

Гаркуша І.Р., бакалавр, Шкода М.С., к.е.н., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ОСНОВІ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Анотація. У статті проаналізовані можливості становлення роботи суб'єктів малого підприємництва в контексті функціонування об'єднань та обґрунтовано можливості досягнення допоміжних ефектів. Запропоновано рекомендації по збільшенню конкурентоспроможності суб'єкта малого бізнесу на базі прогнозування його становлення в умовах об'єднання. В даний момент в національній економіці створилися такі обставини, які не сприяють ефективному розвитку підприємницької роботи. У розвинених державах до забезпечення стабільності широко приєднуються малі підприємства, що дозволяє більш активно вирішувати труднощі відтворювального характеру.

Ключові слова: малий бізнес; зовнішнє середовище; кластер; суб'єкт господарювання; функціонування малих підприємств.

Гаркуша И.Р., бакалавр, Шкода М.С. к.е.н., доц.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

КЛАСТЕРИЗАЦИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГА

Аннотация. В статье проанализированы возможности становления работы субъектов малого предпринимательства в контексте функционирования объединений и обоснованы возможности достижения вспомогательных эффектов. Предложены рекомендации по увеличению конкурентоспособности субъекта малого бизнеса на базе прогнозирования его становления в условиях объединения. В данный момент в национальной экономике создались такие обстоятельства, не способствующие эффективному развитию предпринимательской деятельности. В развитых государствах к обеспечению стабильности широко присоединяются малые предприятия, что позволяет более активно решать проблемы воспроизводственного характера.

Ключевые слова: малый бизнес; внешняя среда; кластер; субъект хозяйствования; функционирования малых предприятий.

Harkusha I., Shkoda M.

Kyiv National University of Technologies and Design

CLASSIFICATION OF SUBSIDIARIES OF A SMALL BUSINESS BASED ON FRANCHISING

Abstract. The article analyzes the possibilities of becoming small business entities in the context of the functioning of associations and the possibilities of achieving the auxiliary effects. Recommendations on increase of competitiveness of the subject of small business on the basis of forecasting of its formation in the conditions of association are offered. Currently, the national economy has created such circumstances that do not contribute to the effective development of entrepreneurial work. In developed countries, small enterprises are widely joined to ensure the stability, which allows more actively to solve the difficulties of reproductive nature.

Keywords: small business; environment; cluster; business entity; operation of small enterprises.

Постановка проблеми. Функціонування суб'єктів малого підприємництва в Україні відбувається в умовах нестабільної зовнішньої середовища, власне що викликає величезну чисельність ризиків, пов'язаних з низьким рівнем передбачуваності змін

даного середовища. Для збільшення ймовірності досягнення позитивних підсумків роботи підприємства бажають максимально застосувати наявний потенціал та здібності, що формуються у зовнішньому середовищі. Виходячи з цього виникає необхідність створення дієвих механізмів, що сприяють досягненню максимальної продуктивності роботи даних суб'єктів підприємницької роботи.

