територіях, які потерпають від безробіття внаслідок об'єктивних факторів чи внаслідок вивільнення робітників в процесі скорочення діяльності великих та середніх підприємств та цілих галузей через несприятливу зовнішню чи внутрішню кон'юнктуру ринку. З огляду на потенціал розвитку малого бізнесу Донецької області необхідно відзначити, що при створенні сприятливих умов для функціонування та розвитку малий бізнес здатний узяти на себе не тільки функцію стабілізації економіки регіону чи окремих територій, але й в перспективі — нарощування економічних показників, а також вирішувати питання щодо зняття соціальної напруженості, створення та впровадження інноваційних продуктів та технологій, нових робочих місць для висококваліфікованих спеціалістів.

У світовій практиці для покращення результатів діяльності країни на підвалинах розвитку малого підприємництва використовується така форма організації суб'єктів малого підприємництва, як їх об'єднання в кластер, тобто більш-менш формальну структуру, що дозволяє суттєво покращити загальні можливості та створити основу для формування синергетичного ефекту внаслідок ефективної взаємодії всіх факторів виробництва, якими може розпоряджатися суб'єкт господарювання. Кластер як форма організації діяльності групи малих (при нагоді й середніх та великих) підприємств надає можливість кожному окремому суб'єкту господарювання більш ефективно використати наявні в нього ресурси та можливості, а також залучити до своєї діяльності та максимально ефективно використати ресурси та можливості інших суб'єктів господарювання. Таке ефективне співіснування знижує окремі ризики діяльності внаслідок їх розпорощення між суб'єктами господарювання та покращує використання наявних ресурсів. На жаль, на сьогоднішній день в українській економіці, зокрема в Донецькій області, кластеризація не знайшла належного

Таблиця 1

## Основні показники діяльності малих підприємств за видами економічної діяльності у 2008 році

Найменування видів економічної діяльності	Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг), млн.грн.	
	в Україні <sup>1</sup> [1]	у Донецькій області <sup>2</sup> [2]
Усього	492378,7	41298,8
у тому числі:		
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	10274,4	446,8
Промисловість	45561,8	3872,6
Будівництво	42242,3	3282,0
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого споживання:	305302,8	28493,3
торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт;	22856,2	1853,6
оптова торгівля й посередництво в оптовій торгівлі;	263404,2	25037,5
роздрібна торгівля, ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	19042,4	1602,1
Діяльність готелів та ресторанів	3231,8	217,5
Діяльність транспорту та зв'язку	16710,0	1086,9
Фінансова діяльність	7987,6	308,4
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	55536,5	3210,9
Освіта	612,1	44,2
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1233,7	112,6
Надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	3550,8	222,7

<sup>1</sup> Дані наведено без банків, фермерських господарств та бюджетних установ. Дані сформовані з урахуванням змін відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 року №523-VI. Дані уточнено з урахуванням зміни підприємствами їх основного виду економічної діяльності.

<sup>2</sup> Дані наведено з урахуванням зміни підприємствами основного виду економічної діяльності. Дані наведено без фермерських господарств та банків.

застосування. Це обумовлено низкою чинників теоретичного, методичного, практичного, а також правового характеру.

Багато дослідників приділяли увагу проблемам становлення та розвитку малого підприємництва в Україні. Так, питання розвитку й функціонування малого бізнесу з погляду регуляторної політики розглянуто в роботах В.Ляшенка [3; 4; 5; 6]. У своїх дослідженнях автор акцентує увагу на методології формуванні й режимах реалізації малого бізнесу, зокрема економічно-правовому забезпеченню розвитку суб'єктів малого підприємництва, а також формуванню кадрового потенціалу для таких підприємств шляхом навчання керівників для цієї форми господарювання. Варто також виділити деяких українських (В.Хухліна [6], Т.Бережну [4], Ю.Макогона [7], С.Полковнікова [4]) та російських (Е.Бухвальда [8], А.Виленьського [8], А.Шлафмана [9]) учених, що досліджують

проблеми малого підприємництва. Безпосередньо питання кластеризації освітлені в роботах закордонних учених, серед яких необхідно виділити М.Портера [10], Й.Шумпетера [11], В.Фельдмана [12] і Е.Лимера [13]; українських авторів: В.Федорова [14], К.Дудкиної [15], З.Козир [16]; російських: І.Ферової [17], Д.Ригаліна [18]. Однак поряд з низкою проблем, розглянутих та вирішених цими авторами, у їх працях не знайшли достатньої уваги питання, що належать до гармонізації інтересів всіх учасників кластера, який створений з участю суб'єктів малого підприємництва.

