

3. Aronoff Craig E. Preparing Your Family Business for Strategic Change / Craig E. Aronoff, John L. Ward. - Marietta: Family Enterprise Publishers, 1997. - 70 p.
4. Kaslow W. Florence. Handbook of Family Business / W. Kaslow Florence. – Mumbai: JAICO Publishing House, 2009. - 464 p.
5. Лич П. Семейный бизнес: Опыт успешного ведения бизнеса, управляемого семьей; [пер. с англ.] / П. Лич, Т. Богод. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 256 с.
6. Мэнгл Д. Бенеттон: семья, бизнес, бренд / Д. Мэнгл. – М.: Издательство «ДеНово», 2002. – 346 с.
7. Pendergast Jennifer M. Healthy Growth for the Family Business / Jennifer M. Pendergast. - Marietta: Family Enterprise Publishers, 2008. - 62 p.
8. Піпер Н. Історія бізнесу; [пер. з німецької] / Н. Піпер. – К.: «КІС», 2006. – 172 с.
9. Randel S. Carlock. Strategic Planning for the Family Business / Carlock S. Randel, L. Ward John. – NY: Palgrave, 2001. – 270 p.
10. Уорд Джон Л. Управление семейным бизнесом / Джон Л. Уорд // Экономические перспективы. - 2005. - № 1. – С. 21.
11. Яффе-Янаи О. Генетический код личности. Как найти и реализовать свое призвание / Орения Яффе-Янаи; [пер. с англ. Е. Сысоева]. – К.: Издательство Алексея Капусты, 2009. – 244 с.

*Рецензент докт. экон. наук, профессор А.Н. Бузни*

334.012.82: 369.223.23

*Онищенко С.К., аспирант,  
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

### **КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ**

Потребность выживания субъектов хозяйствования рекреационной сферы и обеспечения их развития посредством интеграции усложняется в первую очередь недостаточным теоретическим обоснованием существующих подходов к данной проблеме. Различные пути и организационные формы интеграции затрудняют поиск эффективных групповых образований предприятий. Следовательно, возникает необходимость рассмотрения существующих и перспективных форм интеграции и выбора наиболее приемлемых организационных форм деятельности предприятий курортно-рекреационной сферы. Как свидетельствует мировой и отечественный опыт хозяйствования в условиях рыночной экономики, предприятия и другие первичные субъекты хозяйствования имеют право на добровольной основе объединять свою научно-техническую, производственную, коммерческую и др. виды деятельности, могут создавать различные по принципам и целям объединения: ассоциации, корпорации, консорциумы, концерны, картели, синдикаты, тресты, холдинги и финансово-промышленные группы [1, с. 32-34]. Ученые Орехов С.А., Селезнев В.А., выделяют дополнительные виды объединений предприятий: конгломератное объединение, конгломератное слияние, союз и франчайз [2, с. 16]. Профессор М. Портер в своей работе «Clusters and the New Economics of Competention» выделяет принципиально новый тип объединения предприятий – кластер. «Кластеры - это сосредоточение в географическом регионе взаимосвязанных предприятий и учреждений в пределах отдельной области» [3, с. 78]. Далее М. Портер уточняет «...кластеры охватывают значительное количество поставщиков специального оборудования, новых технологий, услуг, инфраструктуры, сырья, дополнительных продуктов и т. п». Затем дополняет: «...множество кластеров включают правительство и другие учреждения – такие, как университеты, центры стандартизации, торговые ассоциации, обеспечивающие специализированное обучение, образование, информацию, исследование и техническую поддержку» [3, с. 79]. Кластер – (англ. cluster – кисть, пучок, гроздь, куст, группа, скопление [4, с. 142]) имеет много значений в русском и украинском языках, но его специфическим признаком является объединение равноправных отдельных элементов (составных частей) в единое целое для выполнения определенной функции или реализации поставленной цели [5, 6]. Войнаренко М.П., рассматривая первые кластеры в Украине, определяет их, как «отраслевые территориальные добровольные объединения предприятий, которые тесно сотрудничают с научными учреждениями и органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции и экономического роста региона» [5, с. 257].

Цель статьи - построить кластерную модель интеграции предприятий санаторно-курортной сферы.

