

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Світовий досвід показує, що в умовах економічної кризи політика, орієнтована на надання допомоги і сприяння розвитку малого підприємництва, дає значні результати в досягненні збалансованого економічного зростання. Підтримка підприємництва є в першу чергу метою регіонів і міст України. Ефективне ринкове господарство в регіонах (містах) можливо лише в тому випадку, якщо на ринках товарів і послуг монополістичні структури врівноважуються необхідним числом підприємств малого підприємництва, що у вирішальному ступені забезпечує збереження ринку і дозволяє вирішувати соціальні й економічні проблеми. Тому підтримка сфери підприємництва, особливо в секторі послуг, у регіонах України повинна бути віднесена до важливіших цілей державної політики, яка здійснюється на міському, регіональному і державному рівнях.

Як відзначається в літературі, «епоха стихійного «підприємницького буму» по суті закінчилася. Пішли в минуле торгово-посередницькі операції «купи-продай», у яких брали участь «від мала до велика». «Піна років» торкнулася не тільки підприємців, але і цілі організації різного рівня. Знаменним явищем цього епохального періоду стало формування нового соціального прошарку суспільства, так названого «середнього класу», тобто категорії людей, рівень і стиль життя яких визначається своєрідністю поточного

моменту і можливістю їхньої участі в підприємницькій діяльності» [1, 3].

В останні роки в науковій літературі з'явилася значна кількість робіт, в яких розглядаються провідні проблеми розвитку українського підприємництва, у тому числі і методичні розробки, що сприяють ефективності малого підприємництва в Україні, в їх числі і формуванню бізнес-інкубаторів. Серед них необхідно відзначити роботи В.І. Ляшенко [2; 3]. Основною особливістю цих робіт був розгляд поставленої проблеми, як правило, не з позиції конкретно досягнутого, а з позиції того, що ще тільки має бути виконано в цій сфері. Ситуація в Україні характеризується відсутністю збалансованої моделі розподілу повноважень і відповідальності між центральними, регіональними і муніципальними органами влади і управління, включаючи і здійснення політики підтримки малого підприємництва. У результаті ця політика, спрямована на регулювання і підтримку підприємництва, виявляється підданою частим і слабо аргументованим змінам.

Актуальність даної роботи визначається тим, що створення і розвиток бізнес-інкубаторів у сфері послуг – один з методів удосконалення і регулювання господарських суб'єктів регіону. Метою роботи є формування концепції створення та управління регіональним бізнес-інкубатором сфери послуг.

© Іщенко Олександр Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент.
Державний університет економіки і торгівлі ім. М.І. Туган-Барановського;
Чумаченко Микола Григорович – академік НАН України.
Інститут економіки промисловості НАН України, Донецьк.

Світовий досвід підтверджує: малий бізнес – важливий елемент ринкових відносин, без якого не може гармонійно розвиватися держава. Він багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту, формуючи його в межах для України обсягом 25-40%. Але справа не тільки в кількісних показниках – цей сектор по своїй суті є іманентним елементом ринкової інфраструктури. Високий рівень розвитку малого підприємництва виступає необхідним додатком сучасної моделі ринково-конкурентного господарства, особливо на рівні регіону. Якщо колишня економічна система в СРСР, у тому числі в Україні, робила виразний акцент на розвитку великих і навіть гігантських підприємств, то у цей час подолання надмірної концентрації виробництва і капіталу, розукрупнення структури економіки виступає однією з найважливіших складових процесу приватизації, всієї економічної реформи в цілому.

Мале підприємництво сприяє в державі рішення ряду задач:

створенню нових робочих місць, у тому числі у виробничій і інноваційній сферах;

насиченню регіональних і місцевих ринків товарами і послугами вітчизняного виробництва;

розвитку господарських зв'язків і економічної інтеграції;

формуванню соціального шару приватних власників і, тим самим, середнього класу, що сприяє стійкості суспільства.

