

- збільшення обсягів реалізації туристичних продуктів після впровадження інновацій;
- збільшення відвідуваності сайта з метою здійснення покупки;
- зміна кількості постійних клієнтів;
- посилення активності зворотного зв'язку;
- збільшення кількості позитивних відгуків.

Висновки. Асиметрія інформації може мати як негативний так і позитивний вплив на діяльність підприємств туристичного бізнесу, що залежить від самих підприємств, їх стратегічних і тактичних цілей. Для добросовісних підприємств, що створюють і просувають якісний туристичний продукт асиметрія інформації є, фактично, чинником для активізації інноваційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм / Дж. Акерлоф // Thesis. – 1994. – Вып. 5. – С. 91-104.
2. Стиглер Дж. Экономическая теория информации / Дж. Стиглер // Вехи экономической мысли. Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – Т. 2. – С. 507-529.
3. Стиглиц Дж. Информация и смена парадигмы в экономической науке. Нобелевская лекция 8 декабря 2001 г. / Дж. Стиглиц // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков : в 5-х т. – М. : Мысль, 2005. – Т. 5 : в 2 кн. – Кн. 2. – С. 535-629.
4. Спенс М. Передача сигналов в ретроспективе и информационная структура рынков. Нобелевская лекция 8 декабря 2001 г. / М. Спенс // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков : в 5-х т. – М. : Мысль, 2005. – Т. 5 : в 2 кн. – Кн. 2. – С. 484-534.
5. Spence M. Job Market Signaling / M. Spence // The Quarterly Journal of Economics. – 1973. – № 3, Vol. 87. – P. 355-374.
6. Зверяков О. М. Асиметрія інформації та її вплив на забезпечення фінансової стійкості банківської діяльності / О. М. Зверяков // Економічний часопис ХХІ. – 2013. – № 9-10. – С. 45-48.
7. Лебедева Ю. Н. Теоретические подходы к классификации асимметрии информации как экономического феномена [Электрон. ресурс] / Ю. Н. Лебедева. – Режим доступа : http://www.volsu.ru/upload/medialibrary/11e/4_hhrcjeawkcllxbs.pdf.
8. Мацелюх Н. П. Асиметрія інформації як фактор дисбалансів ціноутворення на фінансовому ринку: теоретичний аспект / Н. П. Мацелюх // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – № 2. – С. 88-95.
9. Мазуренко В. П. Вплив асиметрії інформації на функціонування товарних ринків [Електронний ресурс] / В. П. Мазуренко. – Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/7098/7943>.
10. Маслов А. Інформаційна асиметричність на ринку праці та «економіка пряника і батого» Дж.-А. Мірліса / А. Маслов // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 143. – С. 57-61.
11. Сисоева Л. Ю. Вплив асиметрії інформації на ринок банківських послуг / Л. Ю. Сисоева // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 6, Ч. 5. – С. 65-68.

УДК 330.1: 658

Климчук М.М., к.е.н., доцент

Шовківська В.В., аспірант

Київський національний університет будівництва і архітектури

ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ФОРМУВАНЬ: ЕКСПЛІКАЦІЯ БУДІВЕЛЬНОГО ЕНЕРГОКЛАСТЕРУ

В представленій статті досліджено економіко-організаційні засади формування будівельного енергокластеру в контексті зниження рівня енергомісткості виготовленої продукції на будівельних підприємствах. Визначено, що основна ідея створення будівельного енергокластеру полягає у взаємній координації роботи, коли різні за функціональними характеристиками суб'єкти реалізують спільну мету, тим самим підвищуючи ефективність виробничо-комерційної діяльності, прискорюючи досягнення запланованих результатів, впроваджуючи новітні енергозберігаючі технології, сприяючи в отриманні позик, започатковуючи конкурентні засади у розподілі контрактів, формуючи оптимальну структуру виробництва продукції, визначаючи стратегічні пріоритети розвитку енергозбереження орієнтуючись на довгостроковий ефект.

Ключові слова: будівельний енергокластер, енергозбереження, управління.

Климчук М. М., Шовківська В. В.

ЭКОНОМИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ: ЭКСПЛИКАЦИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО ЭНЕРГОКЛАСТЕРУ

В представленной статье исследованы экономико-организационные основы формирования строительного энергокластера в контексте снижения уровня энергоёмкости выпускаемой продукции на строительных предприятиях. Определено, что основная идея создания строительного энергокластера заключается во взаимной координации работы, когда различные по функциональным характеристикам субъекты реализуют общую цель, тем самым повышая эффективность производственно-коммерческой деятельности, ускоряя достижение запланированных результатов, внедряя новейшие энергосберегающие технологии, способствуя в получении займов, учреждая конкурентные основы в распределении контрактов, формируя оптимальную структуру производства продукции, определяя стратегические приоритеты развития энергосбережения ориентируясь на долгосрочный эффект.

Ключевые слова: строительный энергокластер, энергосбережения, управления.

Klymchuk M., Shovkivska V.

ECONOMIC-ORGANIZATIONAL BASES OF INTEGRATION FORMATION: OPERATION OF BUILD ENERGY CLUSTER

In the presented article, the economic-organizational principles of formation of a building energy cluster in the context of reducing the level of energy intensity of manufactured products at construction enterprises are researched. It is determined that the main idea of creating a building energy cluster is the mutual coordination of work, when different entities perform a common goal in terms of their functional characteristics, thereby increasing the efficiency of production and commercial activity, accelerating the achievement of the planned results, introducing the latest energy saving technologies, facilitating the receipt of loans, starting up competitive principles in the distribution of contracts, forming an optimal structure of production, defining strategic development priorities K energy saving focusing on long-term effect.

Key words: building energy cluster, energy saving, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Проблематика реалізації заходів енергозбереження й підвищення рівня енергоефективності на будівельних підприємствах, як пріоритет визначає дослідження економіко-організаційних засад інтеграційних формувань, а саме експлікацію будівельного энергокластеру. Організаційна форма тимчасового об'єднання незалежних підприємств та організацій задля досягнення спільних стратегічних цілей в першу чергу становить свого роду конституцію, модель, основу, на підставі якої буде здійснюватися господарська діяльність такого тимчасового об'єднання. Задля досягнення спільних цілей діяльності даним організаціям, важливо чітко визначитися із вибором своєї організаційно-правової форми, оскільки від такого вибору залежить порядок створення, ефективність функціонування такого об'єднання, а після завершення реалізації проекту повернення даних підприємств до самостійної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення проблеми. Основна проблематика дослідження економічних засад організаційних формувань висвітлені в працях низки науковців: Р. Б. Вільгуцької, Н. Г. Георгіаді, Н. А. Добрянської, А. А. Нікіфорчук, С. В. Князя. Однак, сучасний тренд розвитку енергозбереження та зменшення рівня енергомісткості виготовленої продукції на будівельних підприємствах потребує проведення досліджень детермінант формування будівельного энергокластеру.

Цілі статті. Мета статті полягає в дослідженні економіко-організаційних засад формування будівельного энергокластеру в контексті зниження рівня енергомісткості виготовленої продукції на будівельних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Дефініція «організаційна форма» є досить складною, і переважно досліджується в правовому полі. Так в статті 63 Господарського кодексу України, яка має назву «Види та організаційні форми підприємств», не розкриває зміст таких понять як «вид» та «організаційна форма», а надає класифікацію підприємств за певними ознаками (критеріями) [1], при цьому, що слід розуміти під організаційною формою підприємства не визначено.

У наукових джерелах останнім часом організаційні форми об'єднання підприємств розглядається як певні групи, в які потрапляють об'єкти, що володіють загальною ознакою. Так, досліджуючи вплив економічного та інституційного середовища на діяльність диверсифікованих корпоративних об'єднань [1], Н. А. Добрянська та А. А. Нікіфорчук відносять: асоціацію, конгломерат, консорціум, концерн, синдикат, трест, фінансово-промислову групу, холдинг до одних із видів корпорацій за типом об'єднання капіталу як класифікаційною ознакою.

