

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОШТОВО-ГЕОГРАФІЧНОГО КЛАСТЕРУ В УКРАЇНІ

Махновська Н.Д., викладач, ОНАЗ
Спільна Н.П., к.е.н., професор, ОНАЗ

У статті розглядається комплекс проблем, пов'язаних з створенням поштово-географічного кластеру в Україні. Проаналізовано діяльність національного оператора поштового зв'язку УДППЗ «Укрпошта». Визначено напрямки бізнес-взаємодії партнерів Укрпошти. Обґрунтована можливість створення поштового кластеру для підвищення ефективності діяльності його учасників.

Ключові слова: поштовий зв'язок, поштовий кластер, бізнес-взаємодія, фінансово-економічний аналіз, УДППЗ «Укрпошта».

ВСТУП

Важливою і актуальною тенденцією сучасного світового економічного розвитку стали процеси економічної кластеризації, які направлені на підвищення конкурентоспроможності економічних суб'єктів на мікро-, мезо- і макрорівнях. Зміст кластеризації полягає у прискоренні економічного розвитку і підвищенні конкурентоспроможності окремих економічних суб'єктів (підприємств, регіонів, країн, окремих територій і міст) шляхом використання переваг суспільного поділу праці і ущільнення їх науково-виробничої взаємодії в результаті утворення так званих кластерних об'єднань. Кластери, які є втіленням складної системи взаємозв'язків між економічними суб'єктами, дозволяють підсилити корисний ефект від підприємницької діяльності і виступають дієвим інструментом організації економіки, контролю економічної діяльності, підвищенню конкурентоспроможності як окремих суб'єктів господарювання, так і регіонів, країн, макроінтеграційних угруповань в цілому.

Поштовий зв'язок відіграє виключно важливу роль у розвитку економіки країни, побудові національної та глобальної інформаційної інфраструктури, прискоренні інтеграційних процесів у світі. Втім, розвиток електронних засобів телекомунікацій, конкуренція з боку комерційних структур, що надають послуги поштового зв'язку, зростання витрат на перевезення й оброблення пошти, зубожіння широких верств населення, відсутність державної підтримки галузі та низка інших факторів призвели до значного падіння поштових потоків, поставили державну пошту України на межу виживання.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Для забезпечення ефективного функціонування та розвитку поштового зв'язку в умовах подальшої лібералізації ринку, поглиблення інтеграції України у світовий поштовий простір, необхідно розв'язувати проблеми, які зараз стоять на шляху розвитку Українського державного підприємства поштового зв'язку (УДППЗ) «Укрпошта» та створювати всі необхідні умови для його конкурентоспроможної діяльності.

В умовах жорстких ринкових відносин важливим чинником виживання поштового зв'язку є стабільність його фінансового стану. Для досягнення стратегічної мети в цих умовах необхідно об'єднати зв'язки УДППЗ «Укрпошта» з іншими організаціями в один бізнес — процес, щоб усі учасники були зацікавлені та приймали участь в процесі надання певних послуг. Проблеми, які стоять зараз на шляху УДППЗ «Укрпошта» можна вирішити шляхом впровадження механізму кластерного об'єднання на основі Укрпошти.

РЕЗУЛЬТАТИ

Інтеграція поштового зв'язку в єдину мережу забезпечує підвищення якості управління, зниження податкового навантаження, можливість диверсифікованого виробництва і ефективне використання надлишкових ресурсів — трудових, технологічних, матеріальних, інформаційних. Єдина система управління є джерелом ефективності надання поштових послуг на території України на підставі використання єдиної поштової мережі, джерелом підвищення національної та міжнародної значущості керівництва підприємства та джерелом реалізації креативних якостей менеджерів на усіх рівнях управління.

УДППЗ «Укрпошта» організована за територіальним принципом: до її складу входять 25 обласних структурних підрозділів — обласних дирекцій поштового зв'язку, дві міські дирекції — Київська та Севастопольська, дирекція з функцій підготовки персоналу — «Зелена Буча», дирекція оброблення та перевезення пошти (ДОПП), дирекція розповсюдження знаків поштової оплати (ДРЗПО), дирекція транспортування поштових відправлень «Автотранспошта».

Обласні та міські дирекції поштового зв'язку створюють єдину національну мережу з надання послуг поштового зв'язку, яка налічує понад 15000 об'єктів різних організаційних форм — міські, сільські, пересувні об'єкти з надання поштових послуг.

Операційна та економічна діяльність кожної дирекції здійснюється на підставі делегованих їй прав та зобов'язань з надання послуг. Кожна дирекція віддзеркалює особливості економічного, соціального, політичного, адміністративного, демографічного розвитку області, в межах якої вона функціонує.