На ранніх стадіях розвитку ринкових відносин підприємництво має потребу в серйозній державній підтримці. Сприяння малому бізнесу мають здійснювати державні органи влади і громадські організації самих

підприємців (союзи, асоціації, агентства, торгово-промислові палати). Для цього необхідно сформувати чітку, єдину державну політику у відношенні малого бізнесу. Державну політику доцільно направляти не на адміністративно-директивне регулювання малого бізнесу, а на створення необхідної ринкової інфраструктури регіону, системи державної і суспільної підтримки його розвитку. Повинно бути обґрунтування економічних важелів впливу на малі підприємницькі структури з метою їхнього прискореного розвитку.

Коли говориться про «мале підприємництво», то мова йде про такий процес господарської діяльності, у якому функції контролю за поточними справами підприємства здійснює фізична особа. Тому необхідно враховувати роль власника в процесі виробництва і управління фірмою.

Пропонується ув'язати економіко-юридичне поняття «мале підприємство» із соціально-економічним явищем і дати визначення малих форм підприємницької діяльності як іманентної складової ринкових відносин індустріального типу, що визначає її інноваційну активність і підтримку конкурентного середовища.

Досвід країн зі змішаною економікою показує, що не всі починання підприємців є успішними. Можна виділити вісім стадій малого бізнесу (рис. 1).

Наведемо коротку характеристику кожної стадії. *Вибір напрямку діяльності та формування ідеї* (окремі особи і групи осіб переконуються в існуванні перспективної можливості для того, щоб почати малий бізнес. Створення концепції і висування ідей, реалізація яких може перетворити можливість у дійсність). *Зав'язування контактів* – реалізація нових ідей вимагає, як правило,

підтримки з боку тих, хто має фінансові ресурси, ресурси знань, зв'язки і підприємницький досвід. *Розробка тактики і стратегії (план маркетингу)* – проведення проектного аналізу і розрахунків, яке дозволяє

переконатися, що проект може бути здійсненим і має маркетинго-ринкову перспективу. *Початок діяльності* – починається боротьба за виживання з великими