Мета статті — обґрунтування інтересів кожного з учасників кластера з метою їх гармонізації та досягнення синергетичного ефекту при спільному функціонуванні на прикладі формування спеціалізованого торговельного центру (СТЦ).

Саме торгівля сьогодні надає найбільші можливості в створенні та розвитку малих підприємств, бо

Таблиця 2

**Частка малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) в сфері торгівлі, ремонту автомобілів, побутової техніки і предметів особистого споживання в Україні [1]**

	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.
Питома вага малих підприємств в загальному обсязі реалізації продукції, %	8,1	7,1	6,7	6,6	5,3	5,5	4,8	4,3
Питома вага підприємств торгівлі, ремонту автомобілів, побутової техніки і предметів особистого споживання в загальному обсязі продукції малих підприємств, %	11,8	8,6	7,6	6,7	5,0	5,3	4,1	3,7

виробництво продукції потребує більш високих витрат та часу, внаслідок чого відбувається скорочення чи консервація виробничих структур малого бізнесу, а капітали переорієнтуються в інші сфери. Велика частка суб'єктів малого підприємництва спрямовує свої зусилля та капітали в торгівельно-посередницьку сферу та сферу послуг. Цей факт відбивають основні показники функціонування малих підприємств. Так, за видами економічної діяльності лідируючі місця як в Україні взагалі, так і в Донецькій області зокрема займають торгівля, ремонт автомобілів, побутової техніки та предметів особистого споживання, що належить до сфери послуг. У 2008 р. в Україні частка цих видів економічної діяльності склала 62% від загального обсягу реалізації продукції малими підприємствами, а в Донецькій області ще вище — 69% (Таблиця 1).

Така статистика обумовлюється низкою факторів, що сприяють прагненню суб'єктів малого підприємництва в сферу економіки. Сфера послуг порівняно з виробничою або науково-дослідною діяльністю не вимагає великих капіталовкладень, має більш високу рентабельність вкладених коштів та швидку їх окупність. Однак і в цій сфері спостерігається зниження частки участі малого бізнесу в загальному обсязі реалізації продукції підприємствами. В Україні за період з 2000 р. до 2007 р. зазначена частка знизилася у малих підприємствах, що належать до торгівлі, ремонту автомобілів, побутової продукції і предметів особистого споживання, з 11,8% до 3,7%, разом зі зниженням питомої ваги обсягів реалізації малих підприємств в загальному обсязі із 8,1% в 2000 р. до 4,3% в 2007 р. (таблиця 2).

Слід відзначити, що торгівля приваблює підприємців визначеною ясністю отримання прибутку

та відносною простотою стосунків сторін, що задіяні в процесі купівлі-продажу. Таким чином, суб'єкт малого підприємництва, починаючи свою діяльність у сфері в торгівлі, одержує безцінний досвід спілкування й роботи з кінцевим покупцем, виявляючи й визначаючи для себе його запити й настрої.

Разом з тим питання залучення капіталу для початку діяльності в сфері послуг не обходять підприємця стороною. Одним з таких питань, що суттєво впливають на існування та прибутковість бізнесу, є придбання приміщення для організації торгівлі або надання послуг. Відзначимо, що існує чималий ризик того чи буде придбана нерухомість ефективна для використання в обраному напрямку підприємницької діяльності. Альтернативою в рішенні питання може стати оренда приміщення, бо суб'єкт малого підприємництва схильний до зменшення ризиків щодо фінансових втрат у випадку невдачі в бізнесі та зменшення витрат взагалі.

Таким чином, як варіант у виборі місця надання послуг, зокрема для зменшення ризиків підприємницької діяльності, суб'єкт малого бізнесу схильний до оренди торговельної площі в СТЦ, поруч із іншими суб'єктами господарювання, що займаються аналогічним видом діяльності. Таке скупчення суб'єктів підприємництва є своєрідним галузевим кластером, що створений на базі СТЦ. Основною перевагою СТЦ є широта представленого асортименту, зосередженого в одному місці порівняно з магазинами, які розташовані окремо та на різних територіях.

