

Шилкіна К. О.

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ

В статті запропоновано оцінювання результативності участі у кластері для кожного із його учасників, виходячи з позиції мотивації підприємств до інтеграції. Представлено економічні, соціальні, екологічні та науково-технічні показники ефективності кластеру. Особлива увага звернута на економічну результативність, як базовий критерій забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також представлено методи її обчислення.

**Ключові слова:** туристичний кластер, економічна, соціальна, екологічна та науково-технологічна результативність кластеру.

### 1. Вступ

Успішність оновлення національного господарства в сучасних умовах транзакційних економічних процесів визначається ефективністю взаємодії фінансового та інтелектуального секторів. Організаційно-економічною формою даних взаємодій виступають кластери. Практика впровадження кластерного підходу на зарубіжних та вітчизняних підприємствах показала великі переваги у порівнянні із звичайними структурними та галузевими об'єднаннями. Саме тому управління підприємствами різних галузей у складі кластерів все більше набуває актуальності, а функціонування підприємств на принципах кластеризації з кожним роком отримує нові й нові переваги, що відкриває нові можливості для підприємств.

### 2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми

Питаннями визначення результативності кластеру займаються багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Актуалізацією кластерного підходу для України займаються Войнаренко М. П., Захарченко В. І., Осіпов В. Н., Буркинський Б. В., Мороз О. М. та інші [1]. Так, Басюк О. В. пропонує методичні основи оцінки діяльності регіональних кластерів на основі аналізу перспективності галузі. Брикова І. В. [2] досліджувала позитивний вплив кластеризації на окремі складові інтегральної конкурентоспроможності регіонів. Буянова М. Е. та Дмитрієва Л. В. пропонують розглядати результативність кластеру на основі суспільного кластерного ефекту. Барлін Д. пропонує оцінювати роботу кластеру на основі мультиплікаційного коефіцієнту [3]. Однак на сьогодні недостатньо розглянуті питання комплексної оцінки стосовно результативності участі

у кластері для самих підприємств-учасників. Також відсутня система показників, якими можна оперувати, роблячи аналіз діяльності кластеру.

Метою даної статті є визначення можливих показників ефективності від участі у туристичному кластері для кожного із його учасників, а також методи їх обчислення.

Для досягнення поставленої мети необхідно:

1. Проаналізувати можливі ефекти від участі у кластері для його учасників.
2. Визначити спільні показники результативності для штучних та еволюційних кластерів.
3. Визначити найбільш вагомі показники ефективності, що показують доцільність участі у кластері.

### 3. Результати досліджень ефективності від участі у туристичному кластері

Першочерговими є визначення переваг ефективності від участі у туристичному кластері для самих учасників кластеру. Якщо кожен із учасників не буде переконаний у власній приватній вигоді, а також у справедливості розподілу загального ефекту, створення кластера не відбудеться, а якщо і відбудеться, то його функціонування не буде довготривалим, оскільки жоден із учасників кластеру не стане діяти в інтересах збереження та підтримки економічних відносин на шкоду власним потребам. Тому при оцінці ефективності функціонування кластера слід розглядати векторні значення показників, що відображають інтереси учасників до їх об'єднання і після [4].

До показників результативності, які відображають інтереси учасників туристичного кластеру, слід віднести економічну, соціальну, екологічну та науково-технічну результативність.

1. Економічна ефективність — поліпшення основних показників виробничо-господарської діяль-

ності (обсяг реалізації, зростання замовлень, дохід, кількість нових ринків, на які вийшли підприємства, зменшення виробничих витрат тощо).

Розрізняють кластери, які виникли в процесі еволюції та були створені штучно. Штучні кластери вимагають більшої уваги, а їх діяльність можна розглядати як роботу великого підприємства. Проте, серед економічних варто розглянути такі показники, які виникають від участі у кластері, не залежно від того, чи є він штучним, чи виник в процесі еволюційного розвитку. До таких показників для підприємств туристичної галузі належать: ефект зниження трансакційних витрат, ефект спільного використання інфраструктурних об'єднань, інвестиційна привабливість, зниження ризиків операцій, частка податкових відрахувань тощо.

К. Далман визначає трансакційні витрати як такі, що містять витрати збору і переробки інформації, проведення переговорів і прийняття рішень, контролю за дотриманням контрактів і примусу до їх виконання [5].

