

УДК 338.22.01

Пішенін І.К.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Міжнародного університету «Україна»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ТРАНСПОРТНОГО КЛАСТЕРА

Проаналізовано ключові характеристики та методологічні особливості інструментарію моделей стратегічного планування транспортно-логістичного кластера. Ідентифіковані положення методологічного підходу, які вимагають більш глибокого розуміння у контексті дослідження характеристик факторів впливу зовнішнього середовища. Показано, що, незважаючи на популярність та відносну ефективність інструментарію, низка моделей потребують подальшого удосконалення з урахуванням специфіки транспортної галузі.

Ключові слова: стратегічне планування, транспортний кластер, моделі стратегій, специфіка транспортної галузі.

Пишенин И.К. ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНОГО КЛАСТЕРА

Проанализированы ключевые характеристики и методологические особенности инструментария моделей стратегического планирования транспортного кластера. Идентифицированы положения методологического подхода, которые требуют более глубокого понимания в контексте исследования характеристик факторов воздействия внешней среды. Показано, что, несмотря на популярность и относительную эффективность инструментария, ряд моделей требует дальнейшего усовершенствования с учетом специфики транспортной отрасли.

Ключевые слова: стратегическое планирование, транспортный кластер, модели стратегий, специфика транспортной отрасли.

Pishenin I.K. FEATURES OF THE STRATEGIC PLANNING OF THE TRANSPORT CLUSTER

Analyzed key characteristics and methodological features models of strategic planning tools transport cluster. Identifiable provisions methodological approach that require a better understanding of the characteristics in the context of research impacts the environment. It is shown that, despite the popularity and relative effectiveness of tools, some models require further improvements specific to the transport industry.

Keywords: strategic planning, transport cluster model strategies, specifics of the transport sector.

Актуальність теми. В умовах демократизації суспільного життя, економічної реформи та переходу до ринкових відносин на перший план виходить необхідність введення нової, раціональної системи управління транспортної сфери, яка б сприяла підвищенню її ефективності. Виникає необхідність перегляду багатьох положень традиційної системи управління транспортно-логістичного кластера. Сучасні вимоги потребують використання принципово нових підходів до формування стратегії розвитку транспортно-логістичного підприємства. Стратегічне планування повинне базуватися на ретельному вивченні усіх чинників, що визначають діяльність транспортних підприємств та обґрунтуванні доцільності використання тих чи інших напрямів їхнього розвитку. Саме тому проведення стратегічного планування стає важливим напрямом наукових досліджень та є актуальною проблемою сучасної системи управління транспортним кластером. Стратегічне планування діяльності транспортних підприємств повинне здійснюватися незалежно від того, до якого виду транспорту воно належить та яку організаційно-правову форму має.

Усе більш очевидним стає те, що головною характерною рисою нових систем внутрішньокластерного управління повинна стати орієнтація на довгострокову перспективу, проведення фундаментальних досліджень, диверсифікованість операцій, інноваційну діяльність, максимальне використання ресурсного потенціалу. Децентралізація, скорочення рівнів в апараті управління, ефективність використання ресурсного потенціалу залежно від реальних результатів стануть основними напрямками змін в апараті управління транспортним кластером.

Аналіз останніх досліджень. Окремі теоретичні, економічні та соціальні аспекти умов та факторів розвитку транспортно-логістичного сектору Європейського Союзу, особливості його кластеризації досліджувалися багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, зокрема Е. Аткинсоном, О. Білорусом, Б. Борщев-

ським, О. Бутнік-Сіверським, Р. Банкером, Ч. Барретою, І. Бураковським, М. Войнарком, А. Гайдучьким, А. Гальчинським, А. Гончаруком, Б. Губським, С. Дем'яненком, М. Енрайтом, Г. Йоффе, С. Квашею, А. Кеттельсом, В. Котляренком, П. Кругманом, Д. Лук'яненком, О. Лукою, Ю. Макогоню, Н. Мікулою, Т. Мостенською, Н. Мусис, В. Новицьким, Б. Пасхавером, М. Портером, Дж. Робіном, П. Саблуком, Е. Савельєвим, П. Скоттом, С. Соколенко, А. Філіпенко, Б. Хагесом, Т. Циганковою, В. Чужиковим, І. Школою, В. Юрчишиним та багатьма іншими. Проте як у наукових роботах минулих років, так і в працях сучасних дослідників лише частково розглядаються особливості створення та ефективного функціонування кластерів, недостатньо оцінена їхня спроможність успішно конкурувати на світових ринках; майже відсутній аналіз динаміки диверсифікації транспортної галузі в умовах глобалізаційних перетворень, поширення і поглиблення інтеграційних процесів у європейських країнах; далеко не в повному обсязі висвітлені структурні зміни у продовольчому секторі економіки країн Європейського Союзу; майже відсутній системний аналіз різноманітних адаптаційних моделей, які дозволяють сформувати ефективний транспортний ринок у межах спільного європейського простору.

