

Таким чином, слід зробити висновок, що розвиток соціальної підсистеми споживчої кооперації можливий шляхом активізації не тільки персоналу, але й пайовиків. Це дозволить одночасно підвищити продуктивність праці та показники господарювання, адже можливість задоволення потреб працівників і пайовиків залежить і від економічних можливостей споживчої кооперації, логічній залежності яких буде приділено увагу в подальших дослідженнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воронін О. Д. Завдання і можливості соціальної політики на сучасному етапі демографічних реформ в Україні / О. О. Воронін // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – 2004. – Вип. 5. – С. 316–324.
2. Григорьева И. Социальная политика и социальное реформирование в России в 1990-х роках / И. Григорьева. – С.Пб. : [б. и.], 1998. – 145 с.
3. Гриненко А. М. Соціальна політика : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / Гриненко А. М. – К. : КНЕУ, 2003. – 309 с.
4. Крупнік А. С. Соціально-захисна спрямованість державної соціальної політики в умовах трансформації українського суспільства : монографія / А. С. Крупнік. – Одеса : [б. в.], 2002. – 169 с.
5. Родіонов О. В. Формування соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / Родіонов О. В. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Vsunud/2009-6E/09rovsvp.htm>. – Заголовок з екрана.
6. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. – К., 2005. – 41 с. – Режим доступу : http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csr05.pdf. – Заголовок з екрана.
7. Шевчук П. Соціальна політика / П. Шевчук. – Львів : Світ, 2003. – 400 с.

УДК 330.341.1:338.48

ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

О. Г. Давидова

Сьогодні досить актуальним є питання про поліпшення соціально-економічного стану в регіонах і країні в цілому. Розвиток територій залежить не тільки від вдалого розміщення, ресурсного забезпечення, наявності технологій, а й від інноваційно-інвестиційних процесів у регіонах. Для підвищення конкурентоспроможності регіонів розвинені країни світу використовують кластерну модель, що дає змогу підвищувати продуктивність окремих фірм і галузей, створює можливості для розвитку виробничого росту та сприяє створенню нового виду бізнесу, підтримуючи та впроваджуючи інноваційні технології та виводячи на національний і міжнародний ринок конкурентоспроможний продукт (виробництво товарів і надання послуг). Актуалізація застосування

кластерного підходу особливо відчутна у контексті розвитку туристичних регіонів, адже туризм має суміжні галузі – сільське господарство, виробництво товарів споживання, розвиток інфраструктури.

До питань підвищення регіональної конкурентоспроможності на основі кластеризації проявляють підвищений інтерес багато дослідників. Так, засновником кластерного підходу вважається Майкл Портер [7] та його послідовники: Крістіан Кетельс, Лоуренс Янг. Серед вітчизняних учених, які вивчали особливості розвитку кластерних утворень, доцільно відзначити В. Базилевича [3], З. Варналія [4], В. Гейця, Л. Гонтражевську [6], В. Гоблика [5], Б. Кваснюка [8] та ін. У працях обґрунтовано доцільність створення кластерів на основі ви-

користання інноваційних підходів, виявлено особливості отримання синергічного ефекту.

Метою статті є обґрунтувати доцільність створення туристичних кластерів для підвищення конкурентоспроможності регіонів України.

Процеси формування конкурентоспроможності регіонів у багатьох економічних теоріях розглядають крізь призму кластерів.

Французькі вчені Я. Толенадо та Д. Сольтє використовували поняття «фільєри» для опису груп технологічно пов'язаних територіально-функціональних секторів [5, с. 7], що і стали першоосновою ідеї кластерів, оскільки в основі лежить створення технологічних зв'язків між галузями та секторами економіки для реалізації їхніх переваг. Згодом кластерний підхід набув розвитку та поширення серед шведських дослідників, які вивчали за допомогою кластеризації розвиток і взаємозв'язки транснаціональних корпорацій.

Найбільш визнаною є кластерна теорія формування конкурентних переваг Майкла Портера, де кластер визначається як концентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій, які не конкурують між собою, характеризуються спільною діяльністю і взаємодоповнюють одна одну [5, с. 8].

Метою застосування кластерного підходу у розвитку туристичної діяльності є підвищення конкурентоспроможності регіонів країни та зумовлено такими особливостями галузі:

По-перше, інтеграція суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності (транспорт, зв'язок, торгівля, заклади дозвіл-

ля, харчування та розміщення) у процесі надання туристичних послуг.

