

ПОГЛЯД НА УПРАВЛІННЯ ТРАНСКОРДОННИМ РЕГІОНОМ ЯК СУБ'ЄКТОМ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Теоретично обґрунтовано положення, що транскордонний регіон можна розглядати як суб'єкт господарювання, тобто як самостійного учасника специфічного конкурентного ринку. Запропоновано структурну схему транскордонного регіону як квазікорпорації. Розроблено класифікацію напрямів, за якими може відбуватися операційне управління транскордонним регіоном: ресурси/фінанси, ринок/клієнти, організація, навчання/розвиток.

Ключові слова: *транскордонний регіон, місія, управління, ринок.*

Активний розвиток транскордонного співробітництва багато у чому пояснюється євроінтеграційними процесами, що відбуваються в нашій країні, відчувається підвищення ролі її прикордонних регіонів у цих процесах. Під впливом європейського досвіду громадськість почала розуміти значення транскордонного співробітництва, у тому числі на політичному рівні. Інтеграційні процеси будь-якої країни, в першу чергу, починаються на рівні прикордонних територій, тому питання транскордонного співробітництва сьогодні є актуальними як ніколи. Саме вміння співпрацювати з нашими західними країнами-сусідами на рівні транскордонного співробітництва прикордонних регіонів є тим лакмусовим папірцем, який дозволить оцінити перспективи інтеграції України до ЄС.

У сфері вивчення транскордонного співробітництва зроблено значні кроки у напрямі дослідження інвестиційного та інфраструктурного забезпечення конкурентоспроможності транскордонних регіонів (ТКР), доведено необхідність інформаційного забезпечення транскордонних ринків та можливості впровадження інновацій.

Однак чимало не вирішених проблем піднімає питання ефективного управління транскордонними регіонами, зокрема, такими інституційними утвореннями, як євро регіони. Останні дослідження проблем управління економіко-соціальними процесами в транскордонних регіонах пов'язані з аналізом стратегічних програм розвитку транскордонного співробітництва України, вивченням фінансового забезпечення діяльності євро регіонів (зокрема, питання оптимізації використання бюджетних коштів), способів реалізації цілей регіонів за допомогою використання досвіду і підтримки ЄС.

Питання менеджменту і маркетингу транскордонних регіонів потребують додаткових досліджень на теоретичному рівні, не говорячи вже про практичне використання систем управління місцевою владою. Адміністрації, громадськість, ділові кола прикордонних регіонів не використовують повною мірою конкурентні переваги прикордонних територій (як це робиться в інших країнах Європи), малозрозумілою залишається необхідність активного позиціонування транскордонних регіонів. У зв'язку з цим ми поставили завдання знайти підходи, які зможуть побудувати дієві системи управління транскордонними регіонами з метою досягнення поставлених перед ними цілей.

Сьогодні регіоналістика і регіональна економіка використовують чотири парадигми дослідження регіону: регіон як квазідержавна, регіон як квазікорпорація, підхід до регіону як до ринку, підхід до регіону як до соціуму.

Під регіоном як квазікорпорацією розуміють великий суб'єкт власності (регіональний та муніципальний) і економічної діяльності. Прикордонні регіони, прагнучи постійного поліпшення життя мешканців, конкурують між собою на різних транскордонних ринках (праці, капіталу, товарному, послуг тощо). Використовуючи цю парадигму, можемо розглядати територію не просто як місце здійснення економічних акцій, а як продавця своєрідного товару – своїх ресурсів. Таким чином, транскордонний регіон стає рівноправним учасником конкурентного ринку.

Будь-який економічний суб'єкт задовго до початку операційної діяльності займається питаннями формулювання своєї місії, стратегічних і тактичних цілей. Без чіткого визначення цих понять не можна говорити і про ефективність роботи транскордонного регіону (рис. 1).

Місія організації під назвою «Транскордонний регіон» можна висловити гаслом «Побудуймо Європу регіонів!» (замість класичного «Європа країн»). Це гасло є важливим фактором євроінтеграційних процесів і політики ЄС, і його не слід сприймати спрощено. Місія транскордонного регіону виражає вищий сенс, мету існування громади в майбутньому, тому вона тісно пов'язана з довготерміновим баченням суспільством того, яким воно прагне стати.



