

УДК 330.341.1

Світящук І.В.
аспірант

Львівської комерційної академії

ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО ЗРОСТАННЯ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВОВА)

Стаття присвячена дослідженню інноваційного розвитку м. Львова на основі експертного опитування представників малого і середнього бізнесу. За методологічну базу для опитування було використано підходи Американської Ради конкурентоспроможності. Завдяки опитуванню зроблено висновки щодо найслабших складових, які гальмують інноваційне зростання міста.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, економіка міста, економічне зростання.

Світящук И.В. ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЛЬВОВА)

Статья посвящена исследованию инновационного развития г. Львова на основе экспертного опроса представителей малого и среднего предпринимательства. Подходы Американского Совета конкурентоспособности стали методологической основой опроса. Благодаря опросу были сделаны выводы о самых слабых факторах, которые тормозят экономический рост города.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, экономика города, экономический рост.

Svityashchuk I.V. FACTORS OF INNOVATIVE GROWTH OF CITIES (CASE OF LVIV)

The article is dedicated to the research of innovative development of the city of Lviv according to expert survey of the SME representatives. Approaches of the American Council on Competitiveness became the methodological base for the research. Due to research results, conclusions were made on the weakest factors in the innovative growth chain.

Keywords: innovations, innovative development, urban economics, economic growth.

Постановка проблеми. Для забезпечення довгострокового економічного зростання критично важливою є інноваційна складова як економічної системи, так і візії суспільно-економічного розвитку. Річард Бредсворт вказує, що поняття «візія» включає в себе як описовий вимір певних параметрів (економічних, соціальних, історичних, політичних), у межах яких діятимуть нормативні твердження, так і нормативну реакцію на ці параметри, яка проактивно визначає майбутнє [1, с. 40]. Зважаючи на вищесказане, для оцінки інноваційної візії було вирішено провести опитування підприємців (малий і середній бізнес), щоб, по-перше, оцінити рівень їх інноваційного бачення та, по-друге, прослідкувати слабкі та сильні місця в економічній системі регіону, які визначають його інноваційний розвиток. Для проведення опитування було вибрано мезорівень, а саме місто як самодостатню ланку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичну базу для глибинного дослідження чинників регіонального інноваційного розвитку становлять неокласичні та ендогенні теорії зростання, а також теорії нової економічної географії. Дослідженням цього питання займалися як зарубіжні (Е. Блейклі, П. Крук, Х. Хеммінг, Ч. Едквіст, Е. Глесар, П. Говітт, Б. Джовановіч, М. Кітінг, Р. Нельсон, Дж. Ніосі та інші), так і вітчизняні економісти: І. Бабець, Ю. Бажал, О. Мокій, І. Єгоров, О. Карий, Н. Тувакова, Л. Федулова та багато інших.

Постановка завдання. Основним завданням при проведенні дослідження було дізнатися інноваційний потенціал міста Львова, а саме як підприємці як одні з основних акторів економічного зростання оцінюють фактори інноваційного зростання.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до теоретичних напрацювань, вхідними параметрами для ефективного розвитку інновацій є активи, мережі та загальна економічна культура регіону (рис. 1). Активами для моделі інноваційної економіки є людський, інтелектуальний, фінансовий, фізичний та інституційний капітали, які зосереджені у регіоні. Одну із найбільш ретельно напрацьованих методологій оцінки інноваційного потенціалу регіону розробила

Американська Рада конкурентоспроможності – неурядова організація у США, головна мета якої є збільшення конкурентоспроможності Сполучених Штатів на глобальних ринках [2]. Іншим її завданням є залучення економічної діяльності з високою доданою вартістю у США.