В наиболее явной форме кластеризацию осуществляют такие страны, как Бельгия, Великобритания, Германия, Дания, Италия, Канада, Нидерланды, Финляндия, Франция и другие страны. Например, предприятия финского лесопромышленного кластера благодаря хорошо проработанной стратегии успешно обеспечивает собственные конкурентные преимущества перед торговыми соперниками. Финляндия, имея 0,5 % мировых запасов древесины, обеспечивает 10 % мирового экспорта продуктов лесопереработки, в том числе 25 % качественной бумаги [6, 7].

Опыт объединения предприятий в кластеры имеется и в Украине. Так в Тернопольской области с целью преодоления спада производства и повышения конкурентоспособности предприятий региона в швейный кластер вошло около 20-ти предприятий с распределением сферы производства и рынков сбыта выпускаемой продукции. Строительный кластер на основе объединения нескольких предприятий освоил новую технологию производства популярной среди строителей смеси «Церезит», которая в два раза дешевле польской и изготавливается из местных материалов [8, с. 23].

Центром (ядром) кластера чаще всего бывает одно или несколько равноправных, но ключевых (кластерных структурообразующих) предприятий, например, обладающих значительными рекреационными ресурсами или уникальной базовой технологией оздоровления. Между акторами кластера сохраняются конкурентные отношения, которые носят скорее соревновательный характер, что существенно отличает кластер, например, от картеля, ПФГ и других объединений.

Члены кластеров, не теряя своей самостоятельности, приобретают весьма значимые преимущества в результате коллективной деятельности.

Объединение финансовых усилий, направленных на рост потенциала каждого субъекта хозяйствования ведет к инновационным преобразованиям, неизбежно влекущим и за собой новые продукты и услуги, повышает их качество и комплексность. Эффективнее использование собственного капитала является особенно актуальным для Украины в условиях острого недостатка инвестиционных ресурсов [6].

Взаимообмен различной, в том числе и маркетинговой, информацией повышает качество предоставляемых услуг, а единая экономическая политика ведет к росту конкурентоспособности каждого участника кластера в их общей конкурентной борьбе с соперниками. Удешевляется и облегчается обмен различной информацией о потребностях в технике, технологиях и услугах между поставщиками, производителями, потребителями и родственными отраслями. Этому взаимодействию внутри объединения способствует единство целей и координация интересов технологически связанных предприятий, а также неформальные отношения руководителей, специалистов и работников. Возрастает синергетический эффект, уменьшаются и распределяются общие риски, сокращаются транзакционные издержки. Предприятия-акторы получают конкретную выгоду от совместной деятельности и взаимного обогащения идеями, знаниями и опытом [9].

Взросший производственный и инновационный потенциал кластеров объясняется качественным развитием технологических переделов производственных цепочек изготовления продуктов и предоставления услуг с высокой потребительской ценностью предприятий-смежников, что в итоге поднимает качество полуфабрикатов (доли услуг) и ведет к заметным конкурентным преимуществам отдельных предприятий и кластера в целом [6]. Конкурентные преимущества кластера на внутреннем рынке ведут к росту международной конкурентоспособности и выливаются в совместную экспансию освоения новых рыночных ниш [7].

Однако кластеризация предприятий и ее преимущества не должны оставить без внимания существование внутренней конкуренции между предприятиями кластера, которые могут повлиять на качество обмена информацией, потери независимости и возможности активного поведения на рынке. Следовательно, возникает необходимость разработки таких стратегий, которые должны быть сформированы на условиях взаимной деловой активности, доказавших свою жизнеспособность, силу и конкурентоспособность на мировом рынке. Наиболее успешные кластеры характеризуются тем, что товары и позиции на рынке партнера дополняются соответствующими товарами (услугами) данной компании, а не конкурируют с ними.

Этап разработки стратегического развития интегрированных групп отличается недостаточным вниманием к организационному аспекту – форме интеграционного взаимодействия внутри будущего кластера. Вопрос о распределении прав собственности, обязанностей и отношений управления в организационно-экономической модели функционирования кластера может оказаться за пределами предварительного рассмотрения задач формирования кластера. Обеспечение управляемости, согласование внутригрупповых интересов, зачастую решается в большинстве случаев уже в процессе функционирования объединения [10].

При создании кластеров, содержащих в себе максимальное число звеньев цепочки стоимости (по М. Портеру) [11], они будут накапливать значительную величину прибыли внутри региона (что не может не заинтересовать местные органы власти) и минимизировать риски посредством контроля этапов производства, способствуя росту конкурентоспособности производимых услуг. Тем не менее, качество организации и функционирования кластера зависит от целого ряда различных факторов и должно быть адекватно особенностям и возможностям участников, а также специфике территории, на которой осуществляется интеграция.