В свою чергу В. С. Щербина, досліджуючи поняття видів та організаційних форм підприємств, виділяє [3, с.57] в залежності від:

- форм власності – види підприємств (приватне підприємство; підприємство колективної власності; комунальне підприємство; підприємство, засноване на змішаній формі власності);
- способу утворення (заснування) та формування статутного фонду – дві організаційні форми підприємств: унітарні та корпоративні;
- кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік підприємства – категорії малих, середніх або великих.

Організаційна форма, в якій засноване підприємство, і положення законодавства, які регламентують його господарську діяльність, будуть в подальшому впливати на організаційну структуру управління підприємством на етапах її формування і використання. Чинні правові акти, зокрема положення Господарського кодексу України як фактор зовнішнього середовища, визначають, якою має бути організаційна структура публічних акціонерних товариств, приватних акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, товариств з додатковою відповідальністю тощо. Дослідження науковців показали, що поширені випадки зміни підприємством однієї організаційної форми на іншу [4, с.19].

У той час, коли функціонування інших корпоративних об'єднань здійснюється у сферах, які є традиційними для вітчизняного економічного середовища, функціонування консорціумів, як правило, передбачає наявність інноваційної складової. Огляд наукової літератури надає право стверджувати, що в Україні до таких об'єднань як концерн переважно належать фінансово-промислові групи компаній (ФПГ), для яких є типовим збереження юридичної і господарської самостійності учасників, але з врахуванням координації з боку домінуючих фінансових структур. Зазвичай учасники концернів об'єднують не лише економічний потенціал, але і зусилля в ринковій стратегії. Основною перевагою концерну є концентрація фінансових і інших ресурсів. Юридична особа, що є таким об'єднанням створюється переважно з метою спільного просування інтересів. Але кінцевою метою управління інвестиціями з боку ФПГ є отримання прибутку.

Вертикальна інтеграція полягає в об'єднанні кількох послідовних стадій при виробництві продукту. Це дозволяє підприємству знизити транзакційні витрати і прискорити процес виробництва. Горизонтальна інтеграція – це процес об'єднання фірм, які виробляють один і той же продукт, що, своєю чергою, дозволяє знизити витрати за рахунок економії від масштабу і усунути конкурентів або знизити вплив конкуренції, що дозволить посилити контроль фірми над ринком. А диверсифікована інтеграція – це процес об'єднання підприємств, які прямо не пов'язані ні торговими, ні виробничими відносинами [5].

Відповідно вибору моделі організаційно-управлінської інтеграції буде застосовуватись тип організаційної структури: лінійно-функціональна, дивізійна чи «холдингова структура». Холдингова структура – це «така структура, яка поєднує в собі дивізійну, модифіковану матричну і мережеву організаційну структуру управління, в якій функціональні відділення дочірніх компаній перебувають у прямому підпорядкуванні керівника цієї дочірньої компанії» [6].

Отже, формування життєздатних економічних структур, що забезпечують ефективне функціонування економіки, вкрай важливо для подальшого розвитку економічної системи і соціально-економічних зв'язків. Форми таких структур можуть бути дуже різні, але сьогодні їх сутність зводиться, головним чином, до інтеграції і партнерства [1-5]. Інтеграція (від лат. *integratio* – відновлення, заповнення; від *integres* – цілий) – стан зв'язності окремих частин, що диференціюються, і функцій системи в ціле, а також процес, що веде до такого стану. Партнерство – форма співпраці компаній, не закріплена в установчих документах, а підтримувана фактично на основі угоди про корпоративне партнерство [8]. Кожна з форм інтеграції відрізняється низкою переваг і недоліків. Так до основних можна віднести:

- економія на операційних витратах за рахунок об'єднання служб маркетингу, обліку, збуту;
- економія за рахунок ефекту масштабу;
- економія за рахунок створення нової, більш ефективної системи управління, що використовує інноваційні технології;
- доступність фінансових ресурсів, економія за рахунок зміни джерел фінансування, вартості фінансування та інших вигод;
- існуюча тенденція до зростання пропорції постійних витрат;
- ризик проходження межі оптимального розміру бізнесу, за яким слідує не зростання ефективності, а її зниження;
- ризик втрати гнучкості та динамізму при зміні технології і попиту;
- управлінські ризики і бюрократизація, до яких може призвести ускладнення структури управління.