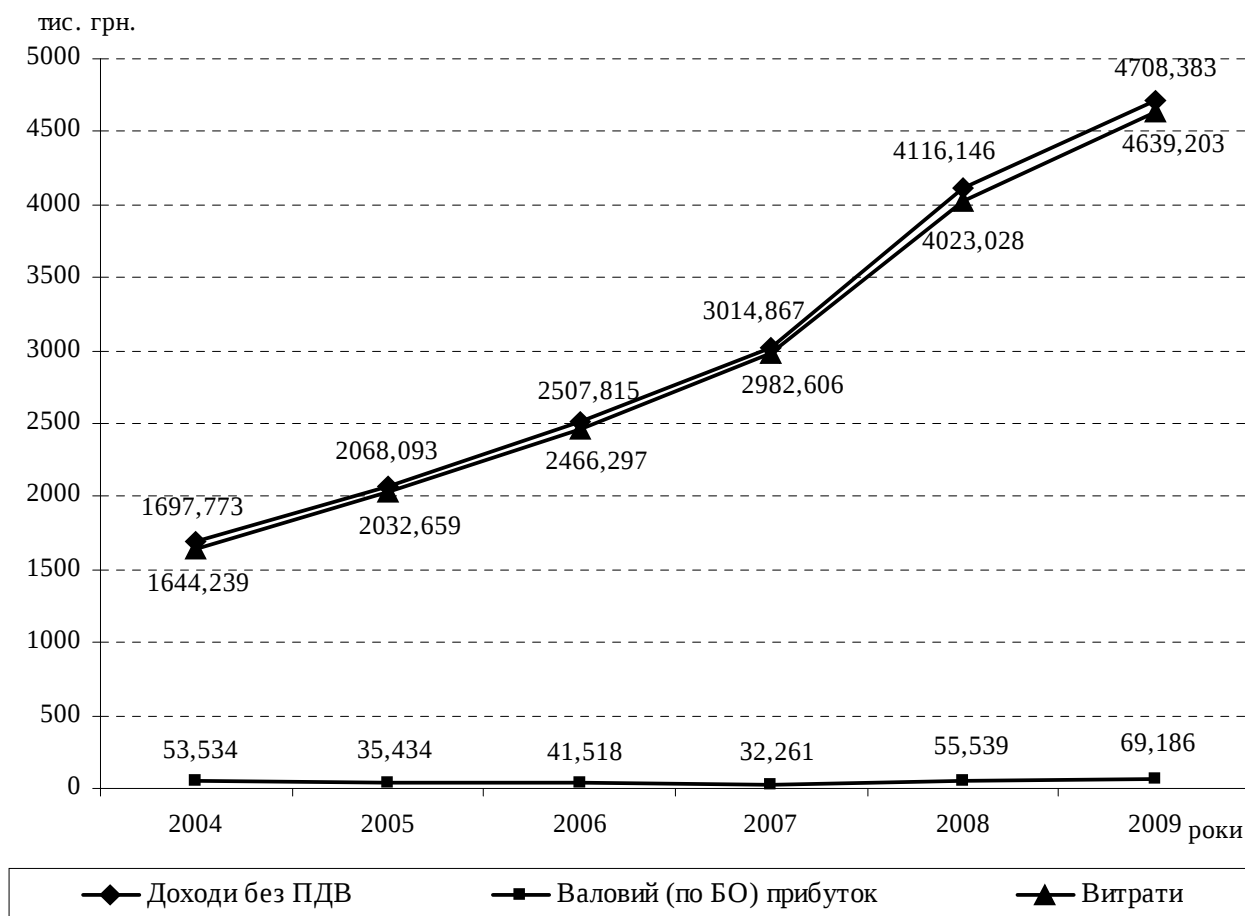


Рис. 1. Основні показники діяльності УДППЗ «Укрпошта» за 2004-2009 рр.

Автори провели економічний та фінансовий аналіз УДППЗ «Укрпошта» за останні роки, на основі показників діяльності наведених на рис. 1. Аналіз основних показників діяльності Укрпошти за 2004-2009 роки, показав, що доходи і витрати підприємства постійно зростають, але темпи зростання витрат вищі ніж темпи зростання доходів. Ця негативна тенденція призводить до зростання собівартості однієї гривні доходів та зниженню рентабельності.