Таким чином, актуальність заявленої проблеми, її наукова та прикладна значущість вплинули на вибір напряму наукового дослідження.

Виклад основного матеріалу. В умовах України теорія і практика стратегічного управління транспортним кластером ще не зайняли належного місця. Думки більшості керівників транспортних підприємств щодо потреби освоєння та застосування стратегічного управління в умовах діяльності вітчизняних транспортних підприємств коливаються від ствердження про неможливість використання досвіду зарубіжних корпорацій на українських підприємствах, до дуже обережного погодження з тим, що

окремі елементи стратегічного управління, певно, будуть корисними в недалекому майбутньому. Усе це відбиває крайній песимізм щодо цього питання.

Ступінь розробленості проблеми. У 1960-ті роки у США та більшості країн Західної Європи почався «бум стратегічного планування», який базувався на домінуванні концепції транспортної підприємства як «відкритої системи» на мікрорівні та на розвитку прогнозування та індикативного планування на державному рівні.

Виникла потреба розробляти реальні та надійні плани майбутнього розвитку транспортних підприємств з урахуванням ситуації, що склалася, визначити перспективи на основі альтернатив розвитку, орієнтуватися передусім на ринкові та фінансово-економічні перспективи, наприклад, на обсяги реалізації та доходу транспортної підприємства, прибутків, рентабельності капіталовкладень, ефективності тощо. Транспортне підприємство ставало більш залежним від попиту споживачів у визначенні перспектив свого розширення та подальшого існування.

Дж.А. Стайнер визначив чинники, що сприяли розвитку стратегічного планування у 1960–1980-х рр.:

- науково-технічний прогрес;
- використання зв'язків з іншими організаціями;
- зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках внаслідок заповнення ринків;
- розвиток методології та інструментарію планування;
- наявність необхідної кількості кваліфікованих кадрів;
- лідирування підприємств, котрі більше уваги приділяли стратегічному плануванню.

Багато авторів публікацій з проблем менеджменту транспортної кластера наголошували на змінах, що відбувалися у сприйнятті дійсності власниками та керівниками транспортних підприємств: від оптимістичного погляду в майбутнє, яке обіцяло широку можливість розвитку, до реалістичного розуміння того, що майбутнє – не за усіма параметрами краще за минуле [1].

Стратегічне планування транспортної кластера як явище та процес передбачення майбутнього та підготовки до майбутнього трактується досить широко: як інтегральний процес підготовки та прийняття рішень певного типу, як формулювання цілей та визначення шляхів їхнього досягнення, як забезпечення підготовленості транспортної підприємства для конкурентної боротьби на ринках тощо. У контексті цього розділу треба зробити акцент на тому, що стратегічне планування – це адаптивний процес, за допомогою якого здійснюються регулярна розробка та корекція системи досить формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їхнього виконання на основі безперервного контролю та оцінки змін, що відбуваються зовні та всередині транспортної підприємства. Стратегічне планування транспортної кластера охоплює систему довго-, середньо- та короткострокових планів, проектів і програм, однак головний змістовний акцент при цьому робиться на довгострокові цілі та стратегії їхнього досягнення.

Стратегічне планування транспортної кластера – це одна із функцій управління, що являє собою процес вибору цілей організації і шляхів їхнього досягнення. Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень, функцій організації, мотивації і контролю орієнтовані на вироблення стратегічних планів. Динамічний процес стратегічного планування транспортної кластера є

тим дахом, під яким укриваються всі управлінські функції, не використовуючи переваги стратегічного планування, організації в цілому й окремих людях будуть позбавлені чіткого способу оцінки мети і напрямки корпоративного транспортної підприємства. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління транспортними організаціями. Проектуючи усе вищесказане на реалії ситуації, що склалася в нашій країні, можна відзначити, що стратегічне планування транспортної кластера стає усе більш актуальним для українських транспортних підприємств, що вступають у тверду конкуренцію як між собою, так і з іноземними корпораціями [2].