Для розуміння сутності функціонування кластера розглянемо його визначення різними авторами й проаналізуємо їх з метою виявлення переваг у порівнянні зі звичайними об'єднаннями.

Отже, кластер (від англ. cluster — скупчення) в

узагальненому інтегрованому визначенні можна представити як мережу взаємозалежних суб'єктів виробничо-комерційного об'єднання, що містить у собі виробників, постачальників, споживачів, елементи промислової інфраструктури, дослідницьких інститутів, взаємозалежних у процесі створення додаткової вартості. Цей підхід ґрунтується на досягненні позитивних синергетичних ефектів регіональної агломерації, що виникають унаслідок близькості виробника і споживача, формування мережних ефектів та дифузії знань за рахунок виділення найбільш перспективних напрямків і сфер діяльності. При цьому між видами й секторами діяльності відсутні чіткі межі, і весь процес взаємодії та об'єднання зусиль суб'єктів підприємництва розглядається у взаємозв'язку. Характерною рисою такого об'єднання є можливість одержання максимального прибутку у вигляді вигоди (або іншого отриманого результату) кожним учасником мережного процесу.

М. Портер визначає «кластер як групу взаємозалежних компаній, що географічно міжують, і зв'язаних з ними організацій, що діють у визначеній сфері, що характеризуються спільністю діяльності і взаємодоповнюючих один одного. Територіальне охоплення кластера може варіюватися від груп виробництва одного міста або штату (регіону) до країни або навіть декількох межуючих країн. Кластери мають різну форму залежно від своєї глибини і складності, але більшість містить у собі: компанії «готового продукту» або сервісу; постачальників спеціалізованих факторів виробництва, що комплектують, виробів, механізмів, сервісних послуг; фінансові інститути, фірми в супутніх галузях ... урядові структури, що роблять істотний вплив на кластер, можуть розглядатися як його частина» [10, 215].

Якщо розглядати кластер з погляду українського законодавства, то можна припустити, кластери розглядаються у вигляді господарських об'єднань, що згідно з ст. 119 п.2 Господарського кодексу України визначаються як «об'єднання підприємств, утворене з ініціативи підприємств, незалежно від їхнього виду, що на добровільних початках об'єднали свою діяльність» [19, 87]. Однак небезпека такого співробітництва суб'єкта малого підприємництва в тому, що воно несе в собі можливість втрати самостійності (можливості прийняття самостійних рішень щодо лінії поведінки на ринку, освоєння нових товарів, нових технологій і т. д.). У свою чергу, основна відмінність кластера від об'єднання і його перевага полягає в тому, що перший є скупченням суб'єктів господарювання при визначених оптимальних умовах для функціонування й розвитку. Таким чином, за рахунок зусиль кожного суб'єкта в кластері, спрямованих на досягнення однієї мети, крім ку-

мулятивного ефекту, досягається також і синергетичний, як і в класичних об'єднаннях.

Якщо розглядати світовий досвід розвитку кластерів, то сьогодні в глобальному масштабі можна виділити три його основні «центри», а саме: північно-американський, західноєвропейський та азіатський. Держава при цьому не тільки сприяє формуванню кластерів, але й сама стає учасником мереж. Наприклад, у Великобританії уряд визначив райони навколо Единбурга, Оксфорда і південно-східної Англії як основні регіони розміщення біотехнологічних фірм. У Норвегії уряд стимулює співробітництво між фірмами в кластері «морське господарство». У Фінляндії є розвинутий лісопромисловий кластер, куди входить виробництво деревини і деревних продуктів, папера, меблів, поліграфічного і зв'язаного з ним устаткування. Тісна взаємодія фірм цього кластера в поширенні знань забезпечує їм конкурентні переваги перед основними торговельними суперниками. За оцінкою експертів, Фінляндія лідирує за рівнем і дослідницької, і технологічної кооперації [20, 73].