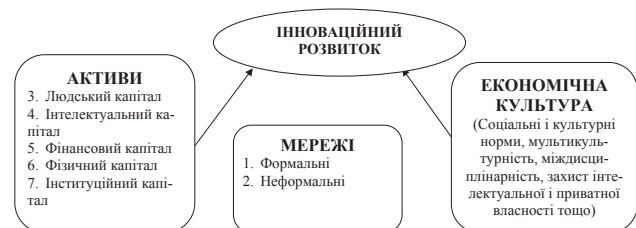


Рис. 1. Вхідні параметри для інноваційного розвитку

Згідно з «дорожньою картою» Американської Ради щодо конкурентоспроможності, до бази активів належать доступність кваліфікованих працівників, якість транспортної інфраструктури, вартість ведення бізнесу та близькість до споживача. Крім того, в активи входять і такі важливі компоненти, як інвестиції в науково-технічні розробки, трансфер технологій та програми підтримки бізнесу [3, с. 15].

При аналізі регіональної здатності до інновацій за основні виразники людського капіталу потрібно враховувати такі три основні фактори: доступна робоча сила, кваліфікація робочої сили та якість освітніх інститутів. Регіони не можуть розвивати ринок праці без стабільно високих інвестицій в освітні установи та без формування у мешканців візії безперервного пожиттєвого навчання (life-long learning). Інтелектуальний капітал формується на основі науково-дослідних інститутів, які розширюють знанняву базу регіону та є ключовими для довгострокового економічного зростання. Для залучення інвестицій та приваблення нових компаній не менш суттєвим є показник якості інфраструктури. Швидкісний Інтернет став базовою необхідністю для можливостей успішного ведення бізнесу. Також умови та стандарти життя в регіоні

є важливими для конкурентоспроможності регіону в тому контексті, що можуть утримувати таланти в регіоні, заохочувати мобільність кваліфікованої робочої сили з інших регіонів. Проте в кожного регіону можуть також бути свої унікальні критерії якості життя.

Ефективне використання ресурсного потенціалу регіону неможливе без розвинутих мережних зв'язків, які забезпечували б комунікацію між інституціями та мешканцями. Герметичність академічної та дослідницької спільноти може призводити до того, що ідеї та винаходи не є повністю втіленими з точки зору свого економічного потенціалу, оскільки не трансформуються в товари чи послуги. А з іншого боку, підприємства не мають інформації стосовно інвестиційних можливостей. Відповідно до положень Американської Ради щодо конкурентоспроможності, створення спільних партнерств економічного розвитку між представниками бізнес-середовища, освітнього сектору, уряду та неурядових організацій є однією з найбільш ефективних стратегій створення формальних міжінституційних мереж [3, с. 17]. Крім того, не менш важливими, хоч і більш складними для оцінки, є неформальні мережі, які формуються навколо асоціацій випускників, благодійних ініціатив чи навіть спортивних ліг.

Важливою в даному контексті є також ментальна здатність мешканців бути відкритими до змін. Центральним аспектом є ступінь відкритості бізнес-лідерів, а саме їх бажання обмінюватись ідеями навіть за конкурентних умов, в яких вони перебувають [3, с. 17]. Також важливим є розуміння підприємцями того факту, що інноваційний процес є таким, де неможливо уникнути ризику, де метод «проб та помилок» є дієвим, а невдачі мають розумітись як можливість почати знову, але вже з досвідом. Плюралістичний клімат в регіоні та високий рівень толерантності також відіграє суттєву роль для активного обміну ідеями.

На основі вищезгаданих факторів інноваційного розвитку було проведено письмове експертне опитування представників малого та середнього бізнесу (власників, виконавчих директорів або керівників підрозділів) на предмет їх оцінки інноваційних факторів, які присутні у м. Львові. Вважається, що саме малий та середній бізнес є двигуном інноваційного поступу, не кажучи вже про те, що саме він є ключовим у забезпеченні ринкової конкуренції [4, с. 26].

У якості групи експертів було обрано керівників та топ-менеджерів двадцяти підприємств, товари і послуги яких, згідно з концепцією Портера, відносяться до групи «traded businesses» – тобто є такими, які можна експортувати за межі регіону [5]. Завдяки цьому можна виключити малі локальні підприємства на кшталт торгівельних ринків, малих центрів обслуговування тощо. Експерти представляють такі спрямування бізнесу: деревообробна промисловість, фінанси, страхування, нерухомість, телекомунікації, архітектура, торгівля (імпорт та реалізація), консалтинг, ІТ, маркетинг, готельно-ресторанний бізнес, туризм та ярмаркова діяльність. Четверть опитаних підприємців є членами громадської організації «Комітет підприємців Львівщини», яка створена з метою захисту прав малого та середнього бізнесу в регіоні. За віком підприємства можна умовно поділити на відносно старі (засновані у першій половині 1990-х рр.) та відносно молоді (засновані у 2003–2010-х рр.).