Зазначимо, що, незважаючи на те, що ідеї стратегічного планування поступово поширюються через літературу, семінари та конференції, елементи його вже опановуються деякими організаціями, знання щодо стратегічного планування транспортної кластера ще не набули практичного застосування в повному обсязі. І головне тут – відсутність здібностей думати та керувати стратегічно. Натомість безліч часу витрачається на пошуки панацеї від скрутного становища транспортної підприємства в цілому та фінансового становища зокрема.

Метою дослідження є обґрунтування основних елементів стратегічних і тактичних планів транспортної кластера.

Предметом дослідження є процес і складові елементи стратегічного і тактичного планування в умовах ринку.

Використовуючи вихідну інформацію щодо діяльності транспортної підприємства, вирішуються такі завдання:

1. Визначено сутність, особливості, відмінні риси стратегічного планування транспортної кластера, його завдання та місце у системі стратегічного управління сучасним транспортним підприємством.
2. Узагальнено методологічні підходи та інструментарій розробки та реалізації стратегічних планів у транспортній сфері.
3. Розкрито зв'язок між стратегічними, тактичними планами, загальною та конкретними стратегіями транспортної підприємства.

Для проведення дослідження використовуються такі методи: аналізу та синтезу, обробки наукової літератури, стратегічного аналізу та інші.

Нині економіка України переходить до нових ринкових відносин, її транспортним підприємствам надано можливість самостійно господарювати в умовах ринку; особливої ваги набуває здатність цих підприємств так спланувати свою діяльність, щоб не стати банкрутом, а ще краще – щоб отримувати прибуток, тим самим підвищуючи добробут населення. Виходячи із різноманітності характеристик транспортних підприємств, можливі різні підходи до організації системи стратегічного планування. Світовий досвід свідчить: на основі загальних принципів кожне транспортне підприємство обирає ту чи іншу систему, робить акцент на окремих сторонах діяльності підприємства, вводячи цей орієнтир як основу планування.

Розглянемо найпоширеніші підходи до організації процесу стратегічного планування транспортної кластера.

Модель стратегічного планування на основі «стратегічної прогаліни». Більшість зарубіжних транспортних підприємств використовують стратегічне планування як інструмент досягнення високих економічних показників у своїй діяльності: доходу, прибутку, рентабельності тощо. Економічний ана-

ліз можливостей еволюційного розвитку транспортного підприємства дає змогу розрахувати так звану нижню межу «стратегічної прогалини», тобто показники діяльності, яких можна досягти на основі трендів, що склалися у попередні періоди. Однак, як правило, пасивна реєстрація та наслідування тенденціям не влаштовують транспортні підприємства, які намагаються забезпечити своє прибуткове існування у довгостроковій перспективі [3].

Транспортним фірмам потрібні додаткові власні кошти для розвитку (самоінвестування на розширення), а також залучення зовнішніх інвестицій, а тому транспортне підприємство повинно мати репутацію прибуткового. За встановленими параметрами прибутковості, доходності тощо, які розраховуються за принципом «від необхідного», можна визначити верхню межу «стратегічної прогалини». «Стратегічна прогалина» – це «поле стратегічних рішень», які мають прийняти керівники транспортного підприємства для того, щоб перетворити наявні тенденції у належну напругу з метою досягнення потрібних параметрів розвитку підприємства (верхня межа «стратегічної прогалини»). Такий підхід робить акцент на приведення у відповідність «того, що можливо» з «тим, чого треба досягти».

Модель стратегічного планування транспортного кластера базується на врахуванні ринкових переваг. Ця модель тісно пов'язана з використанням результатів SWOT-аналізу. Основна увага приділяється врахуванню інтересів акціонерів, які беруть участь у прийнятті рішень стосовно заходів, які забезпечують довгостроковий розвиток транспортного підприємства. Використання цього підходу обмежене через складність у визначенні та балансуванні інтересів великої кількості акціонерів, особливо тоді, коли відсутні сконцентровані пакети акцій. Ринкові переваги трактуються різними групами акціонерів по-різному, що зумовлює труднощі в складанні стратегічних і тактичних планів, контроль за їхнім виконанням, інтерпретацію отриманих результатів.