Рис. 1. Структурна схема транскордонного регіону як суб'єкта господарювання

Місія ТКР полягає в тому, щоб забезпечити комфортне проживання всіх мешканців по обидва боки кордону; збереження культурно-етнічних зв'язків між громадами; збереження природного середовища через створення рівних можливостей для господарської та іншої діяльності, розвиток освіти, інновації, стратегічне управління, стає економічне зростання на основі раціонального використання природних та людських ресурсів, охорони довкілля, використання геостратегічного розташування території, активного розвитку транскордонного співробітництва в інтересах кожної людини і суспільства в цілому.

Стратегічними цілями євро регіонів є: підтримання тісних культурних зв'язків прикордонних громад; вирішення соціально-економічних проблем прикордоння (зокрема, проблеми периферії і центру); врегулювання проблем спільної інфраструктури кордонів. Мета стратегічного управління – забезпечення життєздатності прикордонних територій і контроль за рухом ТКР до наміченої стратегічної цілі розвитку. В умовах міжрегіональної конкуренції стратегічне управління є одним з інструментів, який потрібно використовувати для об'єднання зусиль місцевих адміністрацій, підприємців, громадськості.

Стратегічне планування діяльності транскордонного регіону має свої особливості. Зокрема, розробка плану має здійснюватися спеціальними інституційними утвореннями із залученням представників громадськості, ділових кіл, тобто цей процес має відбуватися демократично (для цього необхідно проводити «круглі столи», обговорення, діалоги, погодження тощо). Дуже важливо, щоб під час розробки стратегічного плану переважав практичний підхід і використовувалися наукові дослідження, поради експертів у галузі регіонального управління. Період, на який розробляється стратегічний план, може бути різним – від 3–5 до 10–15 років (сьогодні в Україні діє Державна програма розвитку транскордонного співробітництва на 2010–2015 рр.). Демократичний підхід до стратегічного планування передбачає також те, що план є громадським документом, який друкується у ЗМІ і практично використовується населенням.

Формулювання **тактичних цілей** ТКР має, у першу чергу, містити основні напрями їх діяльності. Вони визначають межі того, як можуть розвиватися прикордонні території завдяки їх сильним і слабким сторонам, тобто тим якостям, за допомогою яких можна вигідно позиціонувати ТКР. Так, до тактичних цілей ТКР можна віднести: розвиток прикордонної торгівлі, відкриття нових пунктів пропуску через державний кордон; розбудову системи співпраці нових та вже існуючих промислових, торгових і логістичних фірм; використання спільного ринку праці, інноваційного і навчального простору; інформаційний розвиток; боротьбу з організованою злочинністю, контрабандою, некерованими міграційними потоками тощо. Мета тактичного управління – створення системи управління досягненням тактичних цілей ТКР, а також вчасних рішень щодо оптимізації відношення «витрати – корисний ефект» від діяльності ТКР (наприклад, максимально ефективного використання інвестиційних ресурсів для побудови терміналу біля кордону).

Функції тактичного управління в ТКР беруть на себе частково регіональні органи влади і міждержавні координаційні утворення, частко-

во – господарюючі суб'єкти. Можливості такого управління визначаються ресурсами, якими володіють ці суб'єкти.

Місія і стратегія є життєво необхідним органом будь-якого суб'єкта господарювання. Видимою ж стороною діяльності транскордонного регіону є ті напрями, що забезпечують досягнення стратегічних цілей, а саме: ресурси, цільовий ринок, організація, перспективи розвитку.

Таким чином, операційне управління має вчасно та ефективно давати відповіді на питання, які ми згрупували в декілька блоків: ресурси/фінанси, ринок/клієнти, організація, навчання/розвиток.

Ресурси/фінанси. До ресурсів ТКР відносять функціонуючі та потенційні (не включені в господарський оборот) ресурси. Прикордонні території володіють природними, трудовими, матеріальними, фінансовими, рекреаційними, інформаційними ресурсами, соціальною інфраструктурою. Це все загалом можна назвати «середовищем» транскордонного регіону, яке включає інституційне середовище і довкілля. Можливість спільного ефективного використання усіх перелічених ресурсів різними країнами в межах транскордонного регіону надає йому безперечних конкурентних переваг.

Особливо важливим питанням ресурсного забезпечення діяльності ТКР є залучення фінансових ресурсів, зокрема іноземних інвестицій. З одного боку, інвестиції є платою за специфічний товар, який пропонує ТКР, з іншого боку, – вони розвивають інфраструктуру, створюють можливості для покращання конкурентних переваг регіону.

