

3. Складання бюджету підприємства, тобто визначення та аналіз ресурсів, необхідних для реалізації програм, і відповідно, досягнення поставлених цілей, та оцінка очікуваних результатів.

На заключному етапі виконання цільової програми необхідно провести моніторинг, оцінку результативності та оцінку ефективності виконання програми.

Таким чином, основною метою цих програм є забезпечення застосування системного підходу в плануванні діяльності, формулювання основних цілей економічного розвитку, подальший їх поділ на підцілі більш дрібного характеру та забезпеченні наявності необхідного обсягу ресурсів.

Також, спираючись на результати проведених практичних досліджень, можна стверджувати, що застосування програмно-цільового планування на підприємствах (в організаціях) дозволяє підвищити точність прогнозів та наблизити планові показники до фактичних, що в значній мірі сприяє успішному розвитку підприємства.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КЛАСТЕРОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В РАБОТАХ ЗАРУБЕЖНЫХ УЧЕНЫХ В ПЕРИОД СЕРЕДИНЫ XVII в. – СЕРЕДИНЫ XX вв.

А. О. ВАСИЛЬЧЕНКО, канд. экон. наук, доцент
УО «Полесский государственный университет»

Не секрет, что кластерная концепция организации экономики стала достаточно популярной моделью развития отраслей и территорий, как системы интеграционного взаимодействия отдельных субъектов хозяйствования на определенной территории либо в пределах отрасли. Это породило множество подходов к определению понятия «кластер», которые, в свою очередь, были

сформированы с учетом исторических предпосылок и наличия определенных знаний в этой области на тот момент.

Рассматривая подходы к определению понятия «кластер», отметим, что в экономику оно было впервые введено представителем Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером. Английское слово «cluster» означает «кисть, пучок, гроздь, куст». М. Портер определял кластер как сконцентрированную по географическому признаку группу взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (университеты, агентства по стандартизации, торговые объединения, в конкурирующих областях, но при этом ведущих совместную работу [1].

Анализируя историю экономической мысли, можно сказать, что подход к кластерному развитию экономики формировался постепенно, однако идеи о преимуществах экономических кластеров, как форм организации бизнеса возникли достаточно давно. В середине XVII в. возникла «Теория чистой агломерации», которая была представлена в трудах Й. Тюнена, В. Лаунхардта и А. Маршалла. Становление теории локализации принято связывать с именем немецкого экономиста Й. Тюнена, который в своем труде «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике» (1826 г.) проанализировал влияние ряда экономических индикаторов (издержки производства, транспортные расходы, плодородие почв и др.) на систему развития сельского хозяйства с учетом ее географической концентрации. Он считал, что это агломерация, сконцентрированная вокруг города и представляющая собой круги различной формы и размера, в которых находятся зоны развития разных видов сельского хозяйства.

В. Лаунхардт (1882 г.), в отличие от Й. Тюнена рассматривал агломерацию промышленных предприятий относительно источников сырья и рынков сбыта, основным экономическим индикатором также выступали транспортные издержки. Им был разработан метод локационного треугольника.

Начало теории «промышленного кластера» положил А. Маршалл, который внес наиболее весомый вклад в формирование концепции экономической агломерации. В своей работе «Принципы экономики» (1890 г.) он изучал промышленные районы Великобритании, рассматривая кластерные формирования («локализованные производства» и «промышленные зоны»), в которых ему удалось увидеть синергетический эффект от налаживания связей внутри системы. То есть, Маршалл увидел главное – предприятиям удастся достичь экономии за счет внутренних ресурсов и системы взаимодействия с поставщиками сырья и при наличии узкоспециализированных специалистов.

А. Вебер в своей работе «Теория размещения промышленности» (1909) говорил о том, что географическая концентрация предприятий имеет экономический эффект, который заключается в сокращении издержек по производству и сбыту определенного промышленного продукта и означает невозможность производства соответствующего продукта в каком-нибудь другом месте. Выделил три ключевых фактора формирования кластера: транспорт, рабочая сила и агломерация.

