

Tymoshchuk M.P., Tymoshchuk P.V. Information providing of innovative activity

A structure of innovative process is considered. There is analyzed main reasons of implementation success of innovations. There are given recommendations concerning analysis fulfilling of innovative activity. Urgent tasks concerning implementation of qualitative information providing of innovative activity and innovative development control are formulated.

Keywords: information providing, innovative activity, innovation expansion model, innovation information providing system, innovative potential development control.

УДК 339+658

*Доц. А.А. Терехух, канд. екон. наук; студ. Н.Б. Бандура –
Львівський ДІНТУ ім. Вячеслава Чорновола*

**ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР ЯК ФОРМА ПОСИЛЕННЯ
КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ**

Визначено сутність та роль туристичного кластера при реалізації конкурентних переваг регіону, наведено алгоритм створення кластера. Туристичний кластер – це ключова організаційна основа, що дасть змогу реалізувати пріоритетні задачі, які стоять перед органами районної влади, і сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону.

Ключові слова: конкурентні переваги регіону, туристичний кластер.

Постановка проблеми. Успішний розвиток будь-якого регіону тісно пов'язаний із формуванням та реалізацією новітніх підходів щодо забезпечення конкурентоспроможності даної території. Це, своєю чергою, висуває на перший план питання виявлення регіональних конкурентних переваг, їх оцінювання й ухвалення на цій основі потрібних рішень.

Світовий досвід показує, що одним із ефективних способів забезпечення економічного зростання в регіоні є впровадження на його території кластерної моделі організації господарства.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання підвищення регіональної конкурентоспроможності на основі впровадження кластерних моделей зумовлює великий інтерес серед науковців. Цій проблематиці присвячено багато наукових праць, семінарів та конференцій.

Запропоновану М. Портером [1] теорію національної та регіональної конкурентоспроможності, основою якої є кластерний підхід організації бізнесу, одразу схвалили економісти різних країн, а її апробація дала позитивні результати, внаслідок чого питання вдосконалення механізму дії кластерної моделі набуло особливої актуальності.

Так, серед вітчизняних вчених-економістів особливої уваги заслуговують роботи С. Соколенка [2], у яких він узагальнив досвід використання кластерних моделей у багатьох країнах, а також запропонував власні рекомендації щодо кластеризації економіки у регіонах України. Актуальні також дослідження економіста М. Войнаренка [3], у яких проаналізовано умови інвестування на засадах кластерних технологій, а також запропоновано складові успішної роботи кластерних об'єднань. Особливої уваги заслуговують дослідження вченої Н. Мікули [4], у яких обґрунтовано роль кластерів у підви-

щенні конкурентоспроможності регіону, а також наведено теоретико-методологічні основи розвитку транскордонних кластерів.

Наукову цінність становлять роботи вчених В. Бороненко [5], О. Дейнеки, В. Демченка [6], Л. Ганущак-Єфіменко [7], О. Крайника [8] та ін., у яких автори обґрунтовують доцільність створення кластерів, шукають інноваційні підходи їх організації та забезпечення функціонування.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні доцільності створення туристичного кластера в Старосамбірському районі та у визначенні складових механізму його формування.

Об'єктом дослідження є природні, організаційні, економічні, інформаційні ресурси Старосамбірського району Львівської області, які можуть бути об'єднані у туристичний кластер.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні Старосамбірський район характеризується низьким рівнем соціально-економічного розвитку, за оцінками експертів визначається як депресивний, з низьким рівнем ділової активності.

Такий стан речей може покращити ефективне використання конкурентних переваг регіону природного характеру, адже Старосамбірський район має значний природний, туристично-рекреаційний, та культурно-історичний потенціал. Він є перспективним з погляду формування різноманітних видів туризму: лікувально-оздоровчого, відпочинкового, гірськолижного, паломницького, сакрального, агротуризму та зеленого туризму.

Саме тому розвиток туристичної сфери у регіоні потрібно розглядати як інструмент мобілізації його конкурентних переваг, підвищення рівня зайнятості населення, зменшення трудової міграції, в т.ч. молодіжної, посилення ділової активності, покращення фінансових показників діяльності підприємств, формування позитивного туристичного іміджу.

З метою сприяння розвитку сфери туризму та рекреації у Старосамбірському районі особливу увагу доцільно звернути на формування механізмів стимулювання підприємницької ініціативи, створення сприятливого інвестиційного та підприємницького клімату, залучення підприємців до формування туристичних інформаційних центрів, розроблення нових туристичних маршрутів, формування туристичної маркетингової стратегії, використання інструментів фінансової допомоги грантових програм для розвитку туризму, використання кластерних технологій у туристичній галузі.