Аналіз останніх досліджень. Дані механізми можуть бути орієнтовані на активізацію застосування як внутрішніх можливостей, так і зовнішніх, які поки що або ж на більше тривалу перспективу створюються в навколишньому середовищі. Створення додаткових переваг суб'єкти господарювання можуть створювати методом використання франчайзингу, тобто інструменту, який дозволяє застосувати ідеї, відмінно показали себе в господарській практиці, та дають справжні видатні якості та переваги при втіленні в життя певного виду роботи. Для посилення наявних внутрішніх можливостей суб'єкти малого бізнесу можуть робити об'єднання територіально найближчих малих компаній, які мають спільну територію, приблизно тотожне коло клієнтів, різні потреби яких в окремо або ж в сукупності можуть задовольняти продукція, послуги або ж пропозиції, пропонують ці суб'єктів господарювання. Ймовірну вигоду має можливість збільшити можливість дієво застосувати найкращі переваги об'єднання зусиль по просуванню власного бізнесу в частині дієвого забезпечення поточних і перспективних потреб, реклами, транспортних послуг, ремонту та сервісу приміщень. Труднощі становлення і ефективного функціонування малого бізнесу досить актуальні, внаслідок того що стосуються осіб, які на особистий ризик втілять в життя підприємницьку роботу. Тому ці питання перебувають у центрі уваги достатньо великий проміжок часу та не втрачають актуальності. Так, питанням розвитку підприємництва приділено увагу такими ученими та практиками, як А.О. Сергачова, Ю.Г. Козак, І.О. Уханова, О.О. Сукач, О.В. Сулим, О.А. Єрмакова, Д.М. Бурлаченко, Ю. Козк, І. Ушанова, О. Сукач, О. Сулім, О. Єрмакова, Д. Буроаченко, Н.А. Крахмальова, Л.І. Катан, О.В. Зубко, В.М. Пітерська, О.Г. Булуй, Л.М. Ганущак-Єфіменко, Т.І. Міхеєва, Ю.О. Ніколаєв, І.Ф. Примаченко, Б.М. Злотенко, Д.М. Васильківський, М.П. Войнаренко, В.М. Нижник, Л.П. Хмелевська, О.М. Костюк [1–12], а також урядом, який приймає рішення, спрямовані на поліпшення умов забезпечення функціонування малого бізнесу. Проте досі не зовсім чітко визначено кроки, які має зробити підприємство, щоб більш-менш упевнено почувати себе в умовах мінливого середовища та просуватися до досягнення своїх стратегічних цілей.

Мета статті: полягає у аналізі кластеризації суб'єктів малого підприємництва на основі франчайзингу.

Виклад основного матеріалу. В умовах занепаду державної економіки дуже актуальною є проблема дієвого становлення і функціонування малого бізнесу як 1-го з провідних стабілізуючих частин фінансової системи держави. У подібній складній історії потрібно шукати нові форми співпраці суб'єктів господарювання, зокрема суб'єктів малого підприємництва, дієво сприяючи просуванню нововведень всякого вигляду: організаційних, технічних, технологічних та інших, а ще зміцненню досягнутих позицій на ринку, власне що сприяє прогресивності становлення цих компаній і гарантує покупців передовими продукцією і пропозиціями. Однією з цих форм дієвої співпраці вважається франчайзинг. Франчайзинг вважається комерційною інновацією, яка сприяє швидкому ефективному просуванню новітніх підприємницьких ідей, але в нашій країні ще не набула масштабного застосування. Для інтенсивного використання цього інструменту в домашньої роботи бізнесменів потрібно чітко уявляти пристрій такого співробітництва, реалістично оцінювати мотиви й інтереси сторін, ефективність співпраці, розглядати всілякі варіанти франчайзингової роботи в залежності від зміни зовнішніх і особистих ймовірностей суб'єктів господарювання, що

беруть участь в операції. Ця попередня оцінка інших різновидів співпраці, їх продуктивності, ймовірних результатів реалізації та становлення франчайзингових схем дозволяє довести вибір більш прийняттого варіанту, брати до уваги вплив ризиків, які виникають в умовах нестабільної зовнішнього середовища, а ще в міру реалізації франчайзингового плану. Провідними причинами, стримуючими становлення франчайзингу між суб'єктів малого бізнесу в Україні, вважаються: недоступність методичних призначень по втіленню в життя франчайзингових схем, дефіцитність професійних навичок і здібностей роботи в конкурентному середовищі, а ще недоступність ґрунтовних своєрідних професійних знань в сфері маркетингу. Як демонструє практика, питання техніко-економічного обґрунтування франчайзингового плану для суб'єкта малого підприємництва вимагає зваженого підходу й особливого інтересу до всіх компонентів такого співробітництва. Також потрібно позначити, власне що при ухваленні рішення про ймовірну співпрацю майбутнього франчайзі з допускаються франчайзером є конкретний рівень необґрунтованої довіри. Крім того, для підприємця сума коштів, інвестованих в подібний план, в більшості випадків вважається значущою, а ще ліквідує ймовірність адресувати ці засоби на інші проекти, які в можливості також можуть бути дуже прибутковими та цікавішими. Втрата вкладених коштів у разі програшу має можливість зупинити роботу та зникнути, тобто руйнування суб'єкта малого підприємництва. В наслідок цього виникає необхідність в обґрунтуванні цих операцій, розробці методичних підходів до побудови франчайзингових відносин, що сприяють ухваленню франчайзі, тобто суб'єктом малого бізнесу, максимально зважених обґрунтованих висновків як на рубежі створення франчайзингової підприємницької схеми, наприклад і в процесі її функціонування.

