

УДК 631.155.2:658.8

Шерстюк С.В., к.е.н., Посилаєва К.І., к.е.н., доцент[©]*Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва*

КЛАСТЕР САДІВНИЦТВА

В статті розглянуто теоретико-методичні підходи щодо сутності та існування кластера. Визначено відмінності кластера від інших видів кооперативних та інтеграційних об'єднань. Розроблено науково-практичні рекомендації формування конкурентоздатного кластера садівництва.

Ключові слова: кластер, об'єднання підприємств, кластерні формування, кластер садівництва, кластерна стратегія розвитку.

Постановка проблеми. Продовольчий ринок в Україні, в тому числі і продукція садівництва, характеризується надлишком пропозиції, нерівномірністю споживчого попиту через низку причин економічного та організаційного характеру. Економічні причини в основному пов'язані із зменшенням рівня доходів населення, зниженням їх купівельної спроможності. Серед причин організаційного характеру важливе місце займають невміння підприємств працювати в ринкових умовах, вивчати і пристосовуватися до платоспроможного споживчого попиту і самим впливати на нього.

В умовах глобалізації економіки, стратегічних імперативів просторового розвитку все більшого значення набуває кластерна модель розвитку аграрного сектора. Не виключенням при цьому є і продуктові підкомплекси АПК.

Аналіз останніх досліджень. Вивченню теоретичних і методологічних проблем формування ринково орієнтованих господарських систем, розвитку маркетингу й кластеризації присвячено праці таких вітчизняних і закордонних вчених: Ф. Котлера, Р. Е. Бренсона, Н.В. Каленської, М.Ф. Кропивко, В.А. Кундиус, П. Т. Саблука, І. О. Соловйова, О. Г. Шпикуляка та інших.

У той же час, незважаючи на значний науковий доробок, потребують комплексного дослідження й узагальнення шляхи розвитку садівництва України, механізми формування й реалізації маркетингових стратегій його подальшого розвитку на кластерних засадах тощо. Усе це обумовило вибір теми статті, формулювання мети і завдань дослідження.

Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад і розробка науково-практичних рекомендацій щодо формування кластеру садівництва в Україні.

Виклад основного матеріалу. Кластер в економічній літературі визначається як індустріальний комплекс, сформований на базі територіальної концентрації мережі спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, зв'язаних технологічним ланцюгом, і виступаючих альтернативою секторальному підходу [1]. Кластером також можна назвати територіально обмежену інтегровану систему, об'єднану загальною інноваційною й інвестиційною політикою [2].

Класичним вважається поняття кластеру, наведене М. Портером як сконцентровані за географічними ознаками групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників та постачальників послуг; фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їхньою діяльністю організацій (наприклад, університетів, агенцій із стандартизації, а також торгових об'єднань) у певних галузях, що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу [3, с 206].

Більш повне визначення дає М. Енригт, зазначаючи, що кластер – це група комерційних і некомерційних організацій, які мають взаємозалежну сферу виробничих і невиробничих видів діяльності і послуг, що концентруються навколо ключового виробництва, для яких членство в групі є важливим елементом індивідуальної конкурентоздатності [2].

Із цих визначень випливає, що кластер – це міжгосподарське територіальне об'єднання не тільки взаємодоповнюючих підприємств (як великого бізнесу, так і малого підприємництва), що співпрацюють між собою, формуючи замкнутий технологічний цикл великотоварного виробництва і реалізації конкурентоспроможної кінцевої продукції (товарів, послуг) при збереженні юридичної самостійності як його учасників, так і інфраструктурних складових, в числі яких органи державного управління та наукові установи, що створюють сприятливі умови для виробництва і просування продукції учасників кластера на продуктовому ринку.

Кластер відрізняється від звичайних видів кооперативних та інтеграційних об'єднань за такими основними ознаками:

- присутністю великого лідируючого підприємства, що формує господарську, інноваційну й іншу стратегію системи в довгостроковій перспективі;
- локалізацією більшості підприємств, що виступають учасниками кластерної структури на визначеній території;
- істотною стійкістю економічних зв'язків підприємств-учасників кластерної структури;
- координацією співробітництва учасників кластера в рамках його економічного розвитку, інноваційних рішень, контролю якості, схемами управління тощо у довгостроковій перспективі;
- фактором інноваційної орієнтованості;
- фактором лідируючого (інтегруючого) продукту чи послуги.