Щодо фінансування транскордонного співробітництва із державного та обласного бюджетів, то його нестача ставить під сумнів можливість практичного виконання більшості заходів, спрямованих на розвиток транскордонної співпраці.

Фінансова підтримка програм транскордонного співробітництва здійснюється спеціально створеними фондами. ЄС постійно здійснює субсидювання та сприяння регіональному і транскордонному співробітництву. Існують і фінансуються такі програми, започатковані ЄС: INTERREG, PHARE, TACIS, URBAN, MEDA, CARDS, EQUAL, LEADER. Таким чином здійснюється фактичне інвестування в інфраструктуру транскордонного регіону.

Ринок/клієнти. Цільовим ринком транскордонного регіону як суб'єкта господарювання виступають, у першу чергу, іноземні власники фінансових або матеріальних ресурсів (інвестори, банки, інші кредитори тощо). Цим «споживачам» транскордонний регіон продає особливий продукт – привабливі умови для залучення їх капіталу. Споживачами продукції транскордонного регіону виступають також приїжджі (ділові і приватні відвідувачі: бізнесмени, туристи, родичі), мешканці та наймані працівники, а ще зовнішні ринки.

Після вступу західних країн-сусідів України в ЄС (Польщі, Словаччини, Угорщини) підприємці прикордонних територій України швидко відреагували на виникнення потреби в якісному обслуговуванні цих груп відвідувачів. Річ у тім, що 2004 р. різко змінився вектор поїздок у транскордонних регіонах: якщо раніше до сусідніх країн виїжджали українці, то сьогодні більше приїжджають до нас, отже, стають потенційними покупцями продукції як у вузькому, так і в широкому значенні цього слова.

Тому сьогодні виникла гостра потреба в якісному маркетингу, активному позиціюванні і рекламі наших прикордонних територій.

Маркетинг ТКР передбачає вивчення попиту, цін на продукцію не окремого підприємства, а ринку, попиту і цін на продукцію ТКР, реалізацію всього його потенціалу.

У конкурентній боротьбі за клієнтів важливим інструментом є активне *позиціювання* транскордонного регіону, яке здійснюється за такими напрямками:

- внутрішнє позиціювання. Означає виявлення ролі ТКР для внутрішніх цільових груп – населення, підприємців, громадськості, місцевої влади. Метою такого позиціювання є виховання у цих груп почуття любові до свого краю, патріотизму і, як наслідок, здобуття регіоном нових конкурентних переваг. Аналог внутрішнього позиціювання ТКР на підприємстві – правила корпоративної поведінки, метою яких є також виховання працівників компанії і їх прив'язаність до неї;

- макрорегіональне позиціювання – визначає роль та місце регіона у макрорегіоні більш високого порядку. Дуже важливим у макрорегіональному позиціюванні є чітка стратегія розвитку, програма регіонального маркетингу. Ефективними інструментами є великі події національного масштабу, що відбувалися у регіоні (виставки, ярмарки, фестивалі тощо) і сприяють популяризації іміджу ТКР у країнах, до яких вони належать;

- міжнародне позиціювання. Інструментами у такому позиціюванні є інтернаціональні рейтинги за різними характеристиками і сферами розвитку, спеціальні міжнародні наукові дослідження. На цьому рівні позиціювання необхідні стратегії розвитку, відкриття представництв ТКР у столицях партнерських регіонів, участь у роботі організацій об'єднань регіонів (наприклад, Раді Регіонів Європи), організація великих міжнародних форумів, конкурсів, фестивалів, конференцій тощо.

Розвиток маркетингу ТКР в Україні стримують фактори, обумовлені проблемами впровадження маркетингових засад на усіх рівнях управління територіями (причини: недостатнє визначення та осмислення необхідності маркетингового управління місцевими адміністраціями, нестабільна ситуація у різних сферах економіки).

Організація – це фактично створення структури, яка об'єднує всіх зацікавлених учасників процесів регіонального розвитку по обидва боки кордону. Для того, щоб організація була «здоровою» і ефективною, місцева влада країн має постійно взаємодіяти, створювати ефективні координаційні центри управління транскордонним регіоном, проходити процес навчання, що полягає у систематичному впровадженні інновацій у практику управління.