Незважаючи на те, що сама ідея мережевої організації економіки з'явилась в економічній науці ще в роботах А. Маршала [9], термін "кластер" в регіональній економіці з'явився в 1970-х роках у США у роботах М. Портера [5]. Так, Портер [1, с. 256] вважає, що кластер – це сконцентровані за географічним принципом групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих поставальників, поставальників послуг, фірм споріднених галузей, а також пов'язаних з діяльністю організацій (наприклад, університети, агентства стандартизації, торгівельні об'єднання), що конкурують між собою, але при цьому ведуть спільну роботу.

Деякі науковці, зокрема В. Бороненко, С. Соколенко, Войнаренко, вважають наведене вище визначення не зовсім точним, оскільки воно не вказує на юридичний статус підприємств-учасників кластера, що, безумовно, має важливе значення для організації бізнесу у довготерміновому періоді. Так, латвійська вчена В. Бороненко [5, с. 50] "змогла знайти принципову економічну сутність кластера, яка відрізняє його від усіх інших форм економічної взаємодії економічних суб'єктів (концернів, холдингів, стратегічних альянсів, бізнес-інкубаторів і т.д.). Це, по-перше, "прикріпленість" кластера до конкретного регіону, а по-друге, розмаїття економічних статусів учасників кластера – це можуть бути і комерційні підприємства, і державні заклади, і громадські організації".

Економіст М. Войнаренко [3, с. 28] особливу увагу звертає на роль органів місцевої влади при організації кластера, і вважає, що "це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють з науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції й економічного зростання регіону".

У цій роботі особливу увагу звертаємо на таку форму організації туристичної діяльності як туристичний кластер. Під туристичним кластером ми розуміємо систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [10].

Однак, на наш погляд, таке трактування є не зовсім точним, адже не відображає можливості участі у кластері органів державної, місцевої влад, громадських організацій, науковців. З позицій створення туристичного кластера в Старосамбірському районі, саме управлінська складова повинна забезпечити механізм реалізації такого роду нововведення.

Низька ефективність функціонування туристичних кластерів в Україні зумовлена, насамперед, прогалинами у нормативно-правовому регулюванні такого напрямку. Так, у 2008 р. було розроблено проект розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні", але він не був прийнятим. Тому вкрай необхідно прийняти відповідний документ на загальнодержавному рівні, а також розробити програми створення туристичних кластерів у регіонах.

Піонером кластеризації варто вважати Хмельницьку область (Асоціація "Поділля перший", яка об'єднала зусилля органів місцевої влади, науковців, підприємців). До регіонів, які мають у своєму арсеналі кластерні структури, належать: АР Крим, м. Севастополь, Сумська, Полтавська, Одеська, Рівненська, Миколаївська області.

Вперше процес кластеризації торкнувся туристичної галузі в Україні, коли в 2001 р., після тривалих маркетингових досліджень у туристичній галузі Чернігівщини, було засновано туристичний кластер "Кам'янець". Його метою стало створення конкурентоспроможної сфери туристичних послуг, пе-

ретворення цієї території на сучасний туристичний центр, ініціювання та координація проектів розвитку туризму в регіоні [11]. Войнаренко М. [3, с. 28] вважає, що туристичний кластер є ефективним, якщо він забезпечить виконання п'яти умов, які були визначені внаслідок створення та функціонування кластерів у Подільському регіоні України.

По-перше, це *ініціатива*, адже тільки ініціативні й впливові люди із числа підприємців, представників влади, громадських організацій, навчальних закладів здатні своїм авторитетом, розумом, організаторськими здібностями й знаннями згуртувати, зацікавити і конкретною справою довести корисність кластерів як для самих їхніх членів, так і для регіону.

По-друге, це *інновації*, тому що тільки новітні технології в організації виробництва, збуту, управління, фінансування здатні відкрити нові можливості в конкурентній боротьбі.

По-третє, це інформація, яка забезпечує доступність, відкритість, обмін знаннями, створення баз даних і WEB-сторінок, що дають змогу одержувати переваги в доступі до ринків постачання предметами праці, збуту продукції, кваліфікованої робочої сили тощо.

По-четверте, це інтеграція – передбачає використання нових технологій співробітництва фірм на галузевому і територіальному рівнях за підтримки науки й органів влади.

По-п'яте, це інтерес, без якого не забезпечується і не реалізується основна умова життєдіяльності підприємницької або суспільної структури. Ця умова обов'язково припускає наявність зацікавленості учасників кластерних об'єднань одержанні ними економічної вигоди.