Модель стратегічного планування транспортного кластера, орієнтована на створення та підтримку конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Визначення конкурентоспроможності транспортного кластера – складний багатоплановий процес, який торкається різних сторін діяльності транспортного підприємства та потребує розв'язання специфічних для кожної фірми завдань, чого можна досягти різними способами. Цільова спрямованість на довгострокову конкурентоспроможність означає більш широкий спектр стратегічних заходів порівняно з моделлю, орієнтованою на «стратегічну програму», де іноді достатньо проводити дослідження та розробляти стратегії, не виходячи за межі системи «продукт-ринок». Тут невідкладною проблемою є визначення ключових факторів успіху та розробка відповідних заходів щодо їхньої реалізації. При цьому, зокрема, йдеться також про підвищення інноваційного рівня транспортного підприємства загалом [4].

Модель стратегічного планування транспортного кластера, орієнтована на створення позитивного іміджу. Створення позитивного іміджу транспортного підприємства у ринковій економіці – це варіант інвестування в забезпечення довгострокового функціонування, оскільки підприємства з надійною репутацією мають лояльних споживачів, довгострокових партнерів, широкий доступ до інвестицій та кредитів тощо. Модель, орієнтована на створення позитивного іміджу транспортного кластера, можуть застосовувати багато транспортних підприємств, тому що в ній відбито

поширену концепцію соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством, соціально-орієнтовану філософію існування транспортної компанії [5].

Механізм формування позитивного іміджу транспортного кластера складний і охоплює розробку та реалізацію заходів щодо створення транспортних послуг відповідно до вимог споживачів і суспільства й широке застосування механізмів public relation.

Моделі стратегічного планування транспортного кластера враховують розміри транспортних підприємств. Розміри таких підприємств залежать від масштабів попиту, особливостей транспортної галузі, технологій, що використовуються, тощо. Велика транспортна фірма, яка має розвинений апарат управління, достатню кількість фінансових та інтелектуальних ресурсів, використовує планування в повному обсязі, з проходженням необхідних етапів, підетапів, процедур та операцій створення системи планів, проектів і програм [6]. Необхідність всебічно обґрунтування планів зумовлена високою ціною помилки, яка може призвести до збитків і навіть до банкрутства. Великі транспортні підприємства витрачають значні кошти та час на доплановий аналіз і процес планування, оформлення та узгодження великої кількості документів.

Для невеликих фірм транспортної сфери використовується спрощений варіант стратегічного планування, оскільки обсяги інформації, що використовується при формуванні планів, досить невеликі, більшість рішень, що приймаються, стосуються незначної кількості осіб і дуже часто не оформлюються у вигляді складної системи планових документів (планів, проектів та програм). Транспортні фірми малого бізнесу можуть мати перелік стратегій, закріплений у вигляді протоколу зборів, або невеликого за обсягом плану. Якість плану залежить від підготовки керівника та власника в питаннях стратегічного управління. Незважаючи на спрощеність підходу для транспортних підприємств малого бізнесу, існування підсистем планування дає позитивні результати. Систематичне ефективне стратегічне планування (на відміну від практики інтуїтивного прийняття рішень) потребує формулювання та ефективного використання специфічної організаційної системи, де передбачається існування (призначення) відповідальних осіб (підрозділів), які здійснюють окремі роботи з розробки та виконання різних стратегічних планів [7].

Розглядаючи наведені підходи до процесу стратегічного планування транспортного кластера, можна зробити висновок про наявність єдиної філософії стратегічного планування – активної адаптації до середовища та середовища – до потреб транспортного підприємства; а також декількох загальних етапів, які повторюються в різних схемах планування. До них належать: аналіз та оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення рівня конкурентоспроможності, розробка місії, цілей, стратегій, формування стратегічних і поточних планових документів, організація їх виконання на основі адекватних механізмів обліку, контролю та аналізу.