Часто лідируючий інвестор створює кластерну структуру на основі нових, діючих і реструктурованих підприємств.

Таким чином, визначальним у досягненні високої конкурентоспроможності кластерних формувань в цілому та їх учасників є з одного боку, – використання конкурентних переваг територій, на яких концентрується те або інше виробництво (наявність і якість ресурсів, кваліфікація і вартість робочої сили, територіальне розміщення, природно-кліматичні умови тощо), що дозволяє використати ці переваги для виробництва конкурентоспроможного продукту і підвищення доходів жителів і бюджетів цих територій. З другого боку – посилення конкурентних переваг через налагодження прямих зв'язків між учасниками кластеру (як формальних, так і неформальних), що формуються для спільної діяльності з великотоварного виробництва конкурентоспроможного продукту. Одночасно це і конкуренція партнерів та інтенсивний обмін інформацією і взаємними вимогами, які спонукають їх до запровадження інновацій.

Принципи кластерної організації виробництв такі:

1. Спільний для всіх учасників бренд (товар, послуга, марка тощо).
2. Наявність лідера (інтегратора) – великого підприємства, що визначає довготривалу господарську та інноваційну стратегію всіх учасників кластеру.
3. Добровільність і відкритість членства в кластері самостійних підприємств на засадах формального договірної партнерства.
4. Спільна дистрибутивна мережа виведення товару на ринки (включаючи міжнародні). Це особливо важливо, оскільки зараз у плодючому виробництві існує диктат посередників. Щоб його подолати доцільно розбудовувати свою маркетингову мережу.
5. Кооперація і довіра, що базуються на паритетному обміні між учасниками продуктового ланцюга. Мається на увазі, що доходи і ризики розподіляються пропорційно внеску учасників у виробництво кінцевого продукту кластера.
6. Більш високі стандарти якості вироблюваної продукції. В кластерному механізмі інтеграції неякісний проміжний продукт, що виробляється одним із учасників продуктового ланцюга, буде відторгтися іншими.
7. Наявність третейського суду. Всі спірні питання, що виникають між учасниками кластеру, мають по можливості вирішуватися всередині кластера.
8. Наявність банківської чи іншої фінансово-кредитної установи для фінансування на пільгових умовах учасників кластерного об'єднання.
9. Тісна взаємодія кластерного об'єднання з органами влади та місцевого самоврядування на засадах приватно-державного партнерства.
10. Оптимальність рішень.

11. Пріоритетність. Суть цього принципу полягає в обґрунтуванні доцільності і можливості формування певних типів кластерних систем в конкретному регіоні, там де існують або ж створені необхідні передумови.

Як зазначають М.Ф. Кропивко та П.Т. Саблук, принципово кластер складається з ядра (головне підприємство), кластероутворювального блоку (основні підприємства-учасники кластера), блоку внутрішньої інфраструктури (спільна маркетингова, транспортна та інші мережі) та блоку зовнішньої інфраструктури (наукові установи, навчальні заклади, фінансово-кредитні установи, громадські організації, органи державної влади тощо) [4, с. 81].

Процес формування конкурентоздатного кластера садівництва за нашими розрахунками умовно включає 4 етапи, представлений на рис. 1.

Перший крок – аналіз і діагностика передумов формування кластера, оцінка мотивів можливих учасників, наявність необхідного капіталу і ресурсів, аналіз перспектив наступного розвитку підприємств-учасників. Основну роль відіграє проектна стратегія кластера, що формується централізовано зверху вниз – від керівництва кластера до учасників; оцінюються можливість формування кластера і наявність зацікавлених учасників.

1. Оцінка конкурентних переваг виробництва плодово-ягідної продукції в регіонах України порівняно з іншими областями країни і державами світу. Конкурентні переваги виражаються в собівартості і диференціації продукції; гнучкому виробництві, що реагує на потреби ринку. Конкурентною перевагою є інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві, яка дозволяє виключити аналогічну продукцію.