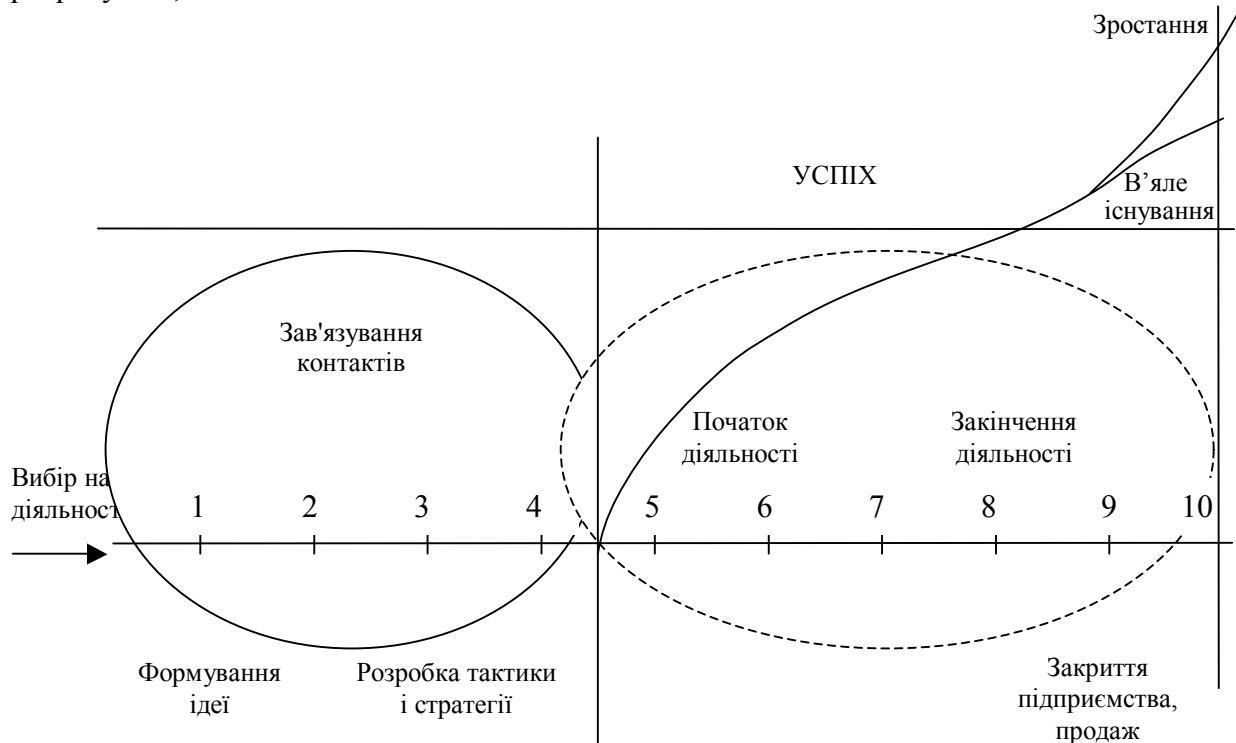


Рис. 1. Стадії розвитку підприємництва

витратами ресурсів і енергії. Складний період розвитку, коли майбутнє підприємство під сумнівом, тому що витрати на цих стадіях перевищують доходи. *Закінчення діяльності* – стадія «переляку» через некваліфіковане проектування й оцінку ринкових можливостей підприємства. Часто фірма припиняє свою діяльність, тому що вона безперспективна. Окремі фірми повертаються до формулювання нової ідеї і роблять спробу втілити її в життя. Припинення діяльності – це не банкрутство. *В'яле існування* – більшість нових підприємств зупиняються в розвитку, у тому числі через відсутність довгострокової місії, задовольняються

досягнутим обсягом і існують при мінімальному числі працівників. *Зростання* – в окремих випадках при наявності інноваційного проекту, кваліфікованого сегментування ринку і позитивної кон'юнктури деякі підприємства успішно минають період млявого існування і починають швидко зростати. *Закриття підприємства, продаж* – далеко не всі створені підприємства мають потенційні можливості зростання в силу помилковості ідеї, а також через недостатню готовність підприємця до бізнесу, у тому числі некваліфікованого управлінського рішення. Тому

підприємства закриваються або їх перепродають [4, 134-135].

В Україні у підприємницькій сфері 23% нових починань відзначають трирічний ювілей і тільки 8% – десятилітній ювілей. При цьому 53% невдач зв'язано з нестачею капіталів, 21% – викликано недоліком професійних знань бізнесу, 15% – некваліфікований маркетинг-менеджмент, 11% – відсутність досвіду. Таким чином, підприємництво, даючи суспільству багато чого, у той же час і обходиться йому недешево. Це необхідно враховувати в умовах становлення підприємництва практично з нуля.

У вітчизняному підприємстві простежуються нездорові тенденції:

активне проникнення тіншових структур і їхнє злиття з підприємством (у сфері послуг, багатьма підприємствами, що надають професійні послуги, володіють кримінальними структурами);

перекіс у бік не виробничої діяльності з орієнтацією на торгово-закупівельну і посередницьку діяльність (найчастіше на шкоду професійних і ділових послуг);

обіг великих обсягів готівки, минаючи облік і контроль фінансових і податкових органів;

низька підприємницька культура й етика.

У результаті функції малого і середнього бізнесу в Україні часто не збігаються з його функціями в західних країнах. Через структурну деформованість на користь торгово-закупівельного капіталу такі найважливіші функції підприємства, як здійснення прориву у науково-технічному прогресі, висококваліфікованого консалтингу і високої якості соціальних послуг, а також зниження соціальної напруженості через

формування середнього класу, в нашій країні залишаються нереалізованими.

Малий бізнес як іманентна складова сучасного виробництва багато в чому сприяє підтримці конкурентного тону у вітчизняній економіці, створює природну соціальну опору суспільному устрою, організованому на засадах ринку, і формує новий соціальний шар підприємців. До цього часу підприємництво в Україні, незважаючи на проголошений їй політичним керівництвом і підтримуваний більшістю активного населення курс на розвиток ринкових відносин, розвивається уповільнено і суперечливо.