Таким чином, розглядаючи кластер як скупчення суб'єктів господарювання при оптимальних умовах розвитку й функціонування, варто також приділити увагу дослідженню сутності синергетичного ефекту, що виникає при створенні та функціонуванні кластеру. Синергетичний ефект надає зростання ефективності діяльності в результаті кооперації та спеціалізації діяльності суб'єктів, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему шляхом формування системного ефекту, тобто емерджентності. Синергізм означає перевищення сукупним результатом суми факторів, що його складають. Синергетичний ефект надає можливість вирішити проблеми взаємозв'язку між різними видами діяльності одного чи декількох суб'єктів малого підприємництва, щоб досягти більш високих результатів, ніж в разі автономної діяльності кожного підприємства, яке діє в визначеній групі підприємств. Оптимізація внаслідок взаємодії всіх видів діяльності на підвалинах синергетичного ефекту носить стратегічний характер, оскільки в умовах нестабільного та непередбачуваного зовнішнього середовища підвищується інтенсивність конкурентної боротьби та вимоги до адекватності реагування кожного суб'єкта господарювання на зміни зовнішнього середовища.

Дія синергетичного ефекту спрямована на якісну зміну всієї системи, підвищення її стійкості, а також гармонізацію структури та підвищення ефективності механізмів взаємодії її елементів. Унаслідок цих якісних змін відбувається зростання кількісних показників функціонування суб'єкта господарювання, який є частиною кластеру. Однак, якщо перевага в діяльності суб'єкта господарювання та відповідного клас-

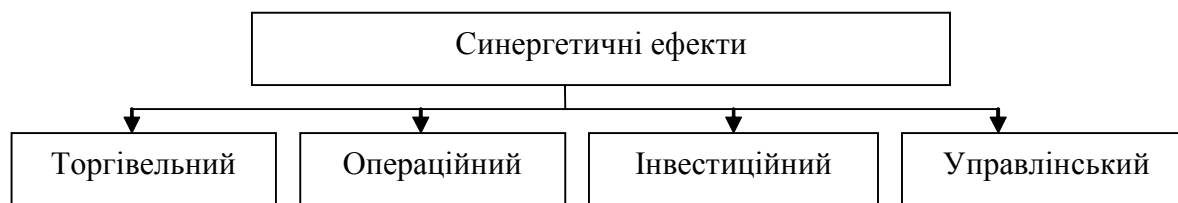


Рис. 1. Класифікація синергетичних ефектів, яка запропонована І.Ансоффом [21, 173]



Рис. 2. Процес кластеризації на прикладі організації СТЦ

теру надається короткостроковим цілям із визначеними показниками зростання та рентабельності, то підприємство ризикує не досягти своїх довгострокових, тобто стратегічних цілей, чи втратити темпи розвитку. Розпорошеність діяльності підприємства в рамках диверсифікації також не сприяє отриманню чи формуванню синергетичного ефекту. Виходячи з цього, суб'єкт малого бізнесу в особі його керівних органів повинен ранжувати цілі, зважаючи на визначені критерії пріоритетності, а також компромісу між цілями, які можуть мати протилежну спрямованість.

У господарчій практиці виділяють різноманітні синергетичні ефекти, до них належать торговельні, операційні, інвестиційні та управлінські (рис. 1).

Таким чином, проаналізувавши позитивні моменти створення та функціонування кластера в аспекті можливості досягнення їм синергетичного ефекту, перейдемо безпосередньо до аналізу структури і функцій кластеру в торговельній сфері — СТЦ.

Однією з характерних рис СТЦ є визначений загальний напрямок діяльності суб'єктів підприємництва. Іншими словами, цей напрямок діяльності є тією

сприятливою умовою, що приваблює та скупчує підприємців на території СТЦ.

У Донецькій області одержали визначений розвиток спеціалізовані торговельні центри, діяльність яких характеризується торгівлею промисловими та продовольчими товарами. Слід зазначити, що в кожного зі СТЦ існують відмінні умови взаємодії суб'єктів господарювання, що складають цей центр.

На подібних підвалинах поєднання продажу промислових та продовольчих товарів у м. Донецьку створені та функціонують СТЦ із продажу меблів (ТЦ «ІМПЕРІЯ МЕБЛІВ», МЦ «АТЛАНТ», МЦ «ПОЛІССЯ», ЦМ «ТРИКУТНИК»), які будують свої відносини на основі договорів оренди суб'єктів роздрібно торгівлі (ритейлерів) з адміністрацією (фірмою-організатором) СТЦ. Представлений кластер у більшості випадків містить також постачальників і виробників продукції, окремі інтереси власника СТЦ, а також інших суб'єктів господарювання, що входять у кластер (рис. 2).