При формуванні підприємства для застосування франчайзингової схеми або ж співробітництва на базі франчайзингу суб'єктів господарювання, які вже спрацьовують, перед ними з'являється ряд питань, які вважаються головними при прийнятті рішення. До цих завдань відносяться: розмір суми коштів, що інвестуються термін їх повернення і ймовірна вигода в разі гарної співпраці або ж розмір збитків в разі, в разі якщо план виявиться недоцільним як на стадії опрацювання, наприклад і на стадії функціонування. При цьому потрібно виходити з припущення, власне що власник підприємства зробив обґрунтований крок і здійснив вибір певної сфери роботи виходячи з власних уподобань, а ще взяв до відома інші наявні або ж дешеві йому здатності диверсифікації бізнесу з метою зниження ризиків. Як і при реалізації будь-якого плану, оцінка здійсненності франчайзингової схеми ґрунтується на минулому проведенні ряду експертиз, пов'язаних з визначенням можливості реалізації франчайзингового плану, оцінці його продуктивності, а ще інших характеристик, на базі яких має можливість бути прийнято остаточний висновок про початок комерційної співпраці 2-ох або ж групи суб'єктів господарювання. Для оцінки продуктивності франчайзингової схеми потрібно кваліфікувати головні складові для розрахунку планованої вигоди за наданою підприємницькою схемою, а ще терміну окупності проекту втілення франчайзингу. Цими компонентами вважаються, перш за все, розміри планованих прибутків і витрат, пов'язаних з перетворенням у життя франчайзингового співробітництва. Для планування грошових потоків доходів необхідно враховувати організаційні й технічні моменти франчайзингового проекту, пов'язані з його здійсненням, зокрема використовувані маркетингові технології, що підвищують ефективність роботи потенційного франчайзі. Ця сторона бізнесу більшою мірою залежить від франчайзера, ефективності його бізнес-схеми. У структурі операції франчайзингу кожна складова цього процесу несе власне смислове і вартісне (компенсаційне) навантаження. Так, важливою компонентою в розрахунках ефективності схеми є не тільки величина, але і структура франчайзингових платежів,