Відповідно до описаних вище вхідних параметрів інноваційного розвитку регіону, анкету було структуровано у три блоки плюс четверта частина – загальні питання про демографію підприємства. У першому блоці «Бізнес-оточення» респондентам пропонується оцінити за шкалою «суттєво стримує розвиток Вашого бізнесу» – «суттєво підсилює розвиток Вашого бізнесу» 24 фактори, що визначають рівень та стан активу регіону. У якості підсумкових було наведено питання стосовно загальної оцінки регіону та очікування на наступні 5 років. Замикають блок два відкритих питання стосовно урядової та регіональної політики, а також стосовно співпраці між бізнесом та університетами.

У другому блоці – «Інноваційні мережі» – респондентам пропонується оцінити 14 інституцій, які потенційно можуть впливати на розвиток бізнесу за шкалою «взагалі не сприяє» – «дуже сильно сприяє». Для уточнення наводиться одне відкрите питання. Крім того, в першому та другому блоках як маркер був введений варіант відповіді «Не стосується». Справа в тому, що для розвитку бізнесу усі фактори та інституції є дотичними в більшій чи меншій мірі, тому вибір варіанту «Не стосується» свідчить або про відсутність даного фактору в підприємницькому полі, або ж про непоінформованість чи не усвідомлення бізнесменами його ваги. Третій блок – «Норми та зв'язки в регіоні» – сформований з 11 тверджень стосовно соціокультурних аспектів регіону, з якими респондент може погодитись чи не погодитись.

Таблиця 1

Розподіл респондентів за їхньою оцінкою впливу на розвиток бізнесу обраних груп факторів

Стримуючі фактори (суттєво/частково стримує розвиток бізнесу)	Нейтральні фактори (ані стримує, ані підсилює розвиток бізнесу)	Підсилюючі фактори (частково/суттєво підсилює розвиток бізнесу)
Вартість життя для працівників – 82,3%	Якість технічної підтримки регіональних університетів бізнесу – 41,2%	Якість телекомунікацій у регіоні – 64,7%
Регуляторні акти державної та міської влади – 76,5%	Якість співпраці між університетами та бізнесом у дослідницьких роботах – 41,2%	Присутність цільового споживача – 64,7%
Загальна якість транспортної інфраструктури – 70,6%	Доступність менеджерів вищої ланки – 41,2%	Доступність ІТ-спеціалістів – 41,1%
Вартість ведення бізнесу – 64,7%	Доступність експертів/науковців – 41,2%	Загальна якість життя – 35,3%
Податкове навантаження – 64,7%	Ефективність програм підтримки молодого бізнесу – 41,2%	
Доступність у регіоні працівників з необхідними навичками – 47%	Якість маркетингових компаній у регіоні – 41,2%	
Доступність в регіоні банківського капіталу – 41,1%	Ефективність урядових програм стимулювання бізнесу – 35,3%	
Загальна якість вищої освіти – 41,1%		

Джерело: власне опрацювання

Останнє питання є відкритим уточнюючим питанням стосовно найбільш критичних проблем львівського бізнес-середовища.

Для аналізу відповідей використовувались статистичні методи, описані зокрема в «Analysis of Survey Data» [6] та «Statistics and Data Management» [7]. Важливо зазначити, що у процесі аналізу ті фактори, які щонайменше третина респондентів відзначила як такі, що не торкаються бізнесу, були відкинуті з ієрархії. Проте у даному контексті відкинуті респондентами фактори нас цікавлять не менше. Це пов'язано з тим, що для даного дослідження важливі ті фактори, які самі ж підприємці вводять чи не вводять в дискурс розвитку бізнесу. Отже, більше третини респондентів вважає такими, що не торкаються бізнесу, такі фактори: доступність в регіоні ризикового капіталу від венчурних компаній, доступність в регіоні спеціалізованих лабораторій для тестування продукції, якість спеціалізованого постачання для бізнесу та ефективність трансферу технологій від університетів. У таблиці 1 наведено значимі для експертів фактори за рівнем впливу (відповідно до показника моди).