По-друге, оскільки право власності на туристичні ресурси розподілено між великою кількістю учасників, то для уникнення конфліктних ситуацій, доцільно застосовувати форми ефективної взаємодії між державою та приватним сектором – державно-приватне партнерство (ДПП) (зокрема до Євро-2012). У рамках здійснення ДПП відповідно до чинного Законодавства, укладаються такі договори: контракти, угоди про розподіл продукції, оренда (лізинг), спільні підприємства та концесійні угоди.

По-третє, кластерні утворення підтримують розвиток малого та середнього підприємництва; посилення конкуренції та формування сегментованого ринку туристичних послуг згідно із постійно зростаючими потребами споживачів призводить до створення та застосування унікальних стратегій розвитку туристичної діяльності в регіонах країни.

По-четверте, нерозривність виробництва і споживання послуги є головною особливістю, згідно з якою послуга відрізняється від товару та ускладнює процес ціноутворення і просування туристичних послуг.

Таким чином, цінність туристичного продукту збільшується тоді, коли споживач знаходиться у регіоні, а не навпаки. Тому ефективність функціонування галузі буде підвищуватися у разі співпраці підприємств.

Розглянемо (рис. 1) ефекти від реалізації кластерної моделі туристичної діяльності на рівні регіону та національної економіки.

Нині в регіонах країни функціонують кластери, наведені в табл.

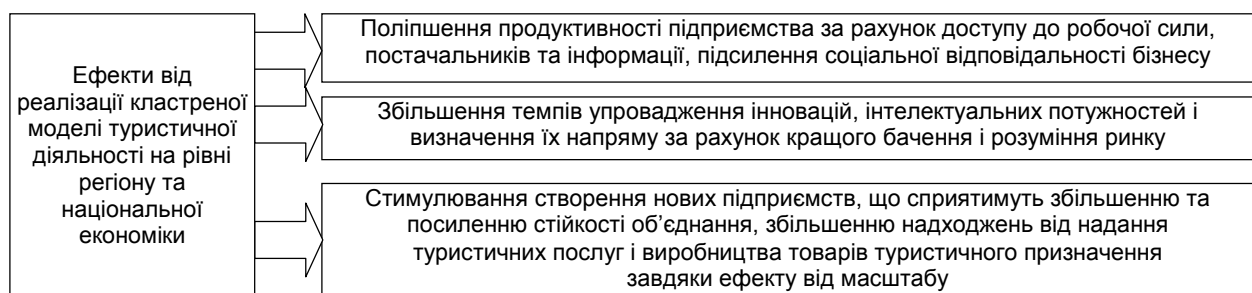


Рис. 1. Ефекти від кластерної моделі (складено автором на основі [5, с. 70])

Спеціалізація кластерів за регіонами України

Область	Спеціалізація кластера
Хмельницька	Швейний, будівельний, харчовий
Івано-Франківська	Туристичний і виробництво сувенірної продукції «Сузір'я»
Рівненська	Кластер з деревообробки
Херсонська	Транспортно-логістичний «Південні ворота України»
Полтавська	Екологічно чисте дитяче харчування «Полтавщина»
Одеська	Землеробство, виноробство та зелений сільський туризм
Харківська	Свинарство та м'ясні вироби, машинобудування
м. Севастополь	Сім об'єднань, включаючи туристично-рекреаційні «Херсонес» і «Байдари-тури»

Отже, позитивний досвід створення та функціонування кластерних об'єднань у туристичній сфері в Україні вже існує, лідером є Західний регіон. Враховуючи вигідне розташування країни, у перспективі подібні моделі було б доцільно розвивати у південному та центральному регіонах. Доцільність утворення туристичних кластерів у країні підтверджується розробленням проекту Державної про-

грами розвитку інноваційної інфраструктури на 2007–2011 рр. Крім того, останнім часом в Україні відбувається розгляд кластерної моделі розвитку туристичної індустрії як одного з ефективних механізмів забезпечення зростання економіки регіонів.

Автор пропонує кластерну власну модель розвитку туристичної діяльності в регіоні (рис. 2).