які певною мірою впливають на величину витрат щодо фінансування проекту. Необхідне ретельне обґрунтування всіх компонент розрахунку для обґрунтування кількісних і підвищення якісних характеристик функціонування франчайзингової схеми відносин. Кількісні характеристики франчайзингового проекту базуються на показниках потоків доходів і витрат, прибутку тощо. До якісних характеристик франчайзингу можна віднести: дотримання еталонних (фірмових) параметрів фірмового продукту або послуги, забезпечення своєчасного їх надання, урахування регіональних особливостей надання продукту або послуги, диференціацію продукції та послуг із різних цінових категорій, споживачів тощо. У цьому плані важливим є з'ясування потенційними франчайзі суті й ефективності франчайзингу. Не можна не відзначити основних переваги застосування франчайзингових бізнес-відносин – це використання досвіду і відпрацьованих методів ведення підприємницької діяльності франчайзера, репутації франчайзера, ефекту масштабу в рекламній і закупівельній діяльності. У даний час в Україні відносини франчайзингу будуються на основі трьох основних догів – комерційної концесії, ліцензійного договору, договору купівлі-продажу. У Цивільному кодексі України щодо цих понять немає достатньо чіткого трактування, в інших нормативних документах також не встановлено чітких меж щодо застосування правових рамок для найбільш важливих аспектів співпраці потенційних партнерів, наприклад, у частині настання відповідальності франчайзера в разі неефективності використання бізнес-ідеї останнього, внаслідок чого франчайзі може зазнати збитків, а також безповоротно може бути погана ділова репутація підприємця, що розпочинає свою діяльність, оскільки не виключена вірогідність невиконання визначених договором фінансових зобов'язань у разі виникнення різних обставин негативного характеру, а також банкрутства. Для економіки нашої країни величезну увагу становлять ціннісна орієнтація кожного суб'єкта господарювання і цілі, які він ставить перед собою. Ці можливості буквально без значних додаткових зусиль та інвестицій коштів членів з'являються в об'єднаннях кластерного типу. Кластер як конфігурація організації роботи компаній виділяє ймовірність будь-якого суб'єкта господарювання більше дієво застосувати наявні в неї ресурси і здібності, а ще на взаємовигідній основі зацікавити до власної роботи і дуже максимально дієво застосувати ресурси і здібності інших суб'єктів господарювання. Функціонування кластерів містить ряд індивідуальностей, викликаних специфічними механізмами їх організації, становлення, поточної і перспективної роботи. Видатні якості кластерів значимо збільшуються при використанні франчайзингу. Якраз франчайзинг дозволяє використовувати більш нинішній та високоефективний стратегічний ресурс – інтелектуальний потенціал. Впровадження розумового потенціалу має можливість володіти картина застосування досвіду, управлінських та інших технологій, передача певної поточної інформації і в цілому стратегічної інформаційної бази, а ще інших, потрібних для членів кластера знань. Ключовий високоякісної конкурентоспроможним плюсом формування кластера вважається створення сприятливих умов для функціонування будь-якого члена кластера на базі гармонізації інтересів будь-якого суб'єкта такого об'єднання. Цим чином, кластер вважається об'єднанням суб'єктів господарювання суміжного (або взаємодоповнююче) вдачі, взаємно сприяють піднесенню конкурентоспроможності продукції або ж пропозицій або ж їх просуванню до покупця. Наочно створення кластеру як неформального об'єднання компаній різної форми власності та масштабів, пов'язаних між собою виробничо-комерційними інтересами, які здійснюють взаємодію один з одним в рамках створення додаткової вартості певного вигляду продукції або ж пропозицій, проілюстровано на рис. 1. Зачинателями реалізації планів вважається, як правило, фірми, які сприяють просуванню продукції до покупця.