В качестве интегратора в создании таких структур выступают, как правило, предприятия, заинтересованные в имеющихся и гарантированных рекреационных ресурсах. При этом, учитывая консерватизм руководства предприятий санаторно-курортного назначения [10], главным принципом объединения остается принцип сохранения юридической самостоятельности предприятий-кандидатов в интегрируемую структуру.

Основными характеристиками кластеров являются: географическая (территориальная) концентрация и/или функциональная взаимосвязанность участников, производственная общность. В тоже время, наличие значительного числа родственных или однородных компаний даже на малой территории вовсе не означает обязательность формирования кластера и его функционирования. Пример тому насыщенность санаторно-курортных предприятий в г. Саки, Евпатории и других рекреационных зон Крыма, которые не приводят автоматически к формированию кластерных объединений. Поэтому, вполне логичным будет представить принципиальную логико-смысловую модель формирования санаторно-курортного кластера на основе проведенного анализа и перспектив функционирования объединения в составе существующих субъектов хозяйствования.

Такая модель должна быть направлена:

1. На комплексность, системность, диверсификацию и улучшение качества оздоровительных услуг больных и отдыхающих.
2. На взаимную выгоду субъектов хозяйствования, рост их производственных возможностей, концентрацию средств по повышению экономического потенциала акторов и кластера в целом.
3. На расширение экономического пространства объединения и региона.
4. На объединение усилий субъектов интеграции и науки для инноваций, модернизации технологических условий предоставления основных оздоровительных и бытовых услуг отдыхающих, их досуга.
5. На углубление регионального разделения труда.
6. На создание благоприятных условий для эффективного размещения производительных сил и их использования.
7. На объединение усилий субъектов интеграции, банковских учреждений и местных органов власти с целью разрешения социально-экономических проблем, развития коммуникационных отношений региона и его инфраструктуры.
8. На повышение конкурентоспособности предприятий – членов объединения кластера и региона, их имиджа.

Разработанная нами модель представлена на рис. 1.

В основу создания кластера положена концепция развития предприятия санаторно-курортной сферы. Если предприятие стремится к выживанию, оно должно позаботиться о своей конкурентоспособности. При наличии соответствующего производственного и, в первую очередь, ресурсного потенциала, такая задача решается собственными силами путем внутреннего роста (рис. 1).

Предприятие может обеспечить свой рост и на основе смешанного подхода, организовав финансово-хозяйственную деятельность на основе аутсорсинга [12]. В этом случае, часть услуг для потребителей (по специальному межфирменному контракту) выполняют предприятия-смежники. Однако, большинство предприятий санаторно-курортной сферы не относятся к предпринимательскому типу и не способны к развитию за счет собственных средств даже при наличии значительного рекреационного потенциала. В этом случае единственным путем развития предприятия является интеграция и его развитие за счет сконцентрированных усилий участников объединения с обязательным участием местных органов власти.

Движущими силами объединения предприятий санаторно-курортного комплекса и объектов инфраструктуры в кластер становится стремление к выживанию, стабильности связей, получению положительного синергетического эффекта и повышению собственной значимости в экономике, которая может быть обеспечена как за счет взаимной поддержки членов объединения, так и помощи государства.

В кластере, объединяющем независимые компании, сила проявления этого эффекта целиком и полностью зависит от организации обмена знаниями между партнерами, от степени открытости и готовности партнеров к этому добровольному процессу.