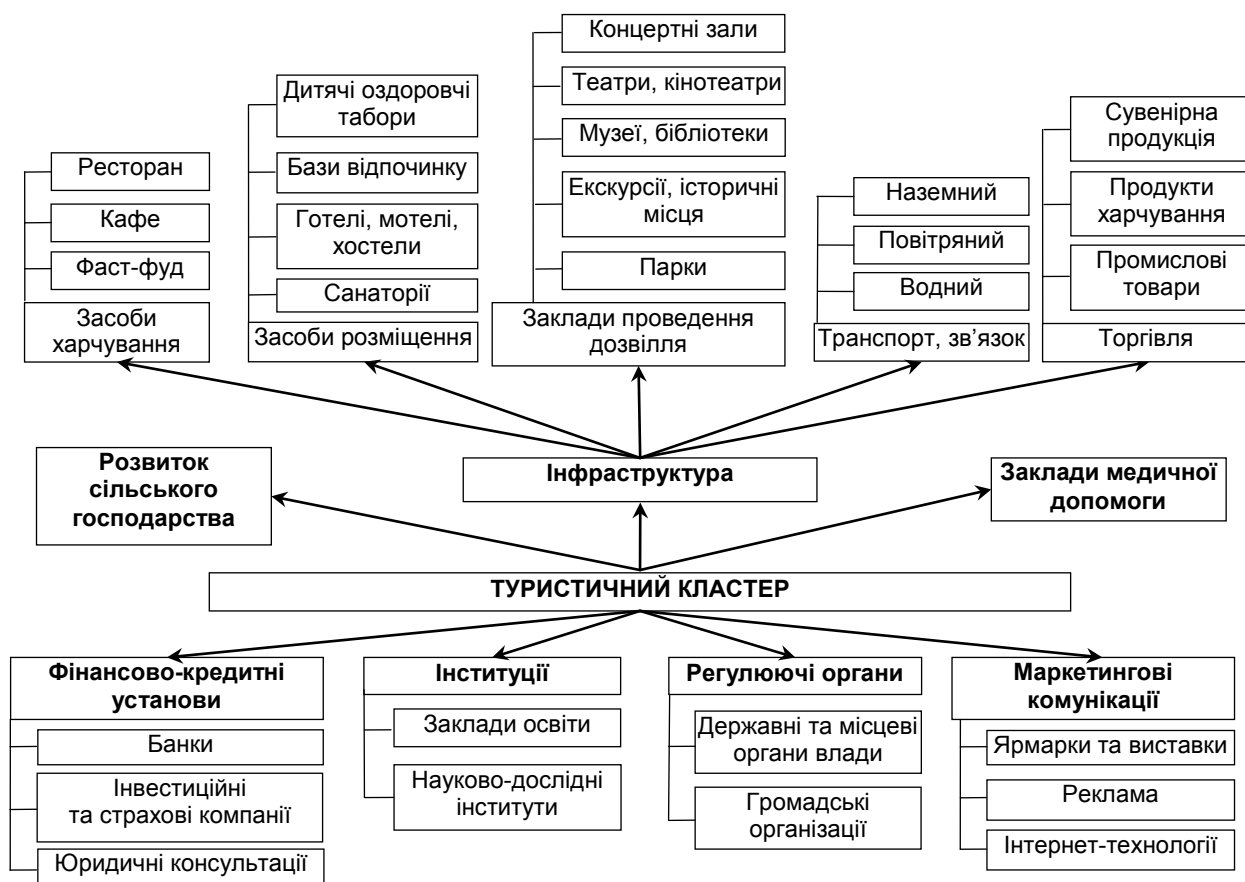


Рис. 2. Кластерна модель розвитку туристичної діяльності (складено автором)

Із рис. 2 видно, що основними складовими кластерної моделі розвитку туристичної діяльності є:

1) рівень розвитку інфраструктури (засоби харчування, розміщення та проведення дозвілля, а також транспорт, зв'язок і торгівлю);

2) рівень розвитку сільського господарства, метою якого є зменшення витрат на продукти харчування, що для туриста є однією із вагомих статей витрат на відпочинку, а для сільського населення – отримання прибутків від виробленої продукції;

3) наявність закладів медичної допомоги;

4) рівень розвитку фінансово-кредитних установ, адже в сучасних умовах наявність банківських відділень і банкоматів є зручним засобом управління своїми фінансовими ресурсами;

5) інституції являють собою сукупність навчальних закладів, завдяки яким здійснюється підготовка кваліфікованих кадрів, підвищення кваліфікації;

6) регулюючі органи представлено державними та місцевими органами влади та громадськими організаціями, за допомогою яких можна створити конкурентоспроможні товари і послуги на умовах партнерства;

7) високий рівень маркетингових комунікацій, що направлений на формування попиту та збільшення обсяг продажу туристичних товарів і послуг. Головними методами є: реклама в ЗМІ, формування зв'язків із спільнотою (Public relations), що створює туристичний імідж регіону і є об'єктивним наслідком конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону. Нині це є досить актуальним в умовах проведення Чемпіонату з футболу Євро-2012.

Формування туристичного кластера являє собою логічно продуману, чітко впорядковану діяльність, в основу якою покладено консолідований механізм дій усіх учасників об'єднання, регламентування відносин, що визначається укладаннями договорів, підписанням нормативно-правових актів, а також об'єднання приєє підвищенню рівня зайнятості, заробітних плат і конкурентоспроможності, зростанню відрахувань у бюджети регіонів різних рівнів.