Діяльність туристичного кластера активізує наявні та забезпечить розвиток нових конкурентних переваг у Старосамбірському районі через реалізацію таких пріоритетних задач:

1. здобуття досвіду та удосконалення механізмів співпраці владних структур, бізнесу та громадськості [12];
2. активізація розвитку малого підприємництва, створення додаткових робочих місць та умов самозайнятості населення [12];
3. організація підготовки та перепідготовки кадрів з організації та ведення туристичного, готельного, ресторанного бізнесу та організації "зеленого" туризму в районі [12];
4. активізація інноваційної діяльності в регіоні;
5. залучення додаткових фінансових інвестиційних ресурсів до районного бюджету;
6. створення позитивного іміджу туристичного регіону;
7. організація рекламно-промоційної кампанії в районі;
8. здійснення інвентаризації об'єктів туристичної інфраструктури та оформлення ресурсно-рекреаційного паспорту району районі [12];
9. покращення стану об'єктів туристичної інфраструктури районі [12];
10. вжиття заходів щодо реконструкції та збереження пам'яток культури.
11. створення інформаційної бази регіону з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо шляхом формування Інтернет-сторінки, інформаційних туристичних офісів, бюро [13].

Формування туристичного кластера – логічно продумана, чітко впорядкована діяльність, яка передбачає консолідований механізм дій усіх учасників об'єднання. Проаналізувавши економічну літературу, зокрема [8], [14], вважаємо за доцільне запропонувати такий алгоритм формування туристичного кластера:

1. Створення ініціативної групи. Передумовою виникнення туристичного кластера є ініціатива зацікавлених у цьому суб'єктів. Це можуть бути місцеві органи районної влади, органи місцевого самоврядування, представники головних підприємств потенційного кластера, спеціалізовані громадські та міжнародні організації, які потенційно можуть фінансувати такі проекти, наукові та освітні установи, а також фахівці, які мають досвід організації кластерів в інших регіонах чи галузях.

Запропонована ініціативна група у Старосамбірському районі – це об'єднання органів місцевої влади (відділ культури і туризму у структурі райдержадміністрації), суб'єктів провідних туристичних, підприємницьких приватних структур, науковців в спільну структуру на засадах державно-приватного партнерства.

Так, відповідно до чинного законодавства [15], державно-приватне партнерство (ДПП) – співробітництво між відповідними органами державної влади та органами місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору.

У рамках здійснення державно-приватного партнерства відповідно до законодавства в Україні можуть укладатися договори про: концесію, спільну діяльність, розподіл продукції, інші договори [15].

Фінансування такої структури може здійснюватися за рахунок:

- фінансових ресурсів приватних партнерів;
- фінансових ресурсів, запозичених в установленому порядку;
- коштів державного та місцевих бюджетів;
- інших джерел, не заборонених законодавством.

На сучасному етапі розвитку економіки України модель туристичного кластера як окремої структури, утвореної державним чи місцевим органом влади, є найоптимальнішою. Саме держава повинна взяти на себе роль ініціатора у модернізації туристичної сфери.

2. Системний аналіз туристичного середовища Старосамбірського району. Моніторинг туристичної сфери полягає в аналізі динаміки показників діяльності туристичної галузі впродовж останніх років, і на цій основі прийняття необхідних рішень. До таких показників слід віднести: обсяг реалізованої продукції у готельній діяльності, закладах харчування, агрооселях, кількість готельних закладів у районі, одноразова місткість у готельних закладах, кількість туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності.

Моніторинг дає змогу визначити пріоритети розвитку туристичної сфери на перспективу.

3. Визначення місії і цілей діяльності туристичного кластера у Старосамбірському районі. Такими цілями можуть бути [8]: покращення со-

ціально-економічного стану в районі, посилення конкурентних позицій регіону, перетворення території на провідний туристичний центр; залучення додаткового інвестиційного капіталу; ефективне використання, збереження туристично-рекреаційного потенціалу регіону; промоція туристичного продукту регіону; підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі, що здійснюють підприємницьку та трудову (як наймані працівники) діяльність на відповідній території.

4. Державна реєстрація туристичного кластера. Формування туристичного кластера в Старосамбірському районі повинне бути затверджене рішенням райдержадміністрації та райради; це забезпечить визнання такого об'єднання на районному рівні як пріоритетного чинника підвищення конкурентоспроможності району.

Висновки та перспектива подальших досліджень. "Нова економіка" ставить перед органами державної, місцевої влади новітні орієнтири на пошук інструментів підвищення конкурентоспроможності як країни, так і регіонів, зокрема через використання кластерних моделей організації бізнесу.

Враховуючи особливості Старосамбірського району, туристичний кластер – це ключова організаційна основа, що дасть змогу реалізувати пріоритетні задачі, які стоять перед органами районної влади, і сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону.