Як бачимо з даних таблиці 1, всього 5 факторів з наведених 25 мають радше позитивний вплив на розвиток бізнесу, найбільш впливовим з яких є фактор цільового споживача, тобто фактор попиту. Дотичним до нього є показник маркетингових компаній. Результати відповідей першого блоку підтвердили статус Львова як одного з найбільш розвинутих ІТ-центрів України та Європи [9], зазначивши про доступність ІТ-спеціалістів на ринку та високу якість телекомунікацій.

За результатами опитування, жодну інституцію респонденти не позначили як таку, що відчутно або дуже сильно сприяє розвитку. З п'ятнадцяти запропонованих інституцій за показником моди, дев'ять було «відкинуто» як такі, що не сприяють бізнесу. Серед них: державні науково-дослідні інститути, непрофесійні організації (мовні школи, гуртки тощо), центр підтримки бізнесу. Частково сприяють бізнесу професійно-технічні училища та галузеві кластери, а сприяють вищі навчальні заклади, державні/приватні дослідницькі організації, венчурні підприємства, бізнес-інкубатори.

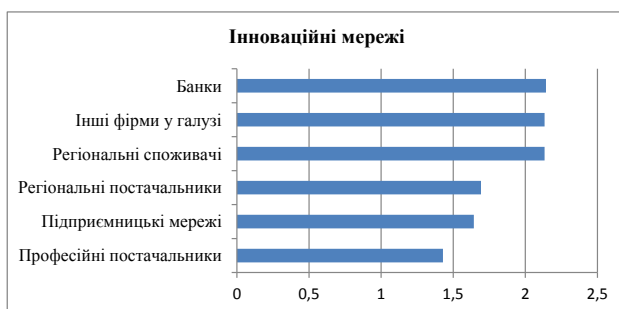


Рис. 2. Оцінка впливу інституцій на розвиток бізнесу

(«0» – «Взагалі не сприяє», «2» – «Сприяє», «4» – «Дуже сильно сприяє»)

Джерело: власні розрахунки

Як видно на рисунку 2, ми знову отримуємо високу оцінку фактору попиту (регіональні споживачі), а також ринкового фактору конкуренції (інші фірми у галузі). Крім того, комунікаційні мережі відіграють роль лише на рівні між підприємствами, натомість діалог між університетами, дослідницькими центрами та бізнесом є статистично незначимим у Львівському регіоні.

Для третього блоку можна виділити чотири групи тверджень: ті, з якими респонденти переважно одно-стайно згодні та незгодні, нейтральні твердження та твердження, які найбільше розділяють респондентів. Отже, переважно згодні експерти з твердженнями стосовно толерантності та привабливості регіону для осіб з різним походженням, стосовно взаємодії представників різних галузей, стосовно взаємодії митців та бізнесу. Найменше респонденти згодні з тим, що місцева влада та підприємці охоче співпрацюють, бізнес-лідери активно діляться інформацією, місцеві жителі активно приймають участь в регіональних програмах розвитку, успішні бізнесмени активно інвестують в проекти економічного розвитку та старт-апи.

Щодо твердження про те, що підприємці сприймають невдачу як частину інноваційного процесу та навчання, присутня нейтральна позиція. Цікавими є ті твердження, які найбільше роз'єднують опитуваних. Серед них, зокрема, такі:

- нові мешканці можуть з легкістю інтегруватися у бізнес-середовище;
- лідери регіону є чутливими до потреб усіх його мешканців, незалежно від етнічного походження, статі чи стилю життя;
- бізнес-лідери трактують підприємців, інноваторів та старт-апи як повноцінних партнерів в галузевій співпраці.