2. Оцінка конкурентних переваг виробництва плодово-ягідної продукції в регіонах України порівняно з іншими областями країни і державами світу. Конкурентні переваги виражаються в собівартості і диференціації продукції; гнучкому виробництві, що реагує на потреби ринку. Конкурентною перевагою є інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві, яка дозволяє виключити аналогічну продукцію.

3. Оцінка конкурентних переваг виробництва плодово-ягідної продукції в регіонах України порівняно з іншими областями країни і державами світу. Конкурентні переваги виражаються в собівартості і диференціації продукції; гнучкому виробництві, що реагує на потреби ринку. Конкурентною перевагою є інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві, яка дозволяє виключити аналогічну продукцію.

1-й крок. Аналіз і діагностика передумов створення кластера
--

1.1. Дослідження комплексу маркетингу

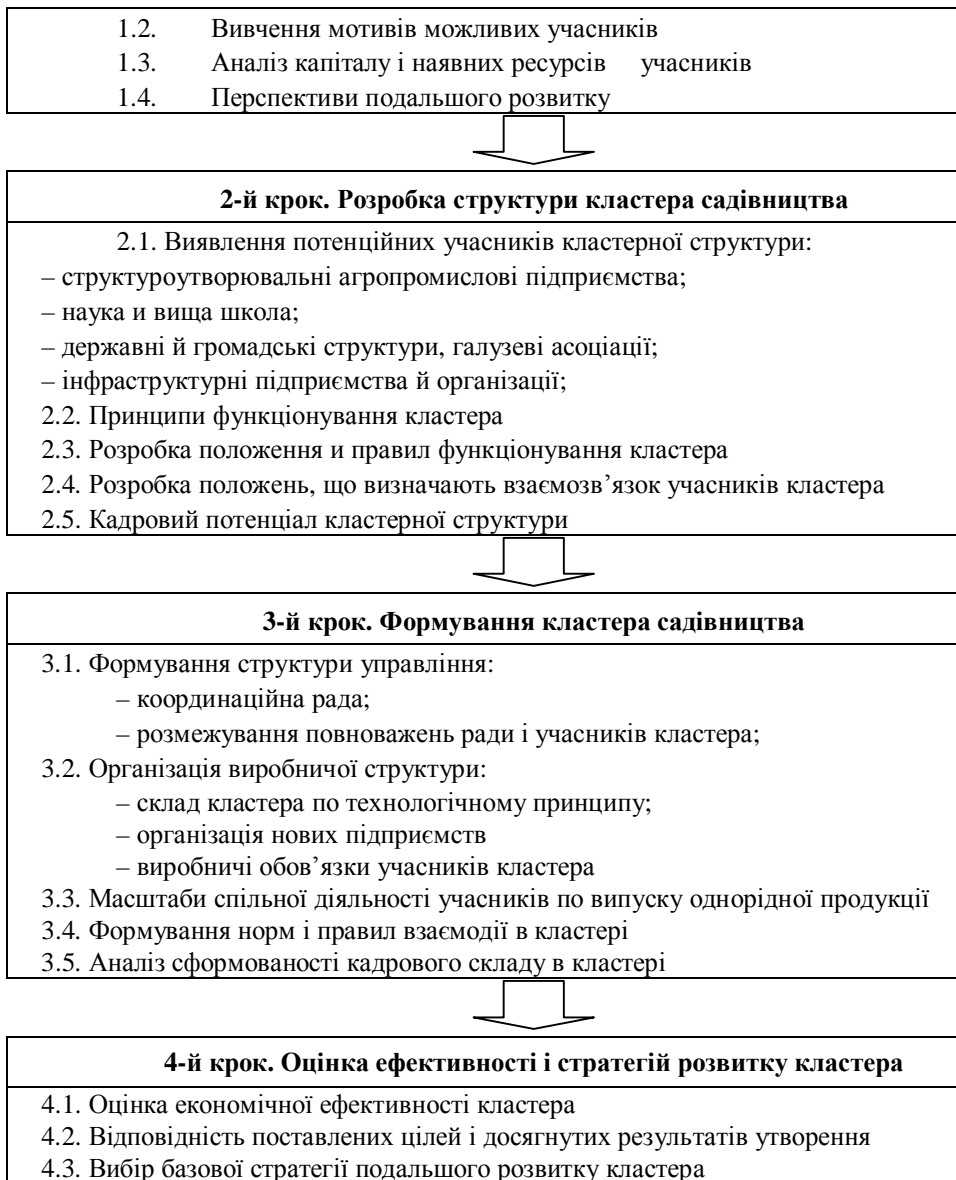


Рис. 1. Етапи формування кластера садівництва

Джерело: розробка авторів.