Основні мотиви співробітництва суб'єктів господарювання докладно представлені в таблиці 3. У

Таблиця 3

## Основні мотиви співробітництва учасників кластера (СТЦ) у безпосередніх взаєминах

Власник приміщення СТЦ	Основні взаємини будуються на підставі вартості оренди. Співробітництво має на увазі довгостроковий характер. СТЦ розвивають під торговельною маркою (ТМ), власником якої за домовленістю сторін у більшості випадків, є фірма-організатор. У деяких випадках організатором і реалізатором проекту СТЦ може бути його власник.	Фірма-організатор СТЦ
Фірма-організатор СТЦ	Основні взаємини будуються з питання вартості присутності ритейлерів у СТЦ. Головне в співробітництві — взаємовигідні комерційні відносини. Фірма-організатор, крім того, що падає в оренду торговельну площу СТЦ ритейлорам, також усіляко сприяє просуванню їхніх товарів (маркетингові стратегії). ТМ, під якою розвиває СТЦ фірма-організатор, і ТМ ритейлерів розвиваються одночасно.	Роздрібні продавці (ритейлори) СТЦ
Роздрібні продавці (ритейлори) СТЦ	Ритейлори працюють з постачальниками і виробниками продукції на взаємовигідних комерційних умовах. ТМ продукції просуваються і розвиваються разом із ТМ, під якими працюють ритейлори. Функції ритейлу, в окремих випадках, можуть виконувати як оптовий продавець так і виробник продукції.	Постачальники та/або виробники продукції
Основні учасники кластера	Відносини будуються з різних напрямків діяльності (реклама, транспортні послуги, партнерство з конкурентами на взаємовигідних питаннях та ін.)	Інші учасники кластера

деяких випадках бувають виключення, які виникають унаслідок протилежного спрямування векторів діяльності окремих суб'єктів господарювання чи недоцільності прагнень якого-небудь з учасників. Однак суть кластерного утворення нітрохи при цьому не змінюється.

Таким чином, говорячи про причини, що викликають прагнення до гармонізації інтересів всіх учасників кластера (табл. 4), а також функції фірми-організатора в процесі формування й функціонування СТЦ (табл. 5), необхідно відзначити, що у взаєминах між учасниками кластера простежується загальний напрямок прагнень кожного з учасників — розвиток кластера, тобто тих умов, що забезпечують кожному суб'єктові господарювання оптимум у господарській діяльності.

Таким чином, розглядаючи приклад формування кластеру, що сформований як тимчасова частково формальна структура, яка представляє скупчення суб'єктів господарювання, можна зробити висновок про те, що формування й функціонування такого роду організаційних структур відбувається, в основному, за рахунок появи оптимальних умов для розвитку кожного елемента, що халяює, у загальній системі таких взаємин. Якщо як приклад розглядати просування продовольчих товарів шляхом кластеризації суб'єктів підприємництва, то умови взаємин можуть бути більш різноманітними та здійснюватися суб'єктами різних організаційно-правових форм на договірних підвалинах. Однак при цьому економічні мотиви скупчення, гармонізації інтересів учасників кластера, а також функції фірми-

організатора, по суті, є однотипними та спрямованими на загальний розвиток такого об'єднання.

Так, наприклад, до кластерів, що у своїй діяльності спрямовані, більшою мірою, на просування продовольчих товарів можна віднести такі супер- і гіпермаркети, як «АМСТОП», «МЕТРО», «VARUS», «БУМ», «ВЕЛИКА КИШЕНЯ», «АШАН», «ФУРШЕТ» та інші. У таких скупченнях, у першу чергу, інтересів суб'єктів господарювання функцію ритейла виконує фірма-організатор. Остання укладає договори з постачальниками й виробниками не тільки на представлення і своєчасне постачання продукції в супермаркет, але і передбачає в договорах також умови, за якими постачальник повинний оплачувати оренду полиці, на якій знаходиться його товар, а також стежити за відповідним представленням товару на прилавках і сприяти забезпеченню максимального обсягу продажів свого товару на території супермаркету.

Розглядаючи просування будівельної групи товарів, можна як кластерні об'єднання інтересів привести в приклад «Praktiker» і «Епіцентр». У сегменті просування товарів радіоелектроніки можна відзначити «ЕЛЬДОРАДО», «ФОКСТРОТ», «СОМФУ» та інші.