Однак на сучасному етапі внесок малого підприємства в оздоровлення економіки країни явно недостатній. Пояснюється це як загальним спадом виробництва і розривом господарських зв'язків, так і тим, що не одержала належного розвитку державна підтримка цього сектора економіки, і насамперед на регіональному рівні. Узагальнення досвіду державної підтримки малого бізнесу в розвинутих країнах (Японії, Італії, Іспанії) [5; 6] указує, що в Україні необхідно прийняти заходи для створення і функціонування регіональних систем державної підтримки малого підприємства на регіональному і муніципальному рівнях, включаючи спеціальні органи – комітети, фонди підтримки малого підприємства, і що особливо важливо – об'єкти інфраструктури.

Мале підприємство для забезпечення своєї життєдіяльності використовує існуючу інфраструктуру економіки країни, регіону і підприємства в цілому. Тому внаслідок обмеженості ресурсів і відсутності можливостей рівної конкуренції з більш великими компаніями по таких параметрах, як доступ до фінансових ресурсів і

державних інвестицій, дослідження кон'юнктури ринку, освоєння нової продукції, придбання нових технологій, здійснення науково-технічних розробок, одержання й аналіз інформації, вони об'єктивно знаходяться в несприятливих умовах.

Для мінімізації негативного впливу цього фактора і додання малому підприємству великого динамізму і гнучкості необхідно створення і розвиток інфраструктури, насамперед у сегменті професійних послуг, орієнтованої на його потреби. Вона повинна включати систему спеціалізованих підприємств, які сприятимуть реалізації державної політики в сфері малого підприємництва і діючих при державній участі або з ініціативи самих підприємницьких кіл (кредитні, страхові установи, інформаційні, консультаційні й обслуговуючі структури, бізнес-інкубатори, технологічні парки).

Діяльність інфраструктури підтримки малого бізнесу в регіоні спрямована на створення сприятливих умов його розвитку шляхом забезпечення адресної підтримки малих підприємств за такими напрямками: фінансовому, майновому, консультаційному, прогнозно-аналітичному з використанням інструментарію маркетингу, технологічному, навчальному й у наданні підприємцям широкого спектра висококваліфікованих ділових послуг. У регіонах України більшість елементів інфраструктури створюється або стихійно, або під програму закордонної допомоги, або виходячи з потреб визначених підприємницьких груп і об'єднань. При цьому практично відсутня адекватна ресурсна підтримка з боку органів влади. Окремі проекти створення елементів інфраструктури, навіть включені у відповідні державні і регіональні програми, не реалізуються через

недостатність фінансових ресурсів і кваліфікованих кадрів. Слід зазначити і недостатню інформованість підприємців про наявність у регіонах тих або інших елементів інфраструктури малого підприємництва, їхнє місцезнаходження, перелік наданих послуг і умови їхнього одержання. Це можна пояснити тим, що і державні, і регіональні органи влади і управління самоусуваються від активної участі в створенні інфраструктури підтримки малого підприємництва.

Наступним рівнем ефективного функціонування елементів інфраструктури регіону є об'єднання їх у комплексну систему з іншими елементами підтримки малого і середнього бізнесу. Цей принцип варто використовувати при реалізації проєктів розвитку регіональної системи – інформаційних центрів, центра маркетингових послуг і регіональних агентств.

Інструментом упорядкування елементів інфраструктури повинна стати їхня акредитація в місцевих органах влади і розвиток процесів саморегулювання підприємницького середовища. До числа нових господарських ринкових структур регіону, що підтримують підприємство, варто віднести бізнес-інкубатори сфери послуг.

Бізнес-інкубатор являє собою невелику організацію з обмеженим персоналом, що забезпечує фізичний простір для роботи, різні приміщення і споруди на основі спільного використання, а також доступ до технічних засобів і послуг у сфері ведення бізнесу як єдиного інтегрованого і цілком прийняттого по вартості комплексу. Крім надання підприємцям-початківцям тимчасових приміщень та використання устаткування, керівництво бізнес-інкубатором надає консультативну допомогу в сфері менеджменту,

планування, бухгалтерського обліку та звітності, з правових питань. Досвід функціонування бізнес-інкубаторів у розвинутих країнах показує, що три чверті ретельно обраних підприємств у бізнес-інкубаторі мають гарні шанси на життя.