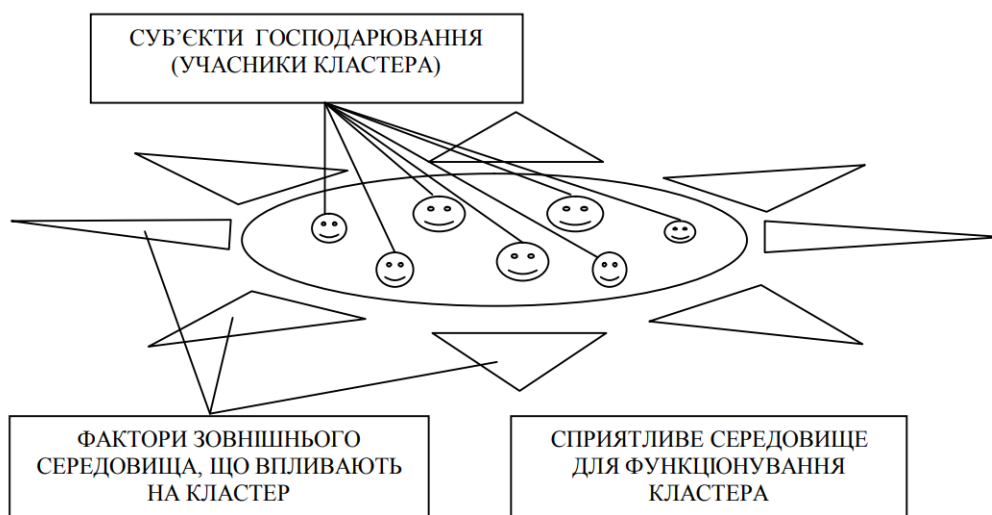


Рис. 1. Умови формування кластера малих підприємств

Основна ідея формування кластера полягає в гармонізації інтересів учасників кластера і створенні додаткових матеріальних і нематеріальних стимулів для ефективного функціонування і розвитку всіх суб'єктів, які в нього входять. Певною мірою такі додаткові ефекти можна віднести до переваг, які дає аутсорсинг, що дозволяє задіяти для функціонування і розвитку зовнішні ресурси, проте в кластері ці переваги мають більш реальну основу, підкріплену спільністю інтересів територіального, виробничого й організаційного характеру. У цьому випадку кожна компанія-учасник кластера дістає додаткову можливість підтримки і розвитку головних стратегічних напрямів діяльності, ефективнішого використання своїх ресурсів, що становлять основу конкретного бізнесу. Кластер малих підприємств є, як правило, неформальним об'єднанням підприємств різних форм і масштабу, які можуть бути пов'язані виробничо-комерційними інтересами. У результаті ефективної взаємодії такого об'єднання суб'єктів господарювання створюється додаткова цінність, яка забезпечує формування додаткових конкурентних переваг підприємств-учасників кластера, що може істотно вплинути на конкурентоспроможність продукції, товарів і послуг, які надаються клієнтам. У даному випадку конкурентоспроможність підприємства – це здатність об'єкта задовольнити конкретну потребу, ступінь наближення його в цьому плані до рівня кращих аналогічних об'єктів, які діють на цьому ринку. Конкурентні переваги, у свою чергу, характеризують ексклюзивні здібності, якості, якими володіє цей суб'єкт, що дає йому переваги порівняно з конкурентами.

Кластерні об'єднання дозволяють найбільш ефективно здійснювати процеси новаторського характеру: виробляти інноваційну продукцію, модернізувати вже існуючу; використовувати інноваційні технології, нову техніку, впроваджувати нові чи вдосконалювати існуючі системи організації виробництва та праці, організовувати ефективні схеми просування продукції чи послуг на нові чи вже освоєні ринки тощо. Об'єднання в кластери дозволяє формувати специфічний економічний простір із певним бізнес-кліматом, що сприяє розширенню можливостей суб'єктів господарювання в частині більш ефективного використання фінансових, трудових, матеріальних інформаційних та інших видів ресурсів. Це дозволяє не тільки підвищити віддачу від їх використання, але і суттєво знизити ризики підприємницької діяльності. На ринку конкурують уже не окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої витрати завдяки спільній технологічній, технічній, організаційно-управлінській

кооперації. Членство в кластері означає для підприємства: більш широкий доступ до спеціальної інформації; можливості випуску продукції чи надання послуг з перспективою виходу на світові ринки; залучення капіталовкладень для поліпшення якості продукції та посилення конкурентних переваг; доступ до юридичних консультацій щодо реєстрації торгових марок, можливість набуття персоналом більш високого рівня професійних знань та навичок стратегічного мислення. Крім того, підприємства в кластері можуть більш ефективно поділяти ризики, використовувати не тільки ефекти масштабу, а й ефекти різноманіття, доручати окремі ланки ланцюгу цінності зовнішнім підрядникам, тобто використовувати аутсорсинг тощо. Для національної економіки кластеризація є одним із шляхів, що може сприяти більш швидкому й ефективному просуванню до створення економічних відносин сучасного світового рівня, розбудови економіки та підтримки її на належному рівні при вступі до світових інтеграційних систем, зокрема зон вільної торгівлі із країнами СНД та об'єднаної Європи. Слід відзначити, що ефект кластера створюється завдяки синергетичному ефекту. Синергетичний ефект надає зростання ефективності діяльності в результаті інтеграції, злиття окремих частин у єдину систему за рахунок системного ефекту. Синергетичний ефект надає можливість вирішити проблеми взаємозв'язку між різними видами діяльності одного чи декількох суб'єктів господарювання, щоб досягти більш високих результатів, ніж при автономній діяльності за кожним видом діяльності чи діяльності кожного підприємства, яке діє у визначеній групі підприємств. Дія синергетичного ефекту спрямована на якісну зміну всієї системи, структури та механізмів взаємодії її елементів. Унаслідок цих змін відбувається зростання кількісних та якісних показників функціонування. Можливості розвитку кожного сучасного підприємства визначаються ефективністю його функціонування в обраній сфері діяльності. Ефективність функціонування підприємства досягається за рахунок раціонального витрачання ресурсів, використання наявного потенціалу, надійної роботи постачальників, а також сприятливого зовнішнього середовища, яке впливає на процес здійснення діяльності та результати, що досягаються підприємством тощо.