Література

1. **Портер М.** Конкуренция. – Испр. изд. / М. Портер. – М. : Изд-во "Вильямс", 2005. – 602 с.
2. **Соколенко С.** Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 31-35.
3. **Войнаренко М.** Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 27-30.
4. **Мікула М.** Перспективи розвитку транскордонного співробітництва України та ЄС / М. Мікула. – Панель 2. Транскордонне співробітництво в рамках Карпатського євро регіону. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.niss.gov.ua/book/Mitryaeva2009/19.pdf>.
5. **Бороненко В.** Изучения роли кластеров в повышении конкурентоспособности региона / В. Бороненко // Економіст. – 2008. – № 10. – С. 50-51.
6. **Дейнека О.І.** Кластери та конкурентоспроможність прикордонних територій / О.І. Дейнека, В.В. Демченко // Регіональна економіка. – 2008. – № 2. – С. 276-279.
7. **Ганущак-Єфіменко Л.М.** Конкурентні переваги кластерооб'єднаних підприємств на ринку // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3 (105). – С. 143-147.
8. **Крайник О.** Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Науковий вісник "Демократичне врядування". – 2009. – № 4.
9. **Маршалл А.** Принципы экономической науки / А. Маршалл. – К. : Изд-во "Прогресс", 1993. – 234 с.
10. **Гонтаржевська Л.І.** Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.05.01 / Л.І. Гонтаржевська. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.dissert.com.ua/contents/34711.html>.
11. **Прочан А.О.** Використання кластерних технологій в туризмі. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.rusnauka.com/NPM_2006/Economics/10_prochan%20a.%20o.doc.htm.
12. **Аналітичний ресурс** місцевого і регіонального розвитку. Кластерна модель розвитку туризму як інноваційний механізм використання наявних ресурсів та об'єднання зусиль для розв'язання проблем регіону. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.municipal.gov.ua/878>.
13. **Колесник О.О.** Кластерна модель розвитку туризму в Україні / О.О. Колесник. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09kootvu.pdf.

14. Черторижський В.М. Кластерна модель організації туристичної діяльності – чинник виходу та закріплення туристичних фірм на зовнішніх ринках / В.М. Черторижський, А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – № 19. – С. 76-81.

15. Закон України "Про державно-приватне партнерство" від 01.07.2010 № 2404-VI.

***Теребух А.А., Бандура Н.Б.* Туристический кластер как форма усиления конкурентных преимуществ региона**

Определены сущность и роль туристического кластера при реализации конкурентных преимуществ региона, приведен алгоритм создания кластера. Туристический кластер – это ключевая организационная основа, которая даст возможность реализовать приоритетные задачи, которые стоят перед органами районной власти, и будет способствовать усилению конкурентных преимуществ этого региона.

Ключевые слова: конкурентные преимущества региона, туристический кластер.

***Terebuch A.A., Bandura N.B.* Tourist cluster as strengthening the competitive form regional benefits**

The article defines the role of tourist cluster in the implementation of the competitive advantages of the region, a cluster algorithm is proposed. A tourist cluster is key organizational basis, which will enable to realize priority tasks, which stand before the organs of district power, and will be instrumental in strengthening of competitive edges of this region.

Keywords: competitive advantage in the region, tourism cluster.

УДК 336.763.33 (477)

*Здобувач А.Р. Тушницький – Львівський ДНТУ
ім. Вячеслава Чорновола*

**ОБЛІГАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЗИКИ ЯК ЗАСІБ
РОЗРАХУНКУ ДЕРЖАВИ ЗА НЕПОВЕРНЕННЯ ПОДАТКУ НА
ДОДАНУ ВАРТІСТЬ**

Обґрунтовано потребу впровадження випуску облігацій внутрішньої державної позики для відшкодування сум податку на додану вартість, висвітлено умови випуску облігацій внутрішньої державної позики для відшкодування сум податку на додану вартість, досліджено шлях перетворення облігацій внутрішньої державної позики для відшкодування сум податку на додану вартість в реальні обігові кошти через банківське кредитування.

Ключові слова: відшкодування податку на додану вартість, облігації внутрішньої державної позики, кредитування, дефіцит бюджету.

Постановка проблеми. Ведення господарської діяльності суб'єктами господарювання залежно від виду діяльності в межах законодавства України вимагає від них проведення сплати різних податків. Податки поділяють на прямі та непрямі. Основним видом непрямого оподаткування є податок на додану вартість. Із назви податку зрозуміло, що податок на додану вартість (ПДВ) є частиною новоствореної вартості, яка утворюється на кожному етапі виробництва або обігу, його сума входить до продажної ціни на товари (роботи, послуги) і сплачується кінцевим споживачем. По суті, додана вартість наближається за своїм обсягом до заново створеної вартості (частини національного доходу), виробленої в певній господарській структурі (ланці).

Останнім часом спостерігається стала тенденція до зниження ефективності сплати податку на додану вартість. Зростає заборгованість зі сплати цього податку та заборгованість Державного бюджету України з його від-