Відповідно до результатів аналізу третього блоку запитань анкети можемо зробити такі висновки. По-перше, в регіоні відсутні традиції діалогу між місцевою владою, підприємцями та мешканцями міста з метою покращення бізнес-середовища, що також справедливо і для бізнес-лідерів. Проте, по-друге, існує внутрішній діалог між підприємцями (що корелює з результатами другого блоку питань), а також між підприємцями та мистецькою спільнотою. По-третє, хоча в цілому середовище оцінюють як толерантне та відкрите, думки респондентів розділилися з приводу легкості інтеграції у бізнес-середовище та чутливості міської влади до потреб усіх мешканців залежно від їх етносу, релігії, статі.

Підсумовуючи отримані результати, в цілому можна вказати на слабкі місця регіону, які не дозволяють повністю розвинути інноваційний потенціал. На нашу думку, основною проблемою є нерозвинутість комунікаційних мереж в регіоні. Такі основні суб'єкти впливу на інноваційний процес у регіоні, як міська влада, підприємці, академічна спільнота, громадські організації існують радше герметично. Відповідно до зібраних даних, діалог є налагодженим лише безпосередньо в підприємницькому середовищі, натомість практично відсутній обмін з академічним (університетським та дослідницьким) середовищем. Такі суттєві фактори, як трансфер технологій, комерціалізація винаходів, венчурний капітал, науково-дослідні інституції, непрофесійне навчання майже повністю відсутні у дискурсі факторів розвитку бізнесу. Крім того, відповіді усіх блоків зазначають слабку роль, що її відіграє міська влада, а також відносну безініціативність і апатичність місцевих жителів. І це при тому, що загальна якість життя, а також загальний соціокультурний рівень були високо оцінені.

Поряд із слабкими мережами інші суттєві негативні чинники можна об'єднати як інституційні. До них належать такі чинники, як погано розвинута фізична інфраструктура, високі трансакційні витрати, заплутана нормативно-правова база, неефективна фіскальна система. Наостанок, чималої ваги приділялося впливу на ведення бізнесу в регіоні

національної економічної політики та загальної нестабільності в Україні. Важливо, що стабільно позитивну оцінку впливу на ведення бізнесу отримували фактори вільного ринку: фактор споживачів, фактор постачання та фактор конкуренції. Проте очевидно, що такі стимули не є достатніми для формування конкурентоспроможного середовища в умовах глобалізованої економіки, а тому насамперед регіональна політика має бути спрямована на вдосконалення бізнес-клімату.

І наостанок, необхідно проаналізувати відкриті питання анкети. Отже, респондентам було запропоновано навести свою думку стосовно таких питань. По-перше, які проблеми респонденти вважають найбільш нагальними для розв'язання з метою покращення умов ведення бізнесу. По-друге, які в регіоні існують найбільш критичні для вирішення проблеми співпраці між бізнесом та університетами для покращення умов ведення бізнесу. По-третє, які інституції респонденти вважають найбільш цінними для інновативності свого бізнесу. І по-четверте, які найбільш критичні в контексті бізнес-середовища питання потребують вдосконалення для забезпечення кращих умов ведення бізнесу.

Відповіді на перше з питань умовно можна згрупувати як інституційні та макроекономічні чинники, що стосуються як регіонального, так і національного рівня. Найбільш часто згадуваною проблемою була проблема корупції усіх рівнів, її згадала третина респондентів. Наступною важливою проблемою можна виокремити бюрократію або складність ведення бізнесу. Респонденти поміж іншим згадували складність отримання документації, велику кількість регулюючих інстанцій, непрозорість тощо. Однаково негативними було визнано фіскальну систему, а також тиск (зокрема силовий), який здійснюється на підприємців. Двічі було згадано неефективну та нестабільну національну економічну політику, нерозвинуту нормативну базу, а також брак підтримки малого і середнього бізнесу. Як підсумок, у якості додаткового критерію рівня співпраці можна навести і приклад написання даного дослідження. В цілому представники бізнесу дуже неохоче йшли на контакт, чим лише підтвердили статус-кво відсутності комунікації між університетами та бізнесом.