Р. Коуз виявив залежність розміру трансакційних витрат від наявності координації між фірмами. На його думку, стимули економії трансакційних витрат є вирішальними при виборі організаційної форми та розмірами підприємства. Р. Коуз виділив фірми з централізованим підходом в яких розподіл ресурсів відбувається адміністративним шляхом і децентралізованим (ринковими). Кластерна форма є проміжною формою інтеграції фірм і дозволяє значно знизити певні види трансакційних витрат у порівнянні із відкритим ринковим середовищем [6].

Ефект від економії на трансакційних витратах може виражатися через ефект операційного важеля за рахунок зниження абсолютного значення сум трансакційних витрат компанії. Ефект операційного важеля слід враховувати компаніям при оцінці ефекту від створення кластера [7]:

$$EOB = \frac{\Pi - 3B}{\Pi}, \quad (1)$$

де EOB — ефект операційного важеля;  $\Pi$  — прибуток; 3B — змінні витрати.

Важіль трансакції приводить до корисного для бізнесу ефекту: відбувається підвищення конкурентоспроможності компаній, що входять в кластер. У зв'язку з цим ефект від формування кластера для окремої компанії в частині оцінки трансакційного ефекту розраховуватиметься як абсолютне зниження суми трансакційних витрат  $i$ , як наслідок, зростання конкурентоспроможності за рахунок зниження витрат [7]:

$$E_{\text{тр}} = \sum E_{\text{в}}, \quad (2)$$

де  $E_{\text{тр}}$  — ефект від зниження трансакційних витрат;  $E_{\text{в}}$  — ефект від зниження кожного виду трансакційних витрат.

Формування кластеру не може просто знизити трансакційні витрати, проте його формування може вибірково впливати на ті або інші їх види. Тому кластерна форма інтеграції є сильним каталізатором зміни форм організації бізнесу. Однак далеко не всі компанії здатні перетворити зниження трансакційних витрат в важіль, який приводить до зростання економічної доданої вартості  $i$ , як наслідок, зростання рентабельності бізнесу. Ключовою проблемою виступає питання довіри між учасниками кластеру та соціально-відповідальним підходом до ведення бізнесу [8].

Ефект спільного використання інфраструктурних об'єднань є наслідком спільного використання спеціалізованих виробничих потужностей, наукового обладнання, будівель, інженерних споруд компаніями кластеру тощо.

Вирішення питань управління інвестиціями в інфраструктуру традиційно вважалось пріоритетним напрямком державного сектору. Проте останнім часом зростає роль проектів приватно-державного партнерства у створенні інфраструктури, а також, у виняткових випадках, у створенні об'єктів інфраструктури повністю за рахунок приватних коштів за допомогою колективного інвестування.

Для туристичної галузі об'єктами інфраструктури, що належать до спільного користування можуть бути не тільки певні виробничі споруди (засоби розміщення, харчування, лікування тощо), але й об'єкти природничого, історичного та культурного насліддя, які також потребують постійного професійного догляду.

Оцінка ефективності від спільного використання інфраструктурних об'єднань визначається за формулою [7]:

$$E_{\text{інф}} = \Delta\Pi - B_i, \quad (3)$$

де  $E_{\text{інф}}$  — ефект від спільного використання інфраструктурного об'єднання;  $\Delta\Pi$  — додатковий прибуток  $i$ -го підприємства від використання суспільного об'єкту інфраструктури;  $B_i$  — витрати  $i$ -го підприємства на придбання/утримання об'єкту інфраструктури.

Процес створення спільних об'єктів інфраструктури вимагає від усіх учасників кластеру налагоджених дій, а також сприяє залученню інноваційних коштів. Для більшості інвесторів, як і для фінансово-кредитних установ, наявність кількох партнерів виступає гарантією швидкого повернення вкладених коштів та сприяє більш довірливим відносинам.

2. Соціальні показники ефективності характеризуються збільшенням кількості нових робочих місць, рівнем зайнятості персоналу, умовами праці, рівнем комфортності життя, а також зростанням

іміджу, зміцненню його авторитету та впливом на соціальні процеси суспільства [9].

Створення іміджу та його підтримка залежить від маркетингових зусиль, направлених на розвиток кластеру. Маркетингові ефекти від кластеризації доцільно розглядати у якості синтезу економічної та соціальної результативності, оскільки вони мають пряму залежність один від одного.

При реалізації кластерної політики в сфері маркетингових комунікацій спостерігається використання двох основних стратегій: створення єдиного (зонтичного) бренду кластера або концентрація на просуванні бренду підприємства, що виступає ядром кластеру [10].