Висновки. У результаті досліджень проведено теоретичне та методологічне обґрунтування доцільності використання стратегічного підходу при аналізі середовища функціонування транспортного кластера з визначенням рівня його конкурентоспроможності, сильних та слабких сторін, факторів впливу на поточну діяльність та можливі перспективи його функціонування у майбутньому у поєднанні з фінансово-економічним плануванням його діяльності на

основі класичних підходів. Практична значущість дослідження полягає у тому, що його результатами є рекомендації щодо стратегії подальшого розвитку транспортного підприємства, які ґрунтуються на об'єктивному аналізі стану транспортного підприємства, транспортної галузі, основних факторів зовнішнього середовища, чинників ризику. Результати дослідження втілені у розроблених елементах стратегічного плану транспортних підприємств з визначеними механізмами та інструментами його практичної реалізації, у їхньому взаємозв'язку з тактичними планами та загальною стратегією транспортного підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кондратьєв Н.Д. Проблеми економічної динаміки / Н.Д. Кондратьєв. – М.: Економіка, 2009. – 154 с.
2. Кулявець В.Г. Промислові кластери в глобальному економіч-

ному розвитку / В.Г. Кулявець // Регіональна бізнес-економіка та управління. Науковий, виробничо-практичний журнал. – Вінниця: Вінницький фінансово-економічний університет. – 2009. – № 4(24). – С. 30-38.

3. Гуменюк О.І. Кластери як організаційна структура інноваційно-інвестиційної моделі розвитку промисловості / О.І. Гуменюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2. – С. 9-19.
4. Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес: звіт. – Світовий банк: Міжнародна фінансова корпорація, 2011. – 222 с.
5. Мінгальова Ж. Кластери та формування структури регіону / Ж. Мінгальова, С. Ткачова // Мировая економіка та міжнародні відношення. – 2014. – № 5. – С. 97-102.
6. Войнаренко М.П. Кластерні моделі об'єднання підприємств та розповсюдження передового досвіду їх створення в Україні / М.П. Войнаренко // Принципи оцінки конкурентоздатності регіонів / Ін-т конкурентоздатності. – К., 2014. – С. 59-70.
7. Каніщенко Н. Кластери в системі національної конкурентоспроможності / Н. Каніщенко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2009. – № 85. – С. 14-16.

УДК 334.723(063)

Попов О.Є.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри політичної економії
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця*

Мордовець А.В.

*аспірант кафедри політичної економії
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ОРГАНІВ ВЛАДИ ТА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У СФЕРІ МІЖСЕКТОРАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Проведено систематизацію та узагальнення теоретичних підходів щодо визначення сутності соціально-економічного партнерства як форми організації взаємодії органів влади та суб'єктів господарювання. Здійснено упорядкування предметної сфери формування соціально-економічного партнерства. Обґрунтовано концептуальні засади формування соціально-економічного партнерства органів влади та суб'єктів господарювання у сфері державної політики міжсекторальної взаємодії.

Ключові слова: соціально-економічне партнерство, органи влади, суб'єкти господарювання, державна політика, партнерські відносини.

Попов А.Е., Мордовець А.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА ОРГАНОВ ВЛАСТИ И СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СФЕРЕ МЕЖСЕКТОРАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Проведены систематизация и обобщение теоретических подходов к определению сущности социально-экономического партнерства как формы организации взаимодействия органов власти и субъектов хозяйствования. Осуществлено упорядочение предметной области формирования социально-экономического партнерства. Обоснованы концептуальные основы формирования социально-экономического партнерства органов власти и субъектов хозяйствования в сфере государственной политики межсекторального взаимодействия.

Ключевые слова: социально-экономическое партнерство, органы власти, предприятия, государственная политика, партнерские отношения.

Popov O.E., Mordovets A.V. THEORETICAL BASIS OF SOCIAL AND ECONOMIC PARTNERSHIP BETWEEN THE STATE AND BUSINESS ENTITIES IN THE SPHERE OF CROSS-SECTORAL COOPERATION

The theoretical approaches to defining the essence of social and economic partnership as a form of the interaction between the state and business entities have been systematized and generalized. The subject area of the social and economic partnership formation has been streamlined. The conceptual basis for the formation of social and economic partnership between the state and business entities in the sphere of cross-sectoral cooperation has been substantiated.

Keywords: social and economic partnership, state, business entities, public policy, partnerships.

Постановка проблеми. Важливою складовою масштабного процесу реформування національної господарства в сучасних умовах глобалізації та прискорення структурно-інноваційних трансформацій виступають модернізація та підвищення ефектив-

ності функціонування системи державного регулювання економікою для забезпечення стабільності економічного та соціального розвитку країни, зростання добробуту населення, зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних виробників тощо. Дієвим