У сфері співпраці університетів та бізнесу двома домінуючими темами, які зачепили респонденти, були низька загальна якість освіти та застарілість і недоречність навчальних програм в університетах. Щодо останнього, то згадувався брак реального проходження практики під час навчання, а також відсутність викладачів-практиків в університетах. Крім того, були зазначені такі проблеми як корупція у вищих навчальних закладах та невідповідність знань отриманим дипломам. Такі відповіді підтверджують відповіді на другий блок стосовно відсутності комунікації між академічним середовищем та бізнесом.

Стосовно найбільш цінних для інноваційності бізнесу інституцій спостерігалась найменше частка відповідей: половина респондентів не дала відповіді на це питання. Ця ситуація корелює з відповідями на закриті питання, згідно з якими більшість факторів була визначена як неважлива для розвитку бізнесу. З цього можна зробити висновок про слабку розвиненість мереж у регіоні, відсутність встановлених зв'язків між основними учасниками інноваційного

процесу. Це підтверджує одна з відповідей, в якій зазначалось про закритість підприємств від пошуку ідей ззовні. З наведених відповідей, найчастіше згадувалися громадські об'єднання: професійні організації і асоціації, громадські організації в галузі (Центр міської історії – для архітектури і ярмаркові організації для «Форуму видавців»). Крім того, двічі як найцінніша інституція був згаданий попит (споживачі/замовники). І наостанок, респондентами згадувалися банки та фінансові установи, консалтинг та постачальники ІТ-послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи усе вищесказане, варто зазначити, що загальна концепція розвитку міста на базі знанневої економіки та інновацій повинна ґрунтуватися на забезпеченні належних інституційних норм та трансформацій, а також на використанні ряду економічних стимулів для об'єднання всіх учасників інноваційного процесу. Йдеться у першу чергу не про розширення та збільшення кількості інноваційних структур таких як технопарки, технополіси, інноваційні центри, бізнес-інкубатори, інноваційні біржі, лізингові, сертифікаційні фірми тощо, а про ефективні організаційно-економічні методи координації та організації їх діяльності. На жаль, рамки цієї роботи не дозволяють ретельно проаналізувати такі важливі складові як бюджетна та фіскальна політика, а також захист прав інтелектуальної власності. Крім того, розвиток міста чи регіону суттєво залежить від державної політики, а тому місцева влада та громада повинні діяти в жорстких нав'язаних центром рамках. І хоча державної підтримки потребують заходи щодо створення загальнонаціональних інноваційно-інформаційних центрів, організації постійно діючих та періодичних виставок і ярмарків інноваційної продукції та наукоємних технологій, конкурсів інновацій тощо, дуже часто саме жорстка централізація стає на заваді впровадженні інновацій на місцях. Тому в контексті майбутніх досліджень регіонального розвитку в Україні критично важливо актуалізувати проблематику децентралізації регіонів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Breadsworth R. Political Vision in the Discipline of International Relations / R. Breadsworth // *Millennium – Journal of International Studies*. – London : Millennium Publishing House, LSE, 2012. – P. 40-43.
2. Офіційний веб-сайт Council on Competitiveness [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.compete.org>.
3. Measuring regional innovation. A guidebook for conducting regional innovation assessment. – Council on Competitiveness, USA. – 2005.
4. Carreira C. How much do small firms matter? Evidence from the dynamic role of Portuguese firms / C. Carreira // 13th Conference of the International J.A. Schumpeter Society on Innovation, Organization, Sustainability and Crises. Conference Society, June 21-24 2010. – Aalborg, 2010. – P. 21-47.
5. Porter M. *Competitive Strategy* / M. Porter. – New York : Free Press, 1980. – 396 p. – Bibliogr.: p. 321-387.
6. Chambers R. *Analysis of Survey Data* / Chambers R., Skinner C. – Southern Gate : John Wiley and Sons Ltd., 2003. – 380 p. – Bibliogr.: p. 355-359.
7. Kohlmann Th. How to analyze your data / Statistics and Data Management // Ed. Bhandari M., Hanson B., Stengel D. – Davos : AO Foundation, 2009. – P. 93-110.
8. Кластер інформаційних технологій та бізнес-послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://it-bpo.lviv.ua/lviv/>.