Підвищення брендово-іміджевих характеристик кластеру в цілому або окремих ключових господарюючих суб'єктів кластера (ядра) сприяє скороченню витрат на рекламу за рахунок користування спільним брендом. Рекламуючи один суб'єкт господарювання, у туристичній галузі спрацьовує синергетичний ефект і реклама розповсюджується на всю територію, тим самим, залучаючи потенційного споживача не тільки до певного атрактора, а й до сусідніх.

Популярність бренду підприємства – ядра кластеру дає широкі можливості для просування торгових марок підприємств постачальників. У зв'язку з цим оцінка маркетингового ефекту для компанії кластеру та бюджету може бути оцінена таким чином [7]:

$$E_{\text{мар}} = \Delta E + П, \quad (4)$$

де  $E_{\text{мар}}$  – ефект від зниження маркетингових витрат;  $\Delta E$  – зниження кожного виду маркетингових витрат;  $П$  – приріст об'єму продажів  $i$ -ї компанії за рахунок використання спільного бренду.

Додатковим плюсом у маркетинговому просторі виступає інформація, як вид продукту. Для туристичної галузі, це актуально. Саме використання спільної інформації в контексті власних інтересів створює насичення пропозиції на туристичному ринку, а відповідно, це додаткова реклама.

Необхідно відзначити, що при створенні кластера не завжди відбувається зниження маркетингових витрат. У ряді випадків, особливо під час формування штучного кластеру, витрати всіх компаній можуть збільшитися, тоді кластерний ефект проявляються згодом у зростанні обсягу виручки і прибутку компаній-учасниць кластера.

3. Екологічна ефективність показує гармонізацію відносин людини із навколишнім середовищем, а саме наскільки підприємницька діяльність не шкодить навколишньому середовищу, не суперечить нормам чинного природоохоронного законодавства, яким саме чином відбувається створення та реалізація програм захисту та збереження навколишнього середовища, а також наскільки успішно впроваджу-

ються засади екологістики [11] та реалізуються програми із вторинної переробки сміття.

4. Науково-технічна ефективність характеризує потенційні можливості виробничих систем, наукових організацій та споживачів продуктивніше вирішувати ті чи інші завдання за допомогою продукції, виробленої тим чи іншим підприємством в межах кластеру, тобто наскільки ефективно підприємство іде в ногу з часом та може виконувати свою місію. До показників науково-технічної ефективності належить ефект від дифузії інновацій, частота зміни асортименту, кількість інноваційних ідей персоналу в межах підприємства та в межах кластеру, а також рівень їх реалізації тощо.

Загальна результативність участі у кластері для кожного окремого підприємства буде представляти собою сукупний ефект від усіх перерахованих ефектів. Проте найбільш вагомими є показники економічної та соціальної результативності, оскільки без економічного обґрунтування не можливе функціонування підприємства, а соціальні показники напряму впливають на економічні та навпаки.

#### 4. Висновки

1. Управління туристичними підприємствами на принципах кластеризації вимагає оцінки доцільності такої інтеграції. Відсутність достатньої кількості апробованих методів аналізу результативності від участі у кластері для підприємств, змушує практиків та теоретиків опиратися на частково апробовані методи або експериментальні.

2. Результативність туристичного кластеру можна показати через економічну, соціальну, екологічну та науково-технічну ефективність. Синтезом економічної та соціальної результативності є маркетингові ефекти, що проявляються у вигляді створення бренду кластеру, зростанні його іміджу, а також у зменшенні витрат на рекламу.

3. Загальна результативність від участі у кластері для кожного із його учасників буде представляти собою суму ефектів. Найбільш вагомими для туристичної галузі є показники економічної та соціальної ефективності.

#### Література

1. Басюк, О. В. Методичні основи оцінки діяльності регіональних кластерів [Електронний ресурс] / О. В. Басюк. – Режим доступу: \www/URL: <http://www.readera.org/article/metodyechni-osnovye-otsinky-e-dialnosti-rehionalnyekh-klasteriv-10153218.html>. – 20.11.2014 р.
2. Брикова, І. В. Регіональна компонента підвищення міжнародної конкурентоспроможності країн [Текст]: автореф. дис. ... канд. наук: 08.00.02 / І. В. Брикова. – К., 2008. – 20 с.
3. Bulin, D. EU Travel and Tourism Industry – A Cluster Analysis of Impact and Competitiveness [Electronic