4. Оцінка конкурентних переваг виробництва плодово-ягідної продукції в регіонах України порівняно з іншими областями країни і державами світу. Конкурентні переваги виражаються в собівартості і диференціації продукції; гнучкому виробництві, що реагує на потреби ринку. Конкурентною перевагою є інноваційна діяльність в агропромисловому виробництві, яка дозволяє виключити аналогічну продукцію.

5. Оцінка конкурентоспроможності на регіональному рівні. Виявляють ступінь внутрішньогалузевої конкуренції з проведенням моніторингу дій можливих конкурентів. За допомогою співробітництва можлива розробка кластерної стратегії.

6. Ступінь впливу цінового фактора, що виступає найбільш важливим у визначенні конкурентних переваг підприємств: рівень цін впливає на залучення нових покупців, збільшення обсягу покупок, стимулює повторні покупки.

7. Аналіз попиту на плодово-ягідну продукцію. В Україні можливе виробництво різноманітного асортименту плодово-ягідної продукції, тому варто виявити тенденції змін попиту на неї. Варто оцінити, як пропозиція відповідає купівельній спроможності.

Мотивація можливих учасників кластерної структури обумовлена їхнім рівнем розвитку, ресурсним потенціалом, привабливістю для капітальних вкладень, тривалим співробітництвом на взаємовигідних умовах. Взаємозв'язок підприємств підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку і взаємозалежність. Головним аспектом стратегії розвитку підприємств при збільшенні частки ринку і розширенні виробничої діяльності стає потреба в інвестиціях.

Аналіз капіталу і наявність ресурсів учасників кластера (визначення структури капіталу, знаходження резервів, джерел фінансування, наявність оборотного капіталу і його показники, ліквідність, інвестиційна привабливість та ін.). Оцінюється також кадровий склад (якість, працездатність, участь у роботі, виробничий клімат і форми оплати праці). Мета такого аналізу – забезпечення оптимального балансу відновлення, збереження і розвитку кадрового складу підприємств відповідно до організації кластера.

Оцінка технологічного потенціалу включає аналіз розвитку, структуру основних виробничих фондів у динаміці, витрати на утримання устаткування і ступінь його зношеності, оптимальності розподілу виробничих потужностей, особливостей технологій виробництва, мобільності і гнучкості виробництва тощо. Мета аналізу – впровадження нової техніки і технологій.

Перспективи подальшого розвитку кластера включають аналіз негативних наслідків взаємодії підприємств, розходження в ціновій політиці окремих господарств, зловживання своїм положенням підприємств-лідерів, відсутність необхідного рівня корпоративної діяльності учасників кластерної структури.

Другий крок – розробка структури кластера садівництва: централізована процесна стратегія кластера, що віддзеркалює планові наскрізні бізнес-процеси в рамках майбутнього кластера.

1. Виявлення потенційних учасників кластерної структури з визначенням:

- сукупності підприємств, що формують структуру кластера і створюють додану вартість у кластері (садівничі господарства, підприємства переробної та харчової промисловості, агроорієнтовані фармацевтичні компанії тощо) з визначенням рівня їхньої взаємозалежності для створення кластера;

- профільних освітніх і науково-дослідних установ, що здійснюють підготовку необхідних кадрів і формують потенціал наукового забезпечення;

- підприємств виробничої інфраструктури (енергопостачання, транспорт, зв'язок, маркетингові і рекламні компанії, фінансові інститути).

2. Принципи функціонування кластера:

– юридична незалежність, господарська і правова самостійність;

– наявність стратегічної мети учасників;

– спільна система координації підприємств-учасників;

– єдина корпоративна культура (єдина система норм і цінностей оцінки результатів, згуртованість учасників, координація);

– інтеграційний взаємозв'язок.

3. Формування правил усередині кластера, розподіл і координація основних функцій, застосування аутсорсингу: договірна система взаємодії підприємств; угоди в частині спільної діяльності.