Однак такі скупчення інтересів суб'єктів господарювання необхідно контролювати й регулювати від перегинів у кон'юнктурному відношенні. Наприклад, варто враховувати прагнення фірм-організаторів до вертикальної й горизонтальної інтеграції з метою досягнення своїх власних інтересів або власників приміщення — необґрунтовано піднімати ренту для фірм-

Таблиця 4

**Мотиви гармонізації інтересів всіх учасників кластера (СТЦ)**

Учасники кластера	Мотиви гармонізації інтересів в сіх учасників кластера
Власник приміщення СТЦ	Вартість площі будинку дуже сильно залежить від розвиненості інфраструктури СТЦ, тому існує непряма зацікавленість певного учасника в ефективності роботи всього кластера, а не тільки окремих його ділянок.
Фірма-організатор СТЦ	Зацікавленість учасника у формуванні консенсусу інтересів між всіма учасниками кластера, тому що це є першорядною задачею фірми-організатора. Наприклад, відносини між ритейлорами і/або постачальниками впливають на ціну, якість і асортимент продукції, що, у свою чергу, впливає на привабливість відвідування СТЦ і його розвиток.
Роздрібні продавці (ритейлори) СТЦ	Зацікавленість у тому, щоб між власником приміщення й фірмою-організатором було однаково розуміння загальної стратегії розвитку, а також формування консенсусу інтересів між ними. Фірма-організатор у відносинах з власником приміщення відстоює інтереси ритейлерів, що є прямою зацікавленістю останніх.
Постачальники і/або виробники продукції	Просування ТМ продукції залежить і від вартості присутності в СТЦ і від просування СТЦ у цілому.
Інші учасники кластера	Зацікавленість в ефективній роботі кластера складається в співробітництві з учасниками кластера щодо проекту.

Таблиця 5

**Функції фірми-організатора в процесі формування і функціонування кластера (СТЦ)**

Функції	Конкретний опис напрямків діяльності фірми-організатора
Планування	Планування спільної діяльності на основі формування консенсусу інтересів тривалого співробітництва. Основна мета – досягнення синергетичного ефекту за рахунок виділення найбільш перспективних напрямків діяльності.
Організація	Організація співробітництва між учасниками кластера на основі обґрунтування кола питань та інтересів кожного. Реалізація стратегічних планів кластера. Консультації кожного з учасників щодо організаційних питань функціонування кластера.
Мотивація	Створення умов для організації об'єднання на основі формування консенсусу інтересів. Основні принципи кластера – підвищення прибутковості й ринкової вартості кожного з учасників кластера. Консультації учасників кластера для бачення загальної стратегії розвитку об'єднання.
Контроль	Безпосередній контроль і коректування напрямку діяльності учасників кластера щодо загальної стратегії розвитку об'єднання.

організаторів. Унаслідок таких прагнень послаблюється конкурентне середовище, що, у свою чергу, може негативно відбиватися на якісному розвитку галузі, а також економіці регіону та України в цілому.

Таким чином, з огляду на вищевикладене, можна зробити такі висновки щодо питання доцільності кластеризації суб'єктів господарювання.

1. Кластер, по своїй суті, не є формальним об'єднанням, а представляє інтереси скупчення суб'єктів підприємницької діяльності в середовищі, де

створюються оптимальні умови для сталої діяльності та розвитку кожного із суб'єктів господарювання будь-якого масштабу діяльності, а також і організації в цілому.

2. Метою кластеризації суб'єктів господарювання стає створення умов для гармонізації інтересів кожного учасників об'єднання суб'єктів господарювання. Таким чином, обґрунтування та врахування інтересів кожного з учасників кластера дає уявлення щодо формування критеріїв оптимальності створення такої

структури та виявлення мотивів для об'єднання діяльності суб'єктів господарювання.

3. У свою чергу, за рахунок зниження трансакційних витрат, економії на гнучкості такого роду структури, визначених можливостях росту шляхом вдосконалення діючих та створення нових ефективних зв'язків та можливостей, зниження ділового й фінансового ризиків відбувається досягненням синергетичного ефекту.

4. Визначна роль фірми-організатора в кластері визначається тим, що на неї полягають функції ефективного управління об'єднанням суб'єктів господарювання, що входять у кластер.