Бізнес-інкубатор націлено на надання послуг і в значній мірі залежить від використання обладнання і технічних засобів в університетах і лабораторіях, а також від надання професійних послуг на неформальній основі людьми, зацікавленими в цій ідеї. При різних підходах, які використовуються для створення малих підприємств із новою технологією (як правило, у приватному секторі), метод бізнес-інкубаторів дав гарні результати.

Концепція бізнес-інкубаторів, що представляє собою створення мікросередовища для підтримки бізнесу на його ранніх стадіях, була розроблена наприкінці 70-х років ХХ сторіччя. На початку 90-х років зазначена концепція розвивалася у бік створення цільових бізнес-інкубаторів, «віртуальних бізнес-інкубаторів» і гібридів, що склалися з центрів по розвитку підприємств і бізнес-інкубаторів. Програми розвитку бізнес-інкубаторів усе більше і більше здобувають характер партнерства між державними організаціями і приватним сектором на основі взаємної вигоди. Досвід функціонування близько 500 бізнес-інкубаторів у США показує, що при відносно скромних фінансових вкладеннях добре організований і керований бізнес-інкубатор здатен допомогти в створенні 50-70 нових фірм, тобто 2000-2500 нових робочих місць, за період у 10 років.

Головною рисою бізнес-інкубаторів є те, що передбачувані учасники – суб'єкти проходять ретельний відбір, їм надається допомога в розробці бізнес-планів і вишукуванні стартового

капіталу, проводиться навчання основам бізнесу. Інша важлива характеристика полягає у тому, що бізнес-інкубатор сам є об'єктом, у якого є перспектива стати незалежним, коли всі його потужності будуть задіяні. Першочергова мета бізнес-інкубаторів на рівні регіону – виховання підприємницької культури і посилення участі місцевих підприємців у регіональному господарстві.

Конкретні цілі можуть розрізнятися в залежності від того, у якому напрямі діє даний бізнес-інкубатор, наприклад:

регіональний розвиток – шляхом децентралізації господарської діяльності і відволікання її від великих міст, мобілізації місцевих ресурсів;

технологічні нововведення – шляхом взаємодії між університетами і дослідницькими інститутами для просування нововведень (товарів і послуг) на внутрішній і зовнішні ринки;

глобалізація – шляхом надання допомоги у швидкому розвитку бізнесу іноземним компаніям і просуванні їх на внутрішній ринок разом з місцевими партнерами.

На рис. 2 показано види бізнес-інкубаторів. Створення деяких ринкових структур, наприклад регіональних бізнес-інкубаторів, можливо на рівні не одного, а декількох регіонів (наприклад, Донбасу). Такі питання повинні пророблятися з відповідними регіональними органами управління. Регіональний бізнес-інкубатор сфери послуг може створюватися у виді акціонерного товариства і державної організації. У першому випадку вони будуть діяти в рамках однієї з організаційно-правових форм санкціонування підприємств, передбачених законодавством України, зокрема у вигляді акціонерного товариства закритого типу. При цьому регіональний фонд підтримки малого підприємництва може бути одним із спів-

засновників бізнес-інкубатора, і доцільно, щоб йому належало право володіння контрольним пакетом акцій

інкубатора. У другому випадку бізнес-інкубатори діють як державні організації.