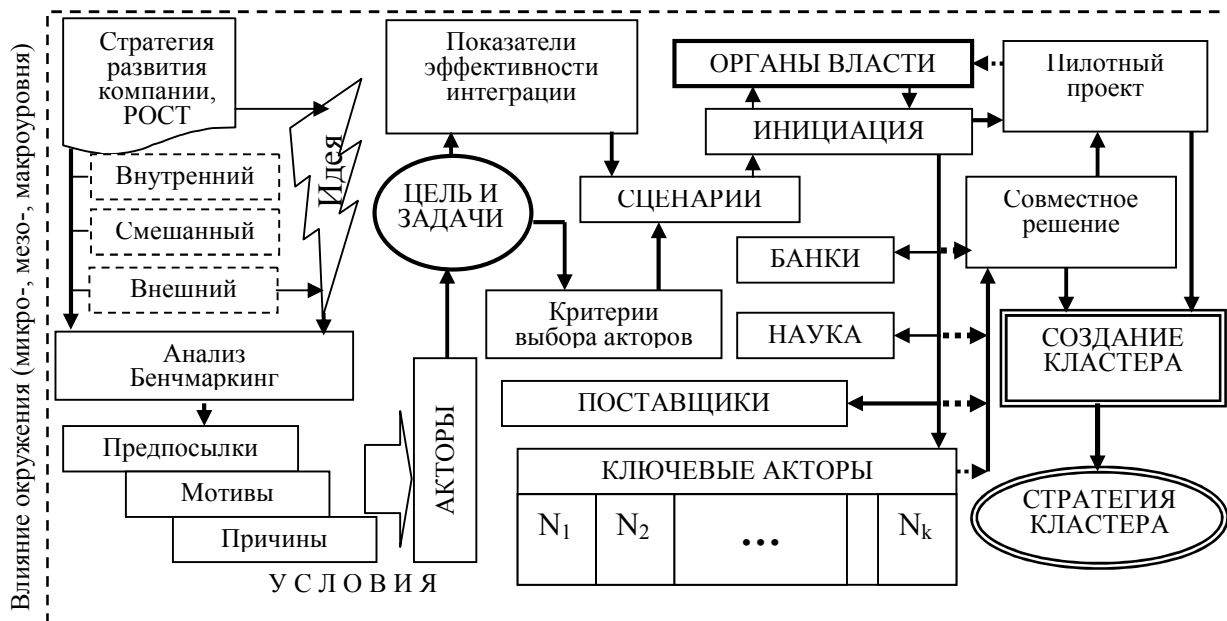


Рис. 1. Дескриптивная каузальная модель создания кластера

Интеграция является инструментом кристаллизации и синтеза фрагментарного знания и выполняет функцию оптимального использования интеллектуального богатства, накопленного компаниями и отдельными профессионалами [8]. Выполненный сравнительный и семантический анализ возможных конфигураций объединения на основе предложенных основополагающих принципов показал предпочтительность кластерной формы объединения санаторно-курортных предприятий. Тем не менее, сделана попытка предложить дескриптивную каузальную модель формирования кластера предприятий санаторно-курортного комплекса, которая отличается комплексностью (от появления идеи до выработки стратегии сформированного кластера) и универсальностью.

Литература

1. Покропивный С.Ф. Экономика предприятия: учеб. пособ. / С.Ф. Покропивный. – К.: КНЭУ, 2003. – 608 с.
2. Орехов С.А. Теория корпоративного управления : учеб.-практ. пособ. / С.А. Орехов, В.А. Селезнев. – М.: МЭСИ, 2001. – 39 с.
3. Porter Michael E. Clusters and the New Economics of Competention / Michael E. Porter. – Harvard Business Review. – 1998. – November – Deceber. – P. 77 – 90.
4. Мюллер В.К. Англо-русский словарь / В.К. Мюллер. – М.: Издательский дом «Диалог», 1999. – 895 с.
5. Войнаренко М.П. Концепція кластерів – новий підхід до інвестування регіональних програм розвитку виробництва / М.П. Войнаренко // Вісник тернопільської академії народного господарства.– 2000. – №15 – 5. – С. 256 – 261.
6. Василенко В.А. Кластеризация малых предприятий и конкурентные стратегии их развития / В.А. Василенко, А.Н. Диденко // Ученые записки Крымского ин-женерно-педагогического университета. Выпуск. 10. Экономические науки. – Симферополь: НИЦ КИПУ. – 2007. – С. 73 – 78.
7. Бондаренко В. Малые предприятия в системе кластеров / В. Бондаренко // Малое предприятие. – 2005. – № 11. – С. 13 – 17.
8. Прайс В. Роль недержавної організації як рушія перетворень / В. Прайс // Перспективи дослідження. – 1999. – №2. – С. 24 – 36.
9. Войнаренко М.П. Моделювання перехідних процесів великих економічних систем / М.П.Войнаренко, М.А. Ткаченко // Вісник Технологічного університету Поділля. – 1999. – № 4. – С. 11 – 15.
10. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий рекреационной сферы : монография / Под ред. проф. В.А. Василенко / В.А Василенко, А.Н. Загоруйкин. – Симферополь: “Кримнавчпеддержвидав”, 2008. – 356 с.
11. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран: Пер. с англ./ Под ред. В.Д. Щетинина / М. Портер.– М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
12. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных пре-имущества: Пер. с англ. / Дж. Брайан Хейвуд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 176 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.А. Василенко