В. Кристаллер в своей работе «Центральные места Южной Германии» создал теорию экономического пространства, согласно которой в связи с развитием товарного хозяйства и специализации неизбежно происходит разрыв между местом производства и местом потребления, постоянно расширяется номенклатура товаров. Образуются производственные центры, которые обеспечивают товарами не только себя, но и близлежащие территории.

А. Лёш исследовал агломерационный эффект и эффект масштаба, в результате которых производства имеют свойства к географической концентрации. Кроме того, говорил о том, что для каждой отрасли присущ свой предельный уровень концентрации производств.

В 1939 г. Р. Трион впервые ввел термин «кластерный анализ», который был разработан им на принципах того, что информация собирается в группы (кластеры) по схожим элементам. Данный вид анализа основан на анализе статистических данных и применяется в психологии, медицине, маркетинге и

др. областях знаний. С развитием применения данной теории, мы можем видеть, что кластерный анализ начинает применяться в смежных дисциплинах и отраслях науки, таких как математика, информатика, биология, химия и др.

Э. Гувер (1940-1949 гг.) сгруппировал все преимущества агломерации по трем категориям: экономия от масштаба, эффект урбанизации и эффект локализации. Также он изучал эффект глобализации, отражающий быстрое технологическое развитие, произошедшее со времен работы Гувера.

У. Айзард (1956-1975 гг.) в своих работах выражал общие законы и взаимозависимости развития социально-экономических явления и их связь с размещением производственных сил и описывал это все с помощью математических моделей. Предложил модели расчета и прогноза численности и состава населения, регионального дохода и межрайонного торгового баланса и др. показателей, отражающих социально-экономический портрет региона.

Торстен Хагерstrand (1916–2004) в работе «Пространственная диффузия как процесс внедрения новаций» говорил о том, что трансляционная способность региона зависит от инвестиционного климата и развития рыночной среды. Это исследование является логическим продолжением теории полюсов роста Франсуа Перру, поскольку посвящено определению факторов, влияющих на скорость, с которой «моторные» отрасли будут вытягивать остальную экономику [2].

П. Кругман (1953 г.) создал модель «промышленный центр сельскохозяйственная периферия» пришел к выводу о том, что промышленные предприятия концентрируются вблизи рынков сбыта, в свою очередь рынки сбыта располагаются там, где промышленные предприятия. П. Кругман является родоначальником метода экономического анализа пространственной организации экономики на основе моделей несовершенной конкуренции [3].

Г. Мюрдаль в модели основной периферии обращается к пространственной концентрации экономической активности, и объясняет устойчивый экономический рост географической двойственностью экономической активности. Г. Мюрдаль подчеркивал факт, что рабочая сила и

капітал концентруються в місцях, де вони можуть отримати максимальну доходність на вільному ринку.

Труди вищеуказаних учених систематизують історію формування представлень о кластері, починаючи з моменту перших згадок об'єднаннях підприємств до формування понять «кластер», «кластерний аналіз». Однак, сучасне розуміння кластера не обійдеться без ряду трудових учених, базуються на аналізі конкурентоспособності. Серед них такі, як М. Портер, І. Тоденадо, Д. Сольє, Х. Шмідт і др. Підходи даних учених будуть розглянуті в матеріалах майбутніх досліджень.

Список використаної літератури:

1. Воронов А., Буряк А. Кластерний аналіз – база управління конкурентоспособністю на макроуровні. *Маркетинг*. 2003. № 1. С. 11–20.
2. Мямлін А. П. Фактор простору в економіці: історіографічний аналіз. *Проблеми сучасної економіки*. 2013. № 2(46). С.310-315.
3. Krugman P. The Role of Geography in Development, 1999 [International Regional Science Review 22, 2: 142–161 (August 1999)].

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

М. О. ТОНЮК, канд. екон. наук

Інститут агроекології і природокористування НААН

В умовах сьогодення агропромисловий комплекс в Україні побудований так, що підприємствам вижити поодиночі дуже складно, а тим більше підприємству, яке тільки виходить на ринок при величезній кількості вже існуючих, які зарекомендували себе. Набагато легше функціонувати мережевими агенціями, які об'єднані єдиним загальним брендом, вже достатньо розкручені і відомі на ринку, також об'єднані корпоративною культурою, цінностями