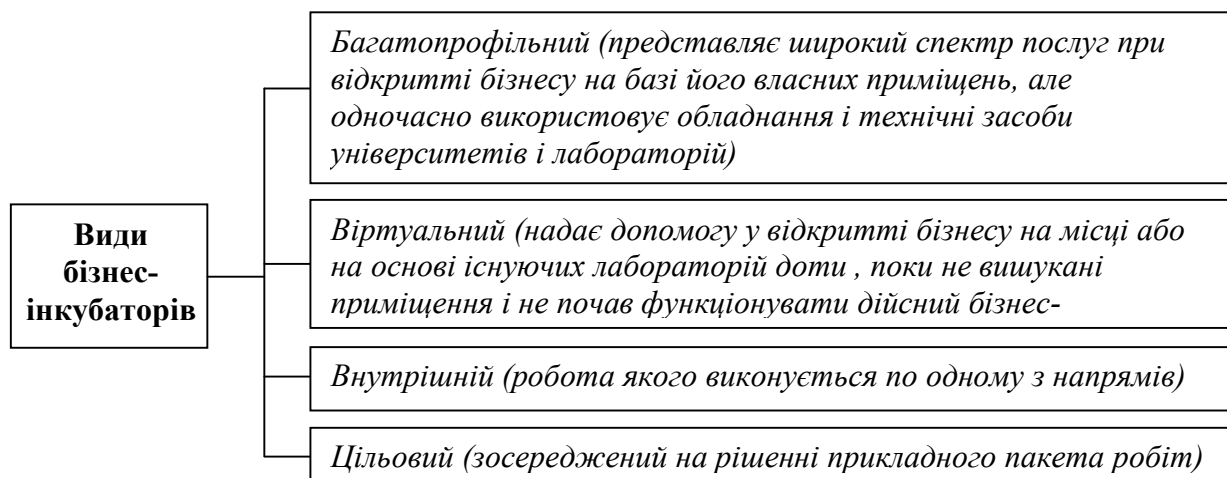


Рис. 2. Види бізнес-інкубаторів

Регіональний бізнес-інкубатор сфери послуг являє собою нову для України і її регіонів організаційну структуру. Закордонний досвід (Італії, Іспанії, Німеччини, США) [4, 231-234] свідчить про те, що подібні утворення грали і відіграють істотну роль у розвитку підприємницької активності населення регіону, удосконаленні організаційних форм господарювання, підвищенні технічного і технологічного рівня виробництва і поширенні передового управлінського досвіду. Створення регіональних бізнес-інкубаторів, у тому числі в сфері послуг, у країнах зі змішаною економікою здійснюється або в рамках державних структур, або на асоціативних чи кооперативних основах.

Аналітична і методологічна робота з формування регіонального бізнес-інкубатора, визначення джерел його фінансування, функцій і повноважень носить в Україні піонерний характер. У даному випадку регіональний бізнес-інкубатор сфери послуг задуманий як багатопрофільна установа, що має своєю

метою допомогти опікуваним їм юридичним і фізичним особам почати власну справу, вийти на внутрішній і зовнішні ринки, закріпитися на них (за умови добропорядного ведення справ), захищатися від несумлінних або некомпетентних дій контрагентів, органів влади, банків.

Для реалізації цієї задачі регіональний бізнес-інкубатор сфери послуг (РБІСП) повинен мати у своєму розпорядженні організаційні, кадрові і фінансові ресурси. З огляду на замовників конкретного регіону України бізнес-інкубатор сфери послуг має бути орієнтований на значно більш різноманітну діяльність, особливо в здійсненні професійних послуг. Він повинен профілюватися на такі види робіт: професійний консалтинг (маркетинговий, фінансовий, управлінський), інжиніринг, розробку кон'юнктурних і довгострокових прогнозів, надання аудиторських і інформаційних послуг, аутсорсинг, комплексне бізнес-планування,

створення додаткових робочих місць, підготовку кадрів.

Бізнес-інкубатор створюється як єдина організація, що має статус юридичної особи. Подібна побудова приваблива своєю компактністю й оперативністю, а також тим, що гроші у випадку виконання роботи йдуть на єдиний розрахунковий рахунок бізнес-інкубатора. Акції бізнес-інкубатора понад контрольний пакет можуть бути запропоновані як великим підприємствам, так і підприємствам малого бізнесу, розташованим на території даного центра і за його межами, іншим центрам підтримки підприємництва, юридичним і фізичним особам, що володіють вільними фінансовими засобами і зацікавлені в інвестуванні їх у цю сферу, іноземним фірмам.

При такій організаційній побудові регіонального бізнес-інкубатора виникає

питання про порядок його взаємин з регіональним фондом підтримки підприємництва. Фонд, що володіє контрольним пакетом акцій, може визначати основні напрями роботи бізнес-інкубатора, вибір пріоритетів між ними, можливі додаткові джерела фінансування, цільову політику на виконуваних роботі і послуги, які надаються, порядок розподілу прибутку і дивідендів, а також структуру бізнес-інкубатора і кошторис витрат на його утримання.