5. Поряд з гармонізацією інтересів всіх учасників кластера, у такого роду об'єднанні забезпечується високий рівень конкуренції за рахунок великої присутності конкурентів в одному місці, що дає впевненість споживачеві в отриманні продукції чи послуг досить високої якості та за помірною ціною.

6. Однак разом з позитивними тенденціями розвитку суб'єктів підприємництва і забезпечення високого рівня конкуренції між ними існують також і негативні моменти в розвитку, що підштовхують до створення монопольного стану на ринку і дисбалансу інтересів суб'єктів господарювання галузі. Наприклад, прагнення фірм-організаторів до вертикальної й горизонтальної інтеграції в рамках своїх власних інтересів. Ці питання повинні бути на контролі в Антимонопольному комітеті України.

7. Таким чином, формування неформальних об'єднань суб'єктів малого підприємництва є позитивним моментом у становленні та подальшому розвитку малого бізнесу в країні. Умови розвитку кластерів, які гармонізують інтереси групи суб'єктів підприємницької діяльності, практично відповідають умовам розвитку малого бізнесу в Україні. У кластерах створюються оптимальні умови для ефективного функціонування та розвитку малого бізнесу, бо підприємства використовують свої можливості в інтересах інших суб'єктів господарювання та надають, у свою чергу, свої можливості та ресурси для застосування в інтересах інших суб'єктів господарювання. У рамках кластерів можна здійснювати консалтингову діяльність та одночасно із додатковими можливостями отримувати нові знання щодо ведення та розвитку бізнесу. Тобто такі скупчення є для суб'єктів малого підприємництва інкубаторами для розвитку їх діяльності, створення нових напрямків бізнесу. Створення умов та формування позитивних тенденцій об'єднання прагнень і зусиль суб'єктів малого підприємництва позитивно відіб'ється не тільки на інфраструктурі регіону та показниках його діяльності, але й на показниках національної економіки в цілому.

## Література

1. **Основні** показники розвитку малих підприємств [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. **Основні** показники діяльності малих підприємств за видами економічної діяльності у 2008р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://donetskstat.gov.ua/statinform/str\\_zmini5.php](http://donetskstat.gov.ua/statinform/str_zmini5.php)
3. **Ляшенко В.І.** Регуляторна політика в Україні : методологія формування та режим реалізації в сфері малого підприємництва : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук : спец. 08.00.03 «Економіка і управління національним господарством» / В. І. Ляшенко ; ІЕП НАН України. — Донецьк, 2007. — 434 с.
4. **Ляшенко В.І.** Обучение управленцев для малого предпринимательства : проблемы и перспективы / В. І. Ляшенко, Т. В. Бережная, С. А. Полковников // Вісник економ. науки України. — 2008. — № 2. — С. 101 — 106.
5. **Ляшенко В.І.** Концепция конструирования региональных режимов регулирования развития малого предпринимательства / В. І. Ляшенко // Вісник економ. науки України. — 2005. — № 2. — С. 67—72.
6. **Ляшенко В.І.** Экономико-правовое обеспечение развития субъектов малого предпринимательства / В. І. Ляшенко, В. В. Хахулин. — Донецьк : Юго-Восток, 2001. — 456 с.
7. **Макогон Ю.В.** Региональні економічні зв'язки і вільні економічні зони / Ю. В. Макогон, В. І. Ляшенко, В. О. Кравченко. — Донецьк : Альфа-прес, 2004. — 512 с.
8. **Бухвальд Е.** Роль федеральных и региональных структур управления в интеграции малого и крупного бизнеса России / Е. Бухвальд, А. Виленский // Федерализм. — 2003. — № 3. — С. 105 — 126.
9. **Шлафман А. И.** Организация стратегического взаимодействия малого предприятия с кластером : дис. на получение науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Развитие производительных сил и региональная экономика» / А. И. Шлафман. — СПб., 2002. — 125 с.
10. **Портер М.Э.** Конкуренция / М. Э. Портер ; [пер. с англ. Пелявского О.Л., Уриханяна А.П., Усенко Е.Л. и др.]. — М. : Вильямс, 2006. — 608 с.
11. **Шумпетер Й.А.** Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; [пер. с англ. под науч. ред. Автономова В.С.]. — М. : Экономика, 1995. — 540 с.
12. **Feldman V.P.** Innovation in Cities: Science based Diversity, Specialization and Localized Competition / V. P. Feldman, D. B. Audretsch // European Economic Review. — 1999. — № 43. — P. 31 — 39.
13. **Leamer E.E.** Sources of International Comparative Advantage: Theory and Evidence / E. E. Leamer. — Cambridge : MIT Press, 1984. — 271 p.
14. **Федоров В.К.** Особенности организации и перспективы развития инновационно-производственных кластеров / [В. К. Федоров, Г. П. Бендерский, А. М. Белевцев, И. К. Епанеш-