4. Розробка положень, що визначають взаємозв'язок учасників кластера на немайновому принципі роботи:

- на базі технологій;

- з використанням єдиної інфраструктури;

- зі спільним матеріально-технічним забезпеченням;

- зі спільною маркетинговою політикою.

Тут враховуються правила прийняття і виходу підприємства з кластера, подальше функціонування підприємств після виходу з кластера, нормативи для порушників кластерної етики.

5. Кадровий потенціал учасників: наявність кваліфікованих кадрів підприємств кластера і їхня стабільність, розрахунок трудомісткості основних робіт, потреба в кадрах і можливість поповнення та навчання працівників.

Третій крок – формування кластера садівництва. Дана стратегія створюється на основі об'єктних стратегій підприємств шляхом зворотно-поступальних взаємодій між учасниками кластера і представниками управління кластером.

1. Формування структури управління у вигляді координаційної ради (представники структуроутворюючих садівничих і переробних підприємств, вищих навчальних закладів, науково-дослідних інститутів,

інфраструктурних підприємств) для взаємодії, розподілу відповідальності між учасниками.

Координаційна рада контролює довгострокову кластерну стратегію розвитку, здійснює координацію усередині кластера, розподіляє задачі між радою і підприємствами-учасниками [5, с. 12].

Для ведення справ у кластері передбачена координаційна рада. Координаційна рада покликана виконувати такі функції: визначення пріоритетних напрямків діяльності, принципів формування і використання майна кластера; залучення нових учасників; затвердження річного кошторису доходів і витрат; здійснення контрольних функцій, координація економічної діяльності учасників кластера, прогнозування, вироблення стратегічних і короткострокових планів розвитку, їхню реалізацію і ступінь виконання з аналізом причин відхилень.

Координаційна рада є органом економічного і фінансового управління кластерної структури, при цьому зберігаючи право підприємств на поточну виробничу діяльність. Це допомагає координаційній раді бути активним виконавцем інвестиційних проектів, вчасно їх корегувати, оскільки вона є центром формування кластерної системи.

Координаційна рада також формує стратегічний бюджет кластера, призначений для фінансування:

- а) організації і підтримки робіт з формування і корегування стратегії кластера та її взаємозв'язок зі стратегіями учасників;
- б) стратегічної інфраструктури кластера;
- в) початкових стадій загальнокластерних проектів;
- г) заходів щодо підтримки загальнокластерних процесів.

Контроль діяльності кластера садівництва з боку координаційної ради доцільно спрямовувати за стратегіями залежно від рівня й джерел фінансування кожного підприємства кластера.

Входження до кластера низькорентабельних садівничих підприємств потребує для їх розвитку значних бюджетних асигнувань. Ця схема передбачає жорсткий фінансовий контроль з боку координаційної ради за цим процесом. Якщо ж підприємство кластера не потребує бюджетної підтримки, то координаційна рада обмежується участю в стратегічному контролі дій учасника.

2. Організація виробничої структури передбачає розподіл виробничих потоків у структурі кластера. Відкриття нових виробництв можливо, зокрема, на базі функціонуючих підприємств усередині кластера. Визначається також механізм спільної діяльності учасників кластера.

Держава, зацікавлена у гарантуванні продовольчої безпеки, надає через координаційну раду кластера пільгові кредити на розвиток галузі за напрямками підтримки, що не суперечать домовленостям із СОТ. Сільськогосподарські підприємства постачають сировину за фіксованими

цінами переробним підприємствам, забезпечуючи їхні виробничі потужності.

Необхідною у кластерній структурі є наявність установ освіти і науки. Їхні дослідження спрямовані на створення високотехнологічних виробництв, розвиток інноваційних технологій, дослідження нових напрямків розвитку кластера, підготовку висококваліфікованих фахівців.

3. Масштаби спільної діяльності учасників по випуску однотипної продукції на основі мінімізації витрат.

4. Норми і правила взаємодії в кластері. Передбачаються єдність технологічних стандартів і виробничої структури, формування єдиної системи управління якістю.

5. Аналіз сформованості кадрового складу в кластері:

- кадрове забезпечення;
- рівень взаємодії між підприємствами й освітніми установами;
- прогноз потреби в кадрах і способи пошуку та добору фахівців.