Комерційні тарифи за послуги, надані бізнес-інкубатором, будуть різні для починаючих підприємців та тих, що досягли визначеного рівня розвитку, великих підприємств, іноземних юридичних і фізичних осіб.

Із урахуванням викладеного схема управління регіональним бізнес-інкубатором сфери послуг повинна мати такий вигляд (рис. 3).



Рис. 3. Управління регіональним бізнес-інкубатором сфери послуг

Ретельний добір учасників і їхня життєстійкість також є необхідною умовою діяльності регіонального бізнес-інкубатора в сфері послуг. При цьому роль менеджера може бути вирішальною для успіху інкубатора в цілому. Труднощі в підборі добре підготовлених менеджерів з підприємницькими задатками стали гострою проблемою в багатьох країнах. Необхідно мати на увазі, що регіональний бізнес-інкубатор не є інтенсивним засобом одержання прибутку, і він може стати рентабельним приблизно через 3 роки після створення гарних умов. Однак інкубатор – інтенсивний засіб для підготовки кадрів, що має потребу в досвідченій адміністративній команді і мережі професійної підтримки.

Представлена модель організації і функціонування регіонального бізнес-інкубатора сфери послуг і підтримки підприємництва є концептуальною. Розподіл на компанії (рис. 3), що представлені на схемі, у значній мірі умовні. Рада директорів, керуючись конкурентною обстановкою, може їх укрупнювати або розукрупнювати. При цьому необхідно враховувати, що практичного досвіду в Україні по створенню територіальних (регіональних) бізнес-інкубаторів фактично немає. У відмінності від США, де бізнес-інкубатори досить успішно здійснюють свою діяльність при університетах, в Україні окремі бізнес-інкубатори функціонують у сфері малого бізнесу не взаємодіючи один з одним. Саме тому представляється необхідним

виконати методичні розробки, що дозволять більш реально реалізувати запропоновану концепцію бізнес-інкубаторів сфери послуг на регіональному рівні.

У висновку виділимо основні критерії, за допомогою яких можна визначити ефективність функціонування регіонального бізнес-інкубатора сфери послуг:

кількість інкубованих малих підприємств, перетворених у самостійні фірми;

обсяг реалізованої ними продукції або послуг;

обсяг підсумкових надходжень у бюджет регіону, міста від бізнес-інкубатора і випущених їм підприємств;

обсяг виконаних робіт з різних замовлень і програм (реконструкції промисловості, аутсорсингу і т.д.);

кількість і ефективність упроваджених інноваційних і інвестиційних проектів;

число робочих місць, створених на випущених бізнес-інкубатором малих підприємствах і фірмах;

кількість створених і випущених наукомістких і інноваційних фірм;

інші показники, що відображають виконання статутних задач бізнес-інкубатора.

Такі головні особливості створення і механізму функціонування регіонального бізнес-інкубатора сфери послуг. Доцільно ініціювати створення даних бізнес-інкубаторів у всіх регіонах України.

Література

1. Блинов А.О., Санін І.І. Менеджмент підприємств. – Подольск: Сатурн-С, 1999. – 432 с.

2. Общие методические положения по формированию специального режима содействия развитию малого

предпринимательства в бизнес-инкубаторах / Рук. авт. кол-ва В.И. Ляшенко. Ин-т экономики пром-сти НАН Украины. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 185 с.

3. Ляшенко В.И. Экономико-правовое обеспечение развития субъектов малого предпринимательства. Зарубежный опыт и перспективы его использования в Украине. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2001. – 456 с.

4. Zemke Ronald. The Service Edge. – Cincinnati: International Thomson Publishing, 2002. – 735 p.

5. McColl R., Callaghan B., Palmer A. Services Marketing: A Managerial Perspective. – Sydney: McGraw Hill, 1998. – 806 p.

6. Lovelock C.H. Service Marketing. – London: Grichman Press, 2001. – 701 p.