никова] // *Инновации*. — 2008. — № 9. — С. 96 — 98. 15. **Дудкіна К.А.** Кластери як форма ринкової централізації в умовах сучасних світогосподарських відносин : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / К. А. Дудкіна ; Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України. — К., 2004. — 212 арк. 16. **Козир З.** Кластери як основна форма організації виробництва і виробничих відносин регіонального рівня / З. Козир // *Предпринимательство, хозяйство и право*. — 2004. — № 4. — С. 146 — 150. 17. **Ферова И.С.** Промышленные кластеры и их роль в формировании региональной промышленной политики : дис. на получение науч. степени д-ра экон. наук : спец. 08.00.05 «Развитие производительных сил и региональная экономика» / И. С. Ферова. — Красноярск, 2005. — 347 с. 18. **Рыгалин Д.Б.** Управление развитием высокотехнологических отраслевых кластеров на основе инновационно-технологических центров : дис. на получение науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Развитие производительных сил и региональная экономика» / Д. Б. Рыгалин. — М., 2004. — 252 с. 19. **Хозяйственный кодекс Украины: по состоянию на 01.03.2009 г.** / ВРУ — Х.: ООО «Одиссей», 2009. — 256 с. 20. **Полбицына Л.Г.** Формирование кластеров в АПК как эффективный инструмент регионального развития / Л. Г. Полбицына // *Научный вестник Уральской академии государственной службы*. — 2008. — № 2 (3). — С. 72 — 74. 21. **Ансофф И.** Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; [пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского]. — СПб. : ПИТЕР, 1998. — 543 с.

**Квілінський О. С., Степанова Т. О. Кластеризація як спосіб підвищення стійкості суб'єктів малого бізнесу**

Проаналізовано показники економічного розвитку суб'єктів малого підприємництва в контексті розвитку сфери торгівлі. Розглянуто процес кластеризації суб'єктів підприємництва на прикладі формування спеціалізованих торгових центрів. Запропоновано методику гармонізації інтересів учасників кластера шляхом обґрунтування їх інтересів. На основі проведеного дос-

лідження подано рекомендації щодо формування об'єднань кластерного типу з метою підвищення ефективності роботи суб'єктів малого підприємництва і досягнення синергетичного ефекту таких організацій.

*Ключові слова:* кластер, кластеризація, гармонізація інтересів, суб'єкти підприємництва, малий бізнес, синергетичний ефект.

**Квилинский А. С., Степанова Т. А. Кластеризация как способ повышения устойчивости субъектов малого бизнеса**

Проанализированы показатели экономического развития субъектов малого предпринимательства в контексте развития сферы торговли. Рассмотрен процесс кластеризации субъектов предпринимательства на примере формирования специализированных торговых центров. Предложена методика гармонизации интересов участников кластера путем обоснования их интересов. На основе проведенного исследования даны рекомендации относительно формирования объединений кластерного типа с целью повышения эффективности работы субъектов малого предпринимательства и достижения синергетического эффекта таких организаций.

*Ключевые слова:* кластер, кластеризация, гармонизация интересов, субъекты предпринимательства, малый бизнес, синергетический эффект.

**Kvilinsky A. S., Stepanova T. A. The Clustering as Method of the Stability Increasing of Small Business Subjects**

The activities of economic development of small business entities are analysed in the context of development of trade sphere. The process of clustering of business entities is considered on the example of forming of the specialized shopping centers. The method of interests harmonization of cluster participants is offered by the grounding of their interests. On the basis of the conducted research the recommendations are given in relation to forming associations of cluster type with the purpose of increasing work efficiency work of small business and achieving the synergetic effect of such organizations entities.

*Key words:* cluster, clustering, harmonization of interests, business entities, small business, synergetic effect.

Стаття надійшла до редакції 05.01.2010

Прийнято до друку 26.02.2010