Як відомо, в своїй діяльності підприємство постійно вступає у взаємодію з іншими суб'єктами господарювання, що забезпечують цей суб'єкт господарювання різними видами ресурсів для досягнення надалі позитивних результатів. Крім того, підприємство має різні контакти з іншими суб'єктами – організаціями й установами, що гарантують коректний правовий супровід, своєчасне отримання якісної інформації, необхідної для ефективної підприємницької діяльності, а також такими організаціями та установами, що здійснюють контрольні функції щодо діяльності підприємства. Наявність такого різноманіття зв'язків істотно збільшує як можливості підприємства, так і ризики його функціонування, особливо у сферах підприємницької діяльності з високою швидкістю змін. Унаслідок цього кожне підприємство прагне максимізувати ті можливості, які виникають при здійсненні власної діяльності в рамках сумісного функціонування всіх суб'єктів господарювання, установ і організацій, задіяних у забезпеченні нормальною, тобто такою, що має позитивні підсумки, роботою суб'єкта господарювання. Дана структурно-логічна схема надає наочне уявлення про формування можливостей та потенційних конкурентних переваг у рамках кластера. Слід зазначити, що додати собі переваг мале підприємство може на будь-якому етапі функціонування в кластері. Суб'єкт господарювання в цьому разі набуває більшої стійкості та нарощує загальний потенціал функціонування і зростання. Зокрема, це стосується використання франчайзингових відносин, які надають додаткові можливості в процесі функціонування підприємства.

Питання ефективного використання наявних можливостей досить часто розглядаються дослідниками, проте проблема стабільного досягнення максимально

можливих результатів у конкретних умовах господарювання, які формуються внаслідок наявності певного стану зовнішнього і внутрішнього середовища, розглянуті недостатньо глибоко, мають загальний характер і, як правило, не зважають на специфіку діяльності суб'єктів господарювання. Особливо це стосується максимізації ефекту, отриманого суб'єктом господарювання, виходячи з фази і стадії життєвого циклу такого суб'єкта господарювання або сукупності суб'єктів господарювання, задіяних у процесі створення, виробництва і реалізації продукції або послуги. У цьому відношенні для суб'єкта господарювання завжди становитиме інтерес можливість моделювання своїх дій або побудови планів подальшої ефективної співпраці з партнерами, клієнтами, організаціями й установами, задіяними у формуванні ефективної підприємницької діяльності. У даному випадку можна розглядати загальну систему управління видами діяльності суб'єктів господарювання, включених у процес створення, виробництва або просування до споживача продукції або послуги, використання фінансових ресурсів, інших можливостей, наявних у суб'єкта господарювання.