На основі економічного аналізу діяльності УДППЗ «Укрпошта» можна зробити висновок, що всі зусилля необхідно направляти на покращення сучасного стану поштового зв'язку, вивести його на конкурентоспроможне становище. Для цього УДППЗ «Укрпошта» повинна виконати наступні основні завдання:

- активізувати роботу із споживачами в частині збільшення обсягів послуг;
- підвищити рівень платоспроможності філіалів шляхом управління фінансовими ресурсами;
- забезпечити впровадження, супроводження та використання комплексу організаційних і технічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності системи розрахунків за міжнародний поштовий обмін;
- привести договірні тарифи у відповідність до реальних витрат та ринкової вартості цих послуг;
- здійснювати перехід на нову форму обслуговування у малонаселених та віддалених сільських населених пунктах, у відповідності до затвердженої Державної цільової економічної програми розвитку поштового зв'язку на 2009-2013 роки;
- активізувати роботу з приймання міжнародних переказів в іноземній валюті, виплати грошових переказів за міжнародними платіжними системами, електронних повідомлень;
- проводити роботу щодо залучення пенсіонерів до обслуговування у об'єктах поштового зв'язку;
- розширювати співпрацю з direct-маркетинговими компаніями;
- активізувати розвиток дистанційної торгівлі;
- підвищувати імідж підприємства шляхом проведення акцій та конкурсів для клієнтів;
- активізувати роботу з засобами масової інформації щодо інформування громадськості про діяльність УДППЗ «Укрпошта».

Всі ці завдання можуть бути вирішені за більш короткий час та з більшою ефективністю завдяки кластерному підходу, який необхідно впровадити в галузь поштового зв'язку.

Слід відмітити, що особливості географічного розташування, демографічні характеристики — чисельність міського та сільського населення, рівень розвитку промисловості, сільського господарства, підприємництва, фінансової сфери, інфраструктури області впливають на величини доходів та витрат обласних дирекцій.

Наряду із синергетичним ефектом на особливості кожної області діють фактори, які однотипні для будь-якої дирекції. До цих факторів відносяться: єдина система тарифікації послуг поштового зв'язку, єдина фінансова система, єдина економічна та операційна система, єдина технологічна та інформаційна системи. Універсальність діяльності кожної дирекції у складі єдиної мережі можна визначити за допомогою критеріїв ефективності менеджменту. До цих критеріїв можна віднести економічні критерії — доходи, витрати, фінансові результати від діяльності кожної дирекції та усієї мережі. Ці критерії докорінно відрізняються від відомих та на перший погляд простих критеріїв підвищення продуктивності та мінімізації витрат.

Автори пропонують створити ефективну кластерну модель з виділенням координаційного центру для підвищення ефективності бізнес-взаємодії учасників кластеру.

Реалізація запропонованої кластерної структури розвитку економіки країни в цілому повинна забезпечити перехід економіки регіонів та областей на траєкторію розвитку, що характеризується ефективним функціонуванням соціально-економічного комплексу в довготривалій перспективі, економікою, що стійко зростає, стабільними соціальними відносинами.

Доведено, що кластер як умовно стійке утворення широкого кола учасників — інститутів підтримки, виробничих і комерційних структур, постачальників ресурсів, дистриб'юторів, урядів, науково-дослідних установ, громадських організацій — дає синергетичний ефект як власне для себе, так і для кожного учасника окремо та економіки загалом.

Авторське трактування поняття «поштовий кластер» — це об'єднання на добровільних засадах зацікавлених в спільній діяльності підприємств у поштовому зв'язку: компаній, фінансових установ, приватних підприємств, науково-дослідницьких центрів, загальноосвітніх установ та організацій, органів місцевої влади, які будують свою співпрацю на основі принципу партнерства і здібних проявляти себе, як окремий суб'єкт господарювання. Тобто необхідно об'єднати зв'язки УДППЗ «Укрпошта» з іншими організаціями в один бізнес-процес (рис. 2), щоб усі організації були зацікавлені та приймали участь в процесі надання певних послуг. Ціллю створення такого поштового кластеру є реструктуризація економічних відносин для зниження власних витрат та підвищення конкурентоспроможності як окремих його учасників.

Технологічний процес бізнес-взаємодії учасників кластеру, координаційним центром якого є УДППЗ «Укрпошта», наведений нижче:

1. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» та ВАТ «Укртелеком»

УДППЗ «Укрпошта» та ВАТ «Укртелеком», які раніше діяли в рамках єдиного підприємства зв'язку, сьогодні є самостійними суб'єктами господарювання, проте існує нагальна потреба поглиблювати співпрацю, налагоджувати спільний взаємовигідний бізнес. Спільного вирішення потребують питання порядку застосування тарифів на послуги телефонного зв'язку, впорядкування орендних відносин, раціонального використання транспорту, захисту майна та об'єктів зв'язку, підготовки підприємств до сталої роботи в зимовий період. Наприклад: раніше Одеська дирекція УДППЗ «Укрпошта» доставляла рахунки ВАТ «Укртелеком» та мала відповідний додатковий дохід від надання цієї послуги, тому потрібно відновити стосунки з ВАТ «Укртелеком» щодо цієї послуги.

2. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» та банківські установи

У нашій країні, коли сформувалися фінансова і банківська системи, виникла ідея створення національної платіжної системи, що дозволила б перевести значну частину коштів у торгівлі і сфері послуг у безготівкову форму. НБУ затвердив концепцію такої платіжної системи, що одержала назва НСМЕП (національна система масових електронних платежів), і розробив ефективну технологію, засновану на останніх світових досягненнях у цій області.

АКБ «Імексбанк» на базі національної системи масових електронних платежів розвиває наступні проекти: у першу чергу це зарплатні проекти, по яких банк, уклавши договори з різними організаціями про розрахунково-касове обслуговування за допомогою карт НСМЕП, бере на себе турботи по видачі заробітної плати готівкою співробітникам цих організацій через мережу своїх банкоматів і відділень. Паралельно формується інфраструктура, що дозволяє робити різні операції за допомогою платіжних карт. Це банківські і торгові термінали, банкомати. Зараз впритул зайнялися відпрацюванням технології Інтернет-платежів. Але особливо хотілося б відзначити спільний проект з Одеською дирекцією УДППЗ «Укрпошти». Насамперед, треба сказати, що УДППЗ «Укрпошта» поряд з багатьма українськими банками є повноправним членом НСМЕП. На підставі укладеного з банком договору, Одеська дирекція УДППЗ «Укрпошта» буде надавати власникам карт НСМЕП весь перелік банківських послуг: видачу готівки з балансу карти і рахунка, до якого карта прив'язана, завантаження картки готівкою і безготівковим шляхом з рахунка, а також таку послугу, як грошовий переказ (адресний платіж). Причому при наявності комп'ютера, підключеного до Інтернету, і карт-рідера, що подає інформацію з карти, грошовий переказ можна буде виконувати, не виходячи з будинку чи офісу, що дуже зручно. Використовуючи розгалужену мережу відділень УДППЗ «Укрпошти» в одеському регіоні (тільки в Одесі їх біля сімдесяти), можливо максимально наблизити цей сегмент банківських послуг до споживача, створюючи тим самим комфортне «карткове» середовище для клієнтів.

Треба відзначити, що до кризового періоду УДППЗ «Укрпошта» співпрацювала з «Дельта банком» щодо видачі споживчих кредитів, у відділеннях УДППЗ «Укрпошти» можна було отримати декілька видів експрес-кредитів, на суму від однієї до десяти тисяч, на строк від двох місяців до