Державні установи ще відстають від комерційних організацій у напрямі розвитку і використання інструментів електронного зв'язку. Причини такого відставання різні, але у більшості випадків це не відсутність фінансування, а низький рівень управління та організації діяльності. Державні структури досить важко зацікавити у підвищенні результативності їх роботи економічними та іншими методами, тому що вони не вступають у конкурентну боротьбу за своїх клієнтів (так, громадяни не можуть перейти до іншої податкової служби, перетнути інший митний кордон тощо).

Оперативне управління ТКР здійснює місцева влада. Від того, як вона це робить, залежить конкурентоспроможність території як суб'єкта господарювання. Саме тому місцеві адміністрації мають створювати умови для раціонального використання економічного потенціалу території з метою завоювання та більш повного задоволення потреб «споживачів» місцевих ресурсів і товарів (зокрема інвесторів). Місцева влада сусідніх країн – орган управління, який має постійно здійснювати діяльність з планування, організації та контролю фінансів, маркетингу, інфраструктури та розвитку міжнародного підприємства під назвою «Транскордонний регіон».

У зв'язку з цим експерти пропонують різні організаційні схеми розвитку транскордонного співробітництва на західному прикордонні України. Так, П.Ю. Беленький вказує на необхідність створення банку розвитку транскордонного співробітництва, засновниками якого можуть виступити Європейський інвестиційний банк і місцеві органи влади Львівської, Закарпатської та Волинської областей. Це допоможе вирівняти асиметрію в обсягах залучення інвестицій до основного капіталу на одну особу населення для західних прикордонних регіонів України, в яких цей показник нижчий порівняно з більш розвинутими східними регіонами і містами-мільйонерами, хоча є вищим, ніж у центральних областях.

Безпосереднім здійсненням бізнес-процесів у ТКР займаються комерційні організації. Підприємства використовують переваги транскордонного співробітництва для стимулювання руху робочої сили, капіталу, товарів через кордони, здійснення транскордонного інвестування. Практика західних прикордонних територій України показує, що ефективною організаційною бізнес-структурою в ТКР є малі підприємства – вони займають значне місце в економіці ТКР, зокрема у сфері послуг. Конкурентно вигідним є також поєднання великих підприємств з малими підприємствами. Таким чином, поєднуються переваги децентралізації (більша варіабельність, близькість ринків, більша мотивація і відповідальність) з перевагами централізації (зменшення витрат, усунення повторюваності, використання ноу-хау великої фірми).

Навчання/розвиток. Місцеві органи влади і громадськість як суб'єкти управління процесами в транскордонному регіоні мають постійно розвиватися, підвищувати свою кваліфікацію, ознайомлюватися із правовим та практичним досвідом транскордонного співробітництва європейських країн.

У країнах ЄС під час управління використовують підхід, який отримав назву «регіональні інноваційні стратегії». Він полягає у постійній модернізації систем управління з опорою на інновації. Інноваційний потенціал транскордонного регіону – один із факторів його конкурентоспроможності. Для прикладу: відомо, що Львівська область за кількістю докторів та кандидатів наук, наукових організацій посідає одне з перших місць в Україні. Значний науковий потенціал дозволяє багатьом підприємствам створювати науково-технологічні новинки, тому ТКР може брати участь у міжрегіональному і міжнародному співробітництві, пропонуючи конкретні продукти інтелектуальної праці. Для ефективного використання інновацій необхідно мати мережу інноваційно-інвестиційної інфраструктури, розвинутий сектор малого та середнього бізнесу, сприяння з боку територіальних органів влади.

Західні прикордонні регіони України характеризуються досить низьким інноваційним потенціалом (крім Львівської області), відповідно й ефективність інноваційної діяльності знаходиться на середньому або низькому рівні. Це означає, що як органи влади, так і суб'єкти господарювання цих областей мають використовувати європейський досвід і рекомендації вітчизняних експертів для створення фундаменту подальшого розвитку транскордонних регіонів, суб'єктами управління яких вони виступають.

Таким чином, транскордонний регіон – це «жива» економічна система, діяльність якої можна аналізувати з позицій суб'єкта господарювання. Управління транскордонним регіоном доцільно починати із встановлення місії, складання стратегічного і маркетингового планів, тактичного планування і здійснювати в аналогічних з комерційною організацією напрямках – ресурси/фінанси, ринок/клієнти, організація, навчання/розвиток. Такий підхід сприяє посиленню конкурентоспроможності, ефективному використанню переваг ТКР, залученню інвестицій, покращанню стану інфраструктури і, як результат, підвищенню рівня життя населення транскордонного регіону.