Четвертий крок – оцінка економічної ефективності і стратегії розвитку кластера. Цей етап заснований на стратегії середовища, заснованій на підтримці сталого внутрішньокластерного інституціонального середовища.

Далі варто проводити оцінку на базі таких показників, як: виробнича діяльність учасників кластера, відсоток залучення нових підприємств і організацій, збільшення випуску продукції з високою доданою вартістю, співвідношення малих і середніх підприємств, кадрове забезпечення, обсяг інвестицій, обсяг виробництва основних видів продукції.

Проведення корегування стратегій розвитку кластера садівництва має базуватися на оптимізаційних моделях розвитку окремих виробництв, підприємств та кластера в цілому з їх оцінкою за системою показників ефективності садівництва, окупності інвестиційних проектів тощо.

На цьому етапі також необхідно оцінити його профільність з точки зору кластерної структури, визначити стійкість, уточнити детермінанти конкурентоспроможності та виявити ключові фактори росту. Ознаки привабливості розміщення кластерного утворення показують рівень підвищення комплексних індикаторів соціально-економічного розвитку кластера. Для оцінки привабливості створення кластера садівництва необхідно використовувати таку систему показників підтримки за напрямками:

- підтримка загального рівня зайнятості та рівня зайнятості цільових груп;
- підтримка підвищення рівня добробуту населення;
- підтримка підвищення рівня доходів і зниження видатків бюджету;
- підтримка зростання стійкості і структурної диверсифікації регіональної та національної економіки;

- підтримка екологічної безпеки та екологізації виробництва;
- підтримка іміджу галузі та перспективних напрямів спеціалізації;
- підтримка економічного зростання в регіоні та Україні в цілому тощо.

Висновки. Отже, на нашу думку, розвиток ринково орієнтованого садівництва в Україні має відбуватися на кластерних засадах.

До загальних детермінант конкурентних переваг створення кластеру садівництва можна віднести такі основні групи:

1. Стратегія, структура і суперництво між аналогічними підприємствами (стратегія сусідніх регіонів по виробництву плодово-ягідної продукції, стратегія просування товарів, рівень конкуренції між товаровиробниками тощо);

2. Параметри внутрішнього і зовнішнього попиту (обсяг внутрішнього попиту дозволяє використовувати ефекти масштабу, структурні характеристики попиту і сертифікованість продукції стають визначальними при задоволенні потреб споживачів і виході на світові ринки);

3. Умови виробництва та його розміщення (наявність сприятливих природно-кліматичних умов, кваліфікованих кадрів, концепцій розвитку садівництва на маркетингових засадах тощо).

Таким чином, розвиток садівництва України на інтеграційних чи кластерних засадах в рамках маркетингової стратегії його поступу до ринку дозволить відродити цю стратегічну галузь, гарантувати продовольчу безпеку.

Кластерна структура є більш гнучкою і адаптивною з позицій просторового розвитку і регулювального впливу.

Література

1. Каленская Н. В. Формирование инфраструктурной модели инновационного развития промышленных кластеров (в рамках институционального подхода) / Н.В. Каленская. – Казань: Изд-во КГУ, 2008. – 161 с.

2. Кундиус В.А. Формирование регионального кластера садоводства: моногр. / В.А. Кундиус, Н.М. Оскорбин, А.В. Глотко. – Барнаул, 2008. – 369 с.

3. Портер М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер: [пер. с англ.]. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.

4. Саблук П.Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П.Т. Саблук, М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 3-12.

5. Гуторов О.І. Сучасний стан та основні стратегічні напрями розвитку вітчизняного садівництва на маркетингових засадах / О.І. Гуторов,

С.В. Шерстюк // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». Зб. наук. праць Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків, 2012. – № 10. – С. 3-16.

Summary

Sherstiuk S.V., Posylayeva K.I.

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev

HORTICULTURAL CLUSTER

In the article there are the theoretical and methodological approaches to the nature and existence of the cluster. The cluster differences from other kinds of cooperative and integration associations. Was develop by scientific-practical recommendations for forming a competitive horticultur cluster.

Key words: *cluster, cluster formation, gardening, cluster development strategy, horticultur cluster.*

Рецензент – д.е.н., професор Шульський М.Г.