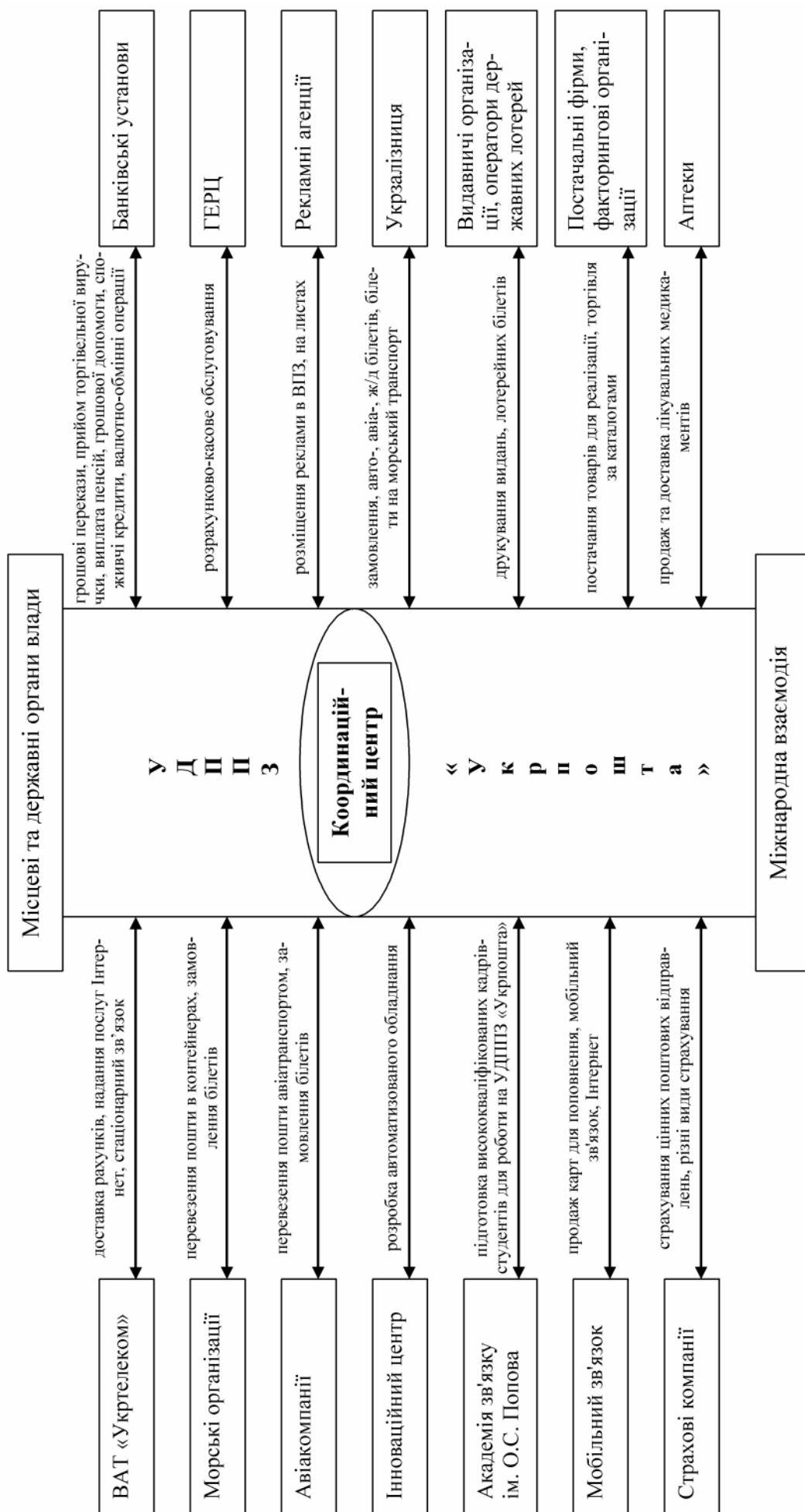


Рис. 2. Бізнес-взаємодія на основі УДППЗ «Укрпошта»

трьох років, причому оформлення кредитів, при наявності необхідних документів для отримання, займе не більше 20 хвилин. У світі досить широко розповсюджений такий підхід об'єднання банків і поштових операторів. Крім того, це дозволить охопити практично все населення України, в тому числі у найвіддаленіших селах, де відсутні фінансові установи. Даний проект також є вигідним для банку, так як для розгортання власної подібної мережі «потрібні були б сотні мільйонів доларів». Отже в теперішній час УДППЗ «Укрпошта» повинна спробувати відновити цей проект як з «Дельта Банком», так і іншими фінансовими установами.

3. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» з Укрзалізницею, авто-, авіа та морським перевізниками

У відділеннях УДППЗ «Укрпошта» запроваджено такий проект як — «Замовлення перевезення пасажирів», який реалізовано під егідою Міністерства транспорту та зв'язку України. Уперше сільські мешканці матимуть змогу дистанційно, не виїжджаючи за межі свого населеного пункту, замовити квитки на літак, потяг чи автобус. Для оформлення замовлення на перевезення автомобільним, залізничним та авіатранспортом через поштове відділення споживач повідомлятиме оператору поштового зв'язку дату поїздки, що планується, пункт відправлення та прибуття, кількість пасажирів тощо. У свою чергу оператор надаватиме пасажирові відомості про можливі варіанти перевезення (номери та назви рейсів, час відправлення та прибуття, вартість квитка, кількість вільних місць та ін.). Після визначення пасажиром варіанта маршруту й оплати поїздки поштовим переказом, оператор бронюватиме необхідну кількість місць та видаватиме споживачеві проїзні документи, які матимуть унікальний електронний код, підтверджуватимуть замовлення перевезення пасажирів та міститимуть характерну для квитка інформацію.

Новий проект, передусім, має соціальне спрямування. Завдяки цьому проекту сільські мешканці зможуть замовляти та отримати за один-три дні, залежно від режиму роботи пошти, не витрачаючи зайві гроші для поїздки до райцентру. Також у вигаді будуть й міські мешканці, адже поштових відділень в Україні більше, ніж білетних кас.

Взаємодія УДППЗ «Укрпошта» з цими організаціями може бути направлена на перевезення поштових відправлень авіа-, залізничним та морським транспортом. Всі ці взаємні послуги будуть підвищувати доходи усіх учасників взаємодії.

4. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» з видавничими організаціями

Однією з послуг, пов'язаною з іншою підприємницькою діяльністю УДППЗ, є торгівля періодичними друкованими виданнями. УДППЗ «Укрпошта» реалізує книги, журнали, газети, співпрацюючи відповідно з організаціями, які надають цей товар. Розміщення в відділеннях поштового зв'язку періодичних видань збільшує її додатковий дохід, а видавничі організації мають змогу використати розгалужену систему поштових відділень для реалізації свого товару. УДППЗ «Укрпошта» співпрацює з такими видавничими організаціями як «Видавництво Ридерз Дайджест», Пізнавально-ігровий журнал «Котя», «Малютко», Дитячі журнали «Ангелятко» та «Ангеляткова наука», Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», Державне підприємство по розповсюдженню періодичних видань «Преса».

Державне підприємство по розповсюдженню періодичних видань «Преса» (ДП «Преса») створене відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 4 січня 1998 року №1 «Про програми реструктуризації об'єднань «Укртелеком» та «Укрпошта»; як непрофільна структура, було виведене з підпорядкування УОПЗ «Укрпошта» і з 10.01.1999 передане до сфери управління Держкомзв'язку України.

ДП «Преса» на сьогоднішній день — це спеціалізоване конкурентоспроможне підприємство, основною метою діяльності якого є організація розповсюдження періодичних видань за передплатою та в роздріб, перш за все газет, журналів, видань журнального типу і книг України, на території нашої країни і за її межами, а також розповсюдження зарубіжних видань та іншої друкованої продукції, зокрема рекламної-інформаційних матеріалів. Одними з основних послуг, які надає ДП «Преса» є організація розповсюдження вітчизняних періодичних видань в роздріб через торговельні мережі та УДППЗ «Укрпошта»; складання і оброблення замовлень на періодичні видання, що надходять від регіональних дирекцій УДППЗ «Укрпошта», агентств, редакцій, торговельних фірм, корпоративних клієнтів, та індивідуальних передплатників та їх передача на адреси.

5. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» та аптеки

З метою підвищення доступності населення України до лікарських засобів, а також покращення епідеміологічного стану, з 2002 року Укрпошта розпочала соціальний проект «Ліки-поштою».

На сьогоднішній день клієнт має змогу замовити необхідні лікарські препарати за єдиним каталогом у відділенні поштового зв'язку, навіть найвіддаленішого куточка країни. Для оформлення замовлення необхідно лише заповнити бланк, та вже протягом тижня замовник отримає медикаменти.

Створення мережі аптекних закладів передбачено Постановою Кабінету Міністрів України від 03.02.2010 р. №81 «Деякі питання створення мережі аптекних закладів УДППЗ «Укрпошта». На виконання Постанови підприємство отримало ліцензію Державної інспекції з контролю якості лікарських засобів на оптову та роздрібну торгівлю лікарськими засобами з 10.02.2010р. №518303. Аптеки створюватимуться на площах об'єктів поштового зв'язку.

Пунктом 4 постанови КМУ передбачено під час доопрацювання Закону України «Про державний бюджет України на 2010 рік» розглянути питання виділення коштів в розмірі 150 млн. грн. для створення мережі аптекних закладів Укрпошти. Із зазначеної суми, 50 млн. грн. планується витратити на приведення приміщень об'єктів поштового зв'язку до вимог Правил торгівлі лікарськими засобами,

затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 17.11.2004р. №1570; 100 млн. грн. — на закупівлю лікарських засобів (за діючим законодавством зазначене можливо здійснити лише на умовах попередньої оплати).

Програмою передбачено створення мережі з 500 аптек в районних центрах та містах, а доставку лікарських засобів на замовлення споживачів забезпечуватимуть понад 15 000 відділень поштового зв'язку.

Таким чином, УДППЗ «Укрпошта» завдяки своїм відділенням, забезпечує доставку медикаментів по всій Україні.

6. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» та страхових компаній

На даний час УДППЗ «Укрпошта» взаємодіє з такими страховими компаніями як «ВАТ УСК Джералі Гарант», компанія «Основа», страхова компанія «Провідна» і може збільшувати перелік страхових компаній. Таким чином клієнти мають змогу купувати страховку в відділеннях поштового зв'язку, а також страхувати цінні поштові перекази.

7. Співпраця УДППЗ «Укрпошта» та постачальники і рекламні фірми

В цьому пункті маємо на увазі торгівлю товарами та продуктами чи товарами на комісію, отриманими від постачальників. УДППЗ «Укрпошта» отримує додатковий прибуток від співпраці з фірмами-постачальниками. Що стосується рекламної компанії, то реклама розміщується у відділеннях зв'язку чи на поштових конвертах. Мінімальний термін розміщення реклами — 1 місяць.