Список використаної літератури

1. Баян А.В. Міжрегіональне, транскордонне співробітництво України за умов розширення Європейського Союзу (на прикладі прикордонних регіонів України та Угорщини) / А.В. Баян. – Ужгород: Ліра, 2010. – 320 с.

2. Беленький П.Ю. Конкурентність на транскордонних ринках / П.Ю. Беленький, Н.А. Мікула, Є.Е. Матвеев. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2005. – 214 с.

Беленький П.Ю. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможності регіону / П.Ю. Беленький, В.І. Шевченко-Марсель, О.О. Другов; відп. ред. П.Ю. Беленький. – НАН України, Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2006. – 129 с.

4. Воевода І.В. Шляхи оптимізації коштів місцевого бюджету на соціально-економічний розвиток депресивного регіону / І.В. Воевода // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво: Тези доп. IV Міжнар. наук-практ. конф. студ., аспірантів і молодих науковців. Луцьк, 17–18 травня 2007 р.; за ред. В. Й. Лажніка і С. В. Федонюка. – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. – 616 с.

5. Гранберг А. Основы региональной экономики / А. Гранберг. – М.: ГУ ВШЕ, 2001. – 495 с. С. 45.

6. Полівода К.І. Проблеми транскордонного економічного співробітництва на прикладі Карпатського єврорегіону / К.І. Полівода // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво: тези доп. IV Міжнар. наук-практ. конф. студ., аспірантів і молодих науковців. Луцьк, 17–18 травня 2007 р.; за ред. В.Й. Лажніка і С.В. Федонюка. – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. – 616 с.

7. Фактори і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіону: наук. доповідь / НАН України, Інститут регіональних досліджень // науковий редактор д.е.н., проф. П.Ю. Беленький. – Львів, 2005. – 145 с.

8. <http://www.carpathia.gov.ua> – офіційний сайт Закарпатської обласної державної адміністрації.

Теоретически обоснованно положение, что трансграничный регион можно рассматривать как субъект ведения хозяйства, то есть как самостоятельного участника специфического конкурентного рынка. Предложена структурная схема трансграничного региона как квазикорпорации. Разработана классификация направлений, за которыми может осуществляться операционное управление трансграничным регионом: ресурсы/финансы, рынок/клиенты, организация, учеба/развитие.

Ключевые слова: трансграничный регион, миссия, управление, рынок.

It is in theory grounded that transfrontier region can be examined as a subject of menage, an independent participant of specific competition market. The flow diagram of transfrontal region is offered. Classification of directions after which an operating management of a transfrontier region can be carried out is developed: resources / finances, market / clients, organization, studies / development.

Key words: transfrontier region, mission, management, market.

Надійшло 15.09.2011.

УДК 336.11:658

S. Kuznetsova

THE TOOLS OF QUANTITATIVE FINANCE: ACCOUNTS RECEIVABLE MANAGEMENT

Tools of quantitative finance are formed for receivables management companies. Methods and models for assessing the effectiveness of the use of capital, which engaged in receivables allocated to the development of preventive measures to avert bankruptcy and estimate the closeness to the bankruptcy of companies.

Key words: quantitative finance, valuation of accounts receivable, liabilities, the company's financial liquidity, solvency, bankruptcy, working capital, of collection policy, credit policy.

In the implementation of preventive measures to avert bankruptcy and near bankruptcy for the companies need to conduct a qualitative assessment of the financial situation of companies. An important direction of this assessment is the analysis of efficiency of the involved accounts receivable capital. To ensure this goal, it seems necessary to examine the existing modern tools of quantitative finance to evaluate the activity of accounts receivable management with a view to its improvement.

In reviewing the existing methods and models of active receivables management must proceed from the fact that the priority analysis approach is the approach proposed Distress Predictors School. The essence of this approach is to analyze the activities of firms in order to predict their possible bankruptcy, which involves the development of methodologies and techniques of forecasting bankruptcy. This approach implies a primarily financial stability analysis (strategic dimension), the preference for long-term retrospective analysis. Value accounting is determined solely by its ability to ensure the predictability of a possible bankruptcy leading representatives of the school – E. Altman, A. Vinakorm, Smith [1, p. 56–57].

Among the main areas of financial analysis and solvency analysis produce a credit analysis of business activity and profitability analysis. Consider the