В основі кластерної моделі розвитку лежить отримання синергічного ефекту, який полягає у зростанні попиту на курортно-рекреаційні та туристичні послуги, спонукає до підвищення попиту на курортне будівництво, продукцію суміжних галузей, послуги сервісних центрів, транспорту, комунікацій, індустрії розваг і харчування. Такі процеси супроводжується інвестиційним піднесенням, розширенням зайнятості, зростанням податкових надходжень до бюджетів різних рівнів. У результаті у регіоні відбувається піднесення економіки, підвищується конкурентоспроможність регіону та країни в цілому.

Таким чином, кластерний розвиток як чинник активізації регіонального економічного розвитку є характерною ознакою сучасного стану управління економічними процесами, метою якого є підвищення рівня конкурентоспроможності, завдяки чому буде отримано синергічний ефект і створено відповідні умови для впровадження інноваційних технологій.

Постійно зростаючі потреби рекреантів (туристів) зумовлюють потребу у виробленні нових товарів і послуг туристичного призначення. Це можна здійснити за умов спільної діяльності підприємств, сформувавши туристичний кластер (це є ключовою основою), що дасть змогу реалізувати поставлені задачі приватним і державним партнерам на визначених умовах, що сприятиме посиленню конкурентних переваг кожного з регіонів України. Адже, спираючись на світовий досвід, кластеризація регіонів дозволяє об'єднати підприємства, які співпрацюючи між собою, досягають більших успіхів, ніж кожне з них самотужки. При цьому спостерігається зниження витрат на виробництво та ціни, підвищення якості продукції, формування нових каналів розповсюдження, а також підвищення конкурентоспроможності регіону, а також рівня та якості життя населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамов В. В. Історія туризму : підручник / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Х. : Форт, 2010. – 285 с.

2. Агафонова Л. Г. Турзм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
3. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку : [монографія] / Базилевич Віктор Дмитрович, Ільїн Володимир Васильович ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К. : Знання, 2008. – 687 с.
4. Варналій З. С. Регіональна економіка: нові умови, нові вимоги / З. С. Варналій // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1 (2). – С. 83–89.
5. Гоблик В. В. Кластери в туристично-рекреаційному комплексі Закарпаття : [монографія] / В. В. Гоблик. – Ужгород : Ліра, 2009. – 232 с.
6. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні : навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний вид. дім, 2008. – 180 с.
7. Портер М. Конкуренція / Портер М. – М. : Вільямс, 2005. – 608 с.
8. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : у 3 т. / [за ред. : акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка]. – К. : Фенікс, 2007.
9. Розвиток кластерів в економіці України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iconf.org.ua/index.php>. – Назва з екрана.

УДК 336.71

УПРАВЛІННЯ ЗОЛОВОВАЛЮТНИМИ РЕЗЕРВАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

В. І. Срібний, кандидат економічних наук

Для підтримки платіжного балансу, а також забезпечення фінансової безпеки України НБУ має золотовалютний резерв. Його НБУ використовує на такі цілі – продаж валюти на фінансових ринках для проведення грошово-кредитної політики, включаючи політику обмінного курсу; витрати на операції з іноземною валютою, монетарні метали, а також інші міжнародно визнані резервні активи. Золотовалютні резерви – це запаси золота в злитках і високоліквідні іноземні активи, тобто резервні валюти та зобов'язання, виражені в резервних валютах. Крім того, в золотовалютних резервах може знаходитися платина, срібло, алмази та інші дорогоцінні метали, каміння [1, с. 9].

Золотовалютні резерви України складаються з таких активів: 1) монетарне золото; 2) спеціальні права запозичення (СДР); 3) резервна позиція в МВФ; 4) іноземна валюта у вигляді банкнот, монет або коштів на рахунках за

кордоном; 5) цінні папери (крім акцій), що оплачуються в іноземній валюті [2].

Монетарне золото – високочисте золото у формі монет, злитків або брусків не нижче 995 проби, перебуває у власності або під контролем національного банку або органів державного управління [3, с. 16].

Спеціальні права запозичення – штучне резервне і платіжний засіб, що емітує МВФ. Воно має тільки безготівкову форму у вигляді записів на банківських рахунках, банкноти не випускалися. Не є ні валютою, ні борговим зобов'язанням. Має обмежену сферу застосування, звертається тільки всередині МВФ [4, с. 147].

Резервна позиція в МВФ – сума резервної транші (частки) країни в МВФ і боргу з боку МВФ цій країні. Резервний транш становить 25 % квоти країни в капіталі МВФ, її може отримати країна назад практично без будь-яких умов [4, с. 148].