Переваги реклами у відділеннях поштового зв'язку:

- доступні тарифи та гнучка система знижок для рекламодавців;
- розміщення у поштових відділеннях з найбільшим потоком відвідувачів;
- розміщення у доступних для клієнтів місцях;
- постійний контроль за станом рекламних матеріалів.

8. Міжнародна співпраця УДППЗ «Укрпошта»

УДППЗ «Укрпошта» бере активну участь в роботі міжнародних організацій:

Всесвітнього поштового союзу (ВПС), Регіональної співдружності в галузі зв'язку (країни СНД), а також входить до складу Асоціації поштових операторів Європи «PostEurop». Українська пошта співпрацює з поштовими адміністраціями країн-членів Всесвітнього поштового союзу і здійснює прямий поштовий обмін з 64 країнами світу; двосторонній обмін поштовими переказами з 14 країнами, односторонній — з 6 країнами, обмін відправлень з післяплатою — з 10 країнами.

20 жовтня 2009 р. відбулася офіційна зустріч між генеральним директором УДППЗ «Укрпошта» та генеральним директором Італійської пошти з питань розширення співробітництва між обома поштовими підприємствами. Під час зустрічі Генеральних директорів було наголошено на бажанні обох підприємств розширювати двостороннє співробітництво в галузі надання традиційних поштових та сучасних електронних послуг. На першому етапі це може бути співробітництво в галузі пересилання електронних грошових переказів в системі міжнародних платежів «Єврожиро» (УДППЗ «Укрпошта» завершує процес приєднання до цієї системи) та пересилання міжнародних посилок за більш дешевими тарифами (нині вартість пересилання посилок із Італії в Україну через поштову мережу є значно вищою, ніж у конкурентів). Таким чином, українці, що працюють в Італії (а їх налічується понад 200 тис. осіб), отримають змогу пересилати гроші та посилки своїм рідним через розгалужену мережу поштових відділень за доступними тарифами та з високою якістю. Можна резюмувати, що спільно з Поштою Італії УДППЗ «Укрпошта» розробляє відповідні програми, які в майбутньому дадуть можливість розширити співробітництво в інших видах діяльності.

З 1 червня 2007 року УДППЗ «Укрпошта» запровадила послугу з виплати грошових переказів, відправлених за міжнародною платіжною системою MoneyGram згідно з підписаним Договором про міжнародні грошові перекази між компанією MoneyGram та Українським державним підприємством поштового зв'язку «Укрпошта».

Згідно з підписаною Додатковою угодою №1 до Договору про міжнародні грошові перекази між компанією MoneyGram та УДППЗ «Укрпошта» з 20 травня 2009 року виплата грошових переказів здійснюється у об'єктах поштового зв'язку і у євро. Для одержання грошового переказу MoneyGram одержувач, який звернувся до об'єкта поштового зв'язку, має бути проінформований відправником про суму грошового переказу, довідковий (реєстраційний) 8-значний номер переказу та, за наявності контрольного запитання, про відповідь на нього.

Послуга з виплати переказів за системою «Western Union» надається з січня 2002 р. в гривні, а з травня 2007р. — в гривні та в доларах США. Послугу впроваджено згідно з підписаним Договором про співробітництво між агентом «Вестерн Юніон» — ВАТ «Райффайзен Банк Аваль» та субагентом УДППЗ «Укрпошта». Згідно з підписаною Додатковою угодою №2 до Договору про співробітництво між агентом «Western Union» — ВАТ «Райффайзен Банк Аваль» та субагентом УДППЗ «Укрпошта» з 1 серпня 2009 року виплата грошових переказів здійснюється у об'єктах поштового зв'язку і у євро.

З 1 січня 2009 року УДППЗ «Укрпошта» запровадила послугу з виплати грошових переказів BLIZKO. Послугу впроваджено згідно з підписаним Договором по здійсненню грошових переказів BLIZKO між ВАТ АКБ «Связь-Банк» та УДППЗ «Укрпошта».

Виплата грошових переказів здійснюється в доларах США та в євро у об'єктах поштового зв'язку особисто адресатам, в окремих випадках третій особі (за довіреністю).

Отже взаємовигідне співробітництво УДППЗ «Укрпошта» з іншими організаціями має дати позитивні та ефективні зрушення в діяльності поштового зв'язку на території регіонів та країни в цілому. Створення бізнес-взаємодії у поштовому кластері повинно входити до пріоритетних стратегічних цілей УДППЗ «Укрпошта». Але треба зазначити, що в даній моделі зв'язки направлені тільки в двосторонній направленості, тобто від УДППЗ «Укрпошта» до кожного з учасників бізнес-взаємодії.