Відповідно до основних засад концепції «інвайроментальна економіка» нами надано пропозиції щодо вирішення проблематики розвитку системи енергозбереження підприємств будівельного комплексу: зниження рівня енергомісткості виробництва будівельних матеріалів, виконаних робіт, наданих послуг; створення економічного механізму мотивації підвищення рівня енергоефективності; зменшення втрат паливно-енергетичних ресурсів шляхом здійснення організаційних, технічних, технологічних та інших заходів, зокрема оновлення основних фондів, модернізація виробничих потужностей, запровадження енергоефективних технологій; оптимізація структури регіонального енергетичного балансу шляхом заміщення природного газу енергоресурсами, отриманими з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива, насамперед на об'єктах соціальної сфери, зниження техногенного навантаження на довкілля.

В межах даного дослідження варто звернути увагу і на формування таких інтеграційних систем як кластери, яким в наукових колах присвячено значну увагу [10]. Як зазначає М. Портер, кластер, або промислова група, – це «група географічно близьких, взаємозв'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, що діють в певній сфері і характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють один одного» [10, с.255], це «об'єднання взаємопов'язаних і взаємодоповняльних підприємств, організацій, установ і пов'язаних із ними за географічними та функціональними ознаками органів державного управління, наукових закладів, різних інфраструктурних складових, які працюють на певній території з певною метою» [10, с. 256].

Кластери відрізняються своїми розмірами, широтою охоплення і рівнем розвитку [10]. Іншими словами, кластер у загальноекономічному значенні є групою географічно локалізованих взаємозв'язаних компаній, постачальників устаткування,

комплектуючих виробів, спеціалізованих виробничих послуг, інфраструктури, науково-дослідних центрів та інших організацій, які взаємодоповнюють один одного в досягненні конкретного господарського ефекту й посилюють конкурентні переваги окремих компаній, тобто кластера в цілому [10, с.68-69].

Відповідно, кластери – це функціонально-виробничі структури, які утворені юридично і є структурно незалежними партнерами. У основі системи управління лежить процес спільної координації діяльності у часників кластерного утворення. Оскільки учасники кластера взаємодіють на основі договірних стосунків, тому їх кластерна структура дуже чутлива до якості кінцевого результату і до якості встановлених функцій [11, с.167].

Схема створення кластера конкретизується залежно від цілей і стратегії учасників, характеру прояву факторів зовнішнього середовища, суб'єктивних умов функціонування кластера. При створенні кластера умова регулюючої ролі держави здобуває виняткову роль. Тому для формування кластерів велике значення мають дії центральних, регіональних та місцевих державних органів. З одного боку державні структури виконують організаційні функції: організують форуми підприємств, організацій по співпраці і відповідних урядових структур. З іншого боку, вони повинні виконувати управлінські функції:

- ✓ підтримувати збір та оброблення специфічної для даного кластера інформації;
- ✓ приймати політичні рішення у сфері науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), які б заохочували наукові установи та організації до співробітництва з місцевими кластерами;
- ✓ вдосконалювати інформаційне забезпечення та законодавчі акти, що впливають на ефективну діяльність кластера;
- ✓ підвищувати рівень місцевого попиту на продукцію і послуги, які надаються кластерами.

Бюджетне стимулювання кластерних процесів, зокрема в системі інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, сприяє їх інтеграції, вирівнюванню диспаритету розподілу фінансових ресурсів бюджетів усіх рівнів між учасниками кластеру. Спільні дотації й трансферти державного та місцевих бюджетів, які є вагомою фінансовою підтримкою інноваційних кластерів, здатні змістити центр витрат виробника інноваційної продукції, в результаті чого держава з перманентного реципієнта інновацій перетворюється на активного учасника бюджетного стимулювання їх продукування [12, с. 112].