Висновки. Кожне мале підприємство має потенційні можливості розвитку. Додати собі ваги, використати існуючі переваги та створити нові можливості мале підприємство може в рамках кластерів, тобто добровільних утворень – об'єднань малих (також і великих із малими) суб'єктів господарювання на взаємовигідних умовах. Саме підприємство на будь-якій стадії свого розвитку може залучити франчайзингові схеми до створення нових конкурентних переваг, підвищення ефективності діяльності та нарощування свого потенціалу. Отже, кожне мале підприємство може суттєво розширити свої можливості, якщо діятиме спільно з іншими, які, у свою чергу, можуть збагатити це підприємство за рахунок використання їх можливостей у частині різних факторів виробництва. Такі спільні дії надають можливість отримати додаткові конкурентні переваги та посісти гідне місце на відповідному ринку чи його вагомому сегменті, поліпшити результати функціонування, забезпечити створення стратегічних можливостей подальшого розвитку такого суб'єкта господарювання, а також посилити стратегічні перспективи всієї групи підприємств – учасників кластерного об'єднання.

Список використаної літератури

1. Сергачова А. О. Кластерні засади управління підприємствами на сучасному етапі розвитку / А. О. Сергачова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. – 2018. – № 3 (123). – С. 79–89.
2. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник / Ю. Г. Козак, Є. В. Савельєв та інш.; ред. Ю. Г. Козак. – 6-е вид., перероб. та доп.. – К.: ЦУЛ, 2019. – 292 с.
3. Крахмальова Н. А. Франчайзинг як форма розвитку підприємництва соціально вразливих верств населення / Н. А. Крахмальова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. – 2018. – № 3 (123). – С. 57–67.
4. Катан Л. І. Формування кластерної політики в економіко-екологічному забезпеченні діяльності підприємств галузі рибництва [Електронний ресурс] / Л. І. Катан, О. В. Зубко // Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітні аспекти: зб. наук. праць за матеріалами 2-ої Всеукраїн. наук.-практ. конф. (29–30 березня 2018 р., НМетАУ). – Дніпро: НМетАУ, 2018. – С. 486–489. – Режим доступу: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/314>.
5. Пітерська В. М. Методологічні основи кластерного підходу в інноваційних проектах / В. М. Пітерська // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами = Bulletin of

- the National Technical University "KhPI". Series: Strategic management, portfolio, program and project management: зб. наук. пр. НТУ "ХПІ". – 2018. – № 2 (1278). – С. 38–44.
6. Булуй О. Г. Кластери як інструмент розвитку органічного виробництва / О. Г. Булуй // Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. доп. учасн. VI Міжнар. наук.-практ. конф. – Житомир: О. О. Євенок, 2018. – С. 529–534.
7. Ганущак-Єфіменко Л. М. Розробка інноваційної наукомісткої продукції і асортиментна політика підприємств легкої промисловості / Л. М. Ганущак-Єфіменко, Т. І. Міхеєва // Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні: зб. ст. за матеріалами II-ої Всеукр. наук.-практ. конф. (29 березня 2018 р., м. Київ). – К.: КНУТД, 2018. – С. 119–127.
8. Добробут націй в умовах глобальної нестабільності : зб. наук. праць Восьмої міжнар. наук.-практ. конф. / ОНУ ім. І.І. Мечникова, Програма ім. Жана Моне; за заг. ред. С. О. Якубовського, І. М. Ломачинської. – Одеса: Одесский нац. ун-т, 2018.
9. Ганущак-Єфіменко Л. М. Аналіз системних властивостей галузевих кластерів у контексті розвитку урбаністичної інфраструктури / Л. М. Ганущак-Єфіменко, Б. М. Злотенко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. – 2018. – № 4 (125). – С. 8–18.
10. Васильківський Д. М. Кластерна політика як чинник підвищення ефективності функціонування соціально-економічних систем / Д. М. Васильківський, М. П. Войнаренко, В. М. Нижник // Вісник економічної науки України. – 2017. – № 1 (32). – С. 25–30.
11. Хмелевська Л. П. Ефективність створення кластерних структур на сучасному етапі розвитку / Л. П. Хмелевська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. – 2018. – № 3(123). – С. 90–98.
12. Костюк О. М. Застосування методу тріангуляції в оцінці ефективності кластерних об'єднань / О. М. Костюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 6, Т. 2. – С. 11–16.