- resource] / D. Bulin. — Available at: \www/URL: [http://www.globeco.ro/wp-content/uploads/vol/split/vol\\_2\\_no\\_1/geo\\_2014\\_vol2\\_no1\\_art\\_014.pdf](http://www.globeco.ro/wp-content/uploads/vol/split/vol_2_no_1/geo_2014_vol2_no1_art_014.pdf)
4. Пічугіна, М. А. Оцінка ефективності діяльності інноваційного кластеру [Електронний ресурс] / М. А. Пічугіна // Ефективна економіка. — 2010. — № 6. — Режим доступу: \www/URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=245>
  5. Капелюшников, Р. И. Теория транзакционных издержек [Электронный ресурс] / Р. И. Капелюшников. — Режим доступа: \www/URL: <http://www.libertarium.ru/10623>. — 23.08.1998.
  6. Уильямсон, О. И. Природа фирмы: К 50-летию выхода в свет работы Р. Коуза «Природа фирмы» [Текст] / под ред. О. И. Уильямсона, С. Дж. Уинтера; пер. с англ. М. Я. Каждана; ред. пер. В. Г. Гребенников. — М.: Дело, 2001. — 360 с.
  7. Буянова, М. Э. Оценка эффективности создания региональных инновационных кластеров [Электронный ресурс] / М. Э. Буянова, Л. В. Дмитриева. — Режим доступа: \www/URL: <http://innovation.gov.ru/sites/default/files/documents/2014/25356/3954.pdf>
  8. Божкова, В. В. Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання [Текст] / В. В. Божкова, Л. Ю. Сагер // Механізм регулювання економіки. — 2010. — № 1. — С. 145–153. — Режим доступу: \www/URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3534/1/E63D0021d01.pdf>
  9. Ефективність виробництва: сутність, типи, фактори, показники [Електронний ресурс]. — Ре-

жим доступу: \www/URL: [http://e-works.com.ua/work/4691\\_Efektivnist\\_virobnictva\\_sytnist\\_tipi\\_faktori\\_pokazniki.html](http://e-works.com.ua/work/4691_Efektivnist_virobnictva_sytnist_tipi_faktori_pokazniki.html). — 20.11.2014 р.

10. Зонтичные бренды [Электронный ресурс]. — Режим доступа: \www/URL: <http://www.advertme.ru/osn/zontichnye-brendy>. — 20.11.2014 г.

### ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

В статье предложено оценивание результативности участия в кластере для каждого из его участников, исходя из позиций мотивации предприятий к интеграции. Представлены экономические, социальные, экологические и научно-технические показатели эффективности кластера. Особое внимание обращено на экономическую результативность, как базовый критерий обеспечения конкурентоспособности предприятия, а также представлены методы ее вычисления.

**Ключевые слова:** туристический кластер, экономическая, социальная, экологическая и научно-техническая результативность кластера.

*Шилкіна Катерина Олександрівна, аспірант, кафедра менеджменту та маркетингу, Херсонський національний технічний університет, Україна, e-mail: shilkina@rambler.ru.*

*Шилкіна Екатерина Александровна, аспирант, кафедра менеджмента и маркетинга, Херсонский национальный технический университет, Украина.*

*Shylkina Ekaterina, Kherson National Technical University, Ukraine, e-mail: shilkina@rambler.ru*

УДК 330:658.5

DOI: 10.15587/2312-8372.2014.31470

Половиченко И. В.

## ОЦЕНКА РИСКА ИНВЕСТИЦИОННОГО РЕШЕНИЯ В СИСТЕМЕ «СРОКИ — ЗАТРАТЫ» (НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА)

*На основе сценарно-вероятностного подхода на конкретном примере исследована зависимость прогнозного размера операционного риска проекта, как варианта инвестиционного решения, от сроков его реализации и величины постоянных и переменных затрат по проекту. Уточняется понятие операционного риска. Количественно уровень операционного риска оценивается как возможность превышения фактических переменных затрат проекта над плановыми при оптимистическом и пессимистическом сценариях.*

**Ключевые слова:** риск, вероятность, сценарий, инвестиционное решение, постоянные и переменные затраты, маргинальный эффект.

### 1. Введение

Проблема привлечения инвестиций в экономику страны, возможно, еще никогда не стояла

так остро для Украины, как сегодня, в условиях острейшего общественно-политического и экономического кризиса, военного конфликта на Востоке Украины. По нашему мнению, прежде чем