Висновки. В представленій статті досліджено економіко-організаційні засади формування будівельного енергокластеру в контексті зниження рівня енергомісткості виготовленої продукції на будівельних підприємствах. Конкретизовано залежно від цілей і стратегії учасників етапи формування будівельного енергокластеру. Представлені переваги та недоліки низки форм інтеграції. Отже, основна ідея створення будівельних енергокластерів полягає у взаємній координації роботи, коли різні за функціональними характеристиками суб'єкти реалізують спільну мету, тим самим підвищуючи ефективність виробничо-комерційної діяльності, прискорюючи досягнення запланованих результатів, впроваджуючи новітні енергозберігаючі технології, сприяючи в отриманні позик, започатковуючи конкурентні засади у розподілі контрактів, формуючи оптимальну структуру виробництва продукції, сприяють зменшенню енергомісткості виготовленої будівельної продукції, визначаючи стратегічні пріоритети розвитку енергозбереження орієнтуючись на довгостроковий ефект.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Добрянська Н. А. Вплив економічного та інституційного середовища на діяльність диверсифікованих корпоративних об'єднань [Електронний ресурс] / Н. А. Добрянська, А. А. Нікіфорчук // Вісник Харківського

- національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 6. - С. 117-120. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_19
3. Щербина В. С. Суб'єкти господарського права : монографія / В. С. Щербина. – Київ : Юрінком Інтер, 2008. – 264 с.
4. Георгіаді Н. Г. Фактори, які впливають на формування і використання організаційних структур управління підприємствами [Електронний ресурс] / Н. Г. Георгіаді, С. В. Князь, Р. Б. Вільгуцька // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 767. - С. 17-25. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_767_5
5. Горбунов А.Р. Дочірні компанії, філії, холдинги / А.Р. Горбунов. - 4-е вид., доп. і перероб. - М.: Глобус, 2013. - 209 с.
6. Погрібна К. В. Холдингова структура об'єднання підприємств [Електронний ресурс] / К. В. Погрібна, З. С. Варналій // Формування ринкових відносин в Україні. - 2015. - № 4. - С. 108-113. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_4_27
7. Егорова А. В. Институциональные основы интеграционного взаимодействия субъектов хозяйствования [Текст] : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 – экономическая теория / А. В. Егорова. – Саратов. – 2008. – 23 с.
8. Куцик В. І. Інтеграційні форми бізнес-структур та їх ефективне функціонування [Електронний ресурс] / В. І. Куцик, О. В. Гатала // Торговля, комерція, підприємництво. - 2014. - Вип. 16. - С. 73-75. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2014_16_19
9. Бурковський А. П. Кластерна форма організації та механізм її дії в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] / А. П. Бурковський // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. - 2012. - Вип. 6. - С. 67-73. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2012_6_17
10. Портер М. Конкуренція : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
11. Швець Ю.Ю. Влияние процессов управления и самоорганизации на функционирование и развитие кластера // Актуальні проблеми економіки. – 2011 – № 9 (123). – с. 164–169.
12. Присяжнюк А.Ю. Бюджетне стимулювання кластеризації інноваційної моделі розвитку економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №10 (124). – с. 108–112

Рецензент д.е.н., професор Рижакова Г.М.

УДК 339.138

Ковальчук О.В. к.е.н., доцент

Герасим'як Н.В. к.е.н., доцент

Войтович С.Я., к.е.н., професор

Луцький національний технічний університет

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИНЕРГІЇ ЗАСОБІВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ ПРИ ПРОСУВАННІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Для просування освітніх послуг у мережі Інтернет використовується широкий арсенал інструментів – офіційний сайт, соціальні мережі, контекстна і таргетована реклама та інші. Важливо вибудувати цілісну комунікаційну політику, у якій усі інструменти доповнюватимуть один одного і забезпечать ефект синергії.

Ключові слова: просування освітньої послуги, інструменти просування, контекстна реклама, соціальні мережі, ефект синергії.

Kovalchuk O., Herasymiak N., Voitovych S.

PROBLEM OF PROVIDING SYNERGY OF THE MEANS OF INTERNET COMMUNICATIONS IN PROMOTING EDUCATIONAL SERVICES

To promote educational services on the Internet is used a wide arsenal of tools – the official site, social networks, contextual and targeted advertising and others. It is important to build a coherent communication policy, in which all the tools will complement each other and create a synergy effect.

Key words: promotion of educational services, promotion tools, contextual advertising, social networks, synergy.

Ковальчук О.В., Герасим'як Н.В., Войтович С.Я.