Прикладом взаємодії підприємств у поштовому кластері є послуга «Ліки поштою».

Технологічний процес реалізації послуги поділений на блоки, де кожний учасник виконує свою роль, частину процесу. Можна зробити висновок що, кластер забезпечує матеріальний, фінансовий та інформаційний потік, що є складовими логістичного потоку. На рис. 3 зобразимо схематично дебіторську та кредиторську заборгованість між учасниками кластеру при реалізації процесу надання послуги «Ліки-поштою».

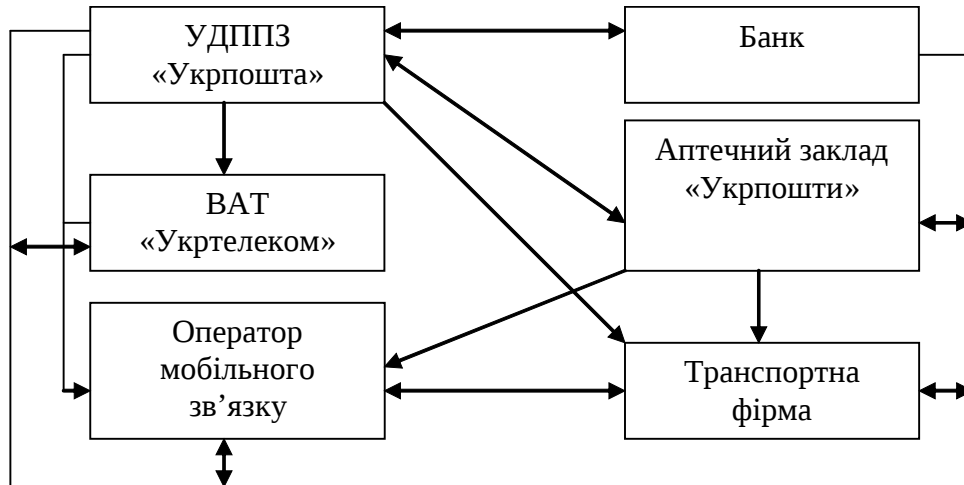


Рис. 3. Дебіторська та кредиторська заборгованість між учасниками кластеру при наданні послуги «Ліки — поштою»

Якщо стрілка одностороння, то це означає, що учасник, на якого направлена стрілка, буде мати дебіторську заборгованість перед тим учасником. Якщо ж стрілка двостороння, то між учасниками виникає кредиторсько-дебіторська заборгованість при наданні послуги.

Таких прикладів надання послуг учасниками кластеру можна привести багато, але всі вони свідчать про ефективну бізнес-взаємодію, яка забезпечує зниження витрат та підвищення економічних показників кожного учасника.

Після того як потенційні учасники забажають вступити до кластерного об'єднання, важливим етапом буде налагодження кластерних зв'язків (КЗ) між ними. КЗ є одним з найважливіших шляхів гнучкого пристосування підприємства до трансформацій системи господарювання та необхідною умовою для створення організаційно-економічних передумов забезпечення сталого економічного зростання регіонів та країни в цілому.

ВИСНОВКИ

Автор вважає, що застосування кластерного підходу до галузі поштового зв'язку дає реальну змогу поліпшення фінансово-економічних показників діяльності, підвищення рівня конкурентоспроможності галузі поштового зв'язку на території регіонів та країни в цілому. При цьому державі не обов'язково робити великі грошові вливання у цей процес. Фінансування потребують наукові установи та громадські організації, які займаються дослідженнями. Послідовність об'єднання бізнес-партнерів УДППЗ «Укрпошта» піддається геометричній інтерпретації і може бути представлена у вигляді мультиграфа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про поштовий зв'язок» від 10 січня 2002 року.
2. Третьяк В.П. Кластеры предприятий: пути создания и результативность функционирования: [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: www.subcontract.ru.
3. Державна цільова економічна програма «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009-2013 рр., затверджена постановою КМ України від 14 травня 2008 р. №447.
4. Махновська Н.Д. Перспективи розвитку інтегрованих корпоративних структур в поштовому зв'язку / Спільна Н.П. // Збірник наукових праць. Науковий вісник (Чернівці) — 2009. — випуск 4(17). — С. 162-167.
5. Асланов М.А. Системный анализ и принятие решений в деятельности учреждений реального сектора экономики, связи и транспорта / М.А. Асланов, В.В. Кузнецов, Ю.Н. Макаров, А.А. Мальчевский, А.Ю. Шатраков. / Под ред. В.В. Кузнецова. — Москва: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010. — 406 с.
6. <http://www.ukrposhta.com>
7. <http://www.ukrpost.od.ua>