

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

А.В. ЧЕРЕП,
д.е.н., професор,
Т.А. ВЕНИЦЬКА,

Запорізький національний університет

Бізнес-інкубатори в сфері сучасної державної підтримки розвитку регіональної інноваційної інфраструктури

У статті розглянуті теоретико-методичні питання сутності видів та функцій бізнес-інкубаторів, сформовано першочергові завдання щодо державної підтримки розвитку бізнес-інкубаторів як складового елемента регіональної інноваційної інфраструктури в сучасних умовах.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, інноваційна інфраструктура, бізнес-інкубатори, державна підтримка розвитку регіональної інноваційної інфраструктури.

В статье рассмотрены теоретико-методические вопросы сути видов и функций бизнес-инкубаторов, сформированы первоочередные задачи по государственной поддержке развития бизнес-инкубаторов как составного элемента региональной инновационной инфраструктуры в современных условиях.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, инновационная инфраструктура, бизнес-инкубаторы, государственная поддержка развития региональной инновационной инфраструктуры.

The article describes the theoretical and methodological issues essence of the types and functions of business incubators sformvano priorities for the state support of business incubators as part of regional innovation infrastructure in the modern world.

Keywords: innovative enterprise, innovative infrastructure, business-incubators, state support of development of regional innovative infrastructure.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції у розвитку світової цивілізації пов'язані з принциповими змінами, що відбулися в характері функціонування суспільного виробництва. Ці зміни обумовлені процесами глобалізації, застосуванням сучасних інформаційних технологій, прискоренням змін у середовищі організацій, інноваційною спрямованістю та підприємницьким типом управління тощо.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми свідчить про те, що питанням забезпечення бізнес-інкубатора в науковій літературі приділено досить значну увагу. Про це свідчать праці таких науковців, як А. Васильєва [2], В. Зянько [5], М. Жук [6], І. Купченко [8], В. Ляшенко [9], Н. Михайлов [10], Т. Бережная [11], С. Соколенко [12] та ін.

Метою статті є уточнення поняття «бізнес-інкубатор», визначення першочергових завдань щодо державної підтримки розвитку бізнес-інкубаторів як складового елемента регіональної інноваційної інфраструктури в сучасних умовах.

Головною метою створення бізнес-інкубатора є сприяння розвитку малого бізнесу та підтримки їх роботи на початковому етапі і подальшого посилення їх зростання.

Виклад основного матеріалу. В умовах інформаційної глобалізації повним ходом йде технічна глобалізація. Високі технології стають загальнодоступні, і міра їх можливо-го використання визначається лише економічними ресурсами і інтелектуальним потенціалом країни. Перехід суспільства в якісно новий стан, що характеризується здатністю найефективнішого використання накопичених знань, стає визначальною запорукою виходу на належний рівень технологічного і соціально-економічного розвитку серед провідних країн світового простору. Роль і місце України в цьому глобальному просторі залежить від спроможності нарощувати і використовувати свої конкурентні переваги. Вирішення цієї проблеми у визначальній мірі залежить від ефективної і гнучкої інноваційної спрямованості регіонально економічної політики, яка, з одного боку, повинна враховувати загальнодержавні інтереси, а з іншого – свої власні, виходячи з потреб реалізації тих чи інших цілей і завдань та наявності відповідного регіонального потенціалу і ресурсів.

Одним із базових комплексних чинників регіонального розвитку є територіальна інфраструктура. В сучасних умовах важливо звернутися до досвіду тих регіонів, що намагаються обґрунтувати перспективи інфраструктурного облаштування своїх територій, особливо з врахуванням завдань, які виникають у питаннях структурної перебудови економіки України і переходу на інноваційну модель розвитку.

Під інноваційною інфраструктурою слід розуміти увесь спектр взаємодіючих структур як державної, так і приватної форми власності, необхідних для забезпечення розвитку і підтримки всіх стадій інноваційного процесу. До інноваційної інфраструктури належать:

- виробничо-технологічні структури (технопарки, інноваційно-технологічні центри, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні та інжинірингові фірми);
- об'єкти інформаційної системи (аналітичні і статистичні центри, інформаційні бази і мережі);
- організації з підготовки та перепідготовки кадрів у галузі технологічного менеджменту (поява нової категорії фахівців з комерціалізації результатів НДДКР);
- фінансові структури (бюджетні, позабюджетні, венчурні, страхові фонди, кредитно-гарантійні організації небанківського сектору, банки, фінансово-промислові групи, орієнтовані на технологічну інноваційну діяльність);
- система експертизи (центри можуть давати експертні висновки для виробників, інвесторів, страхових служб тощо);
- система патентування, ліцензування і консалтингу з питань охорони, захисту, оцінки і використання інтелектуальної власності, оцінки комерціалізації наукових результатів;
- система сертифікації, стандартизації й акредитації [1].

Бізнес-інкубатори є важливим елементом ефективної регіональної інноваційної інфраструктури та формування завдань щодо підтримки їх розвитку на регіональному та державному рівнях у сучасних умовах господарювання.

Бізнес-інкубатор – інноваційна структура, яка першочергово підтримує інноваційне підприємництво та тих підприємців, які з будь-яких причин не можуть самостійно розпочати власну справу [2].

Бізнес-інкубатор – гнучка структура, яка може бути пристосована до вирішення різноманітних завдань, які спрямовані на поживлення економічної активності як в цілому, так і в конкретних секторах економіки. Оскільки в Україні бізнес-інкубатори лише нещодавно зайняли місце важливого елементу інноваційної інфраструктури, більшість з них належить до неприбуткових організацій, проте відповідно до світової практики розвитку бізнес-інкубаторів отримання доходів є одним з функціональних блоків їх діяльності [7].

Світова практика свідчить, що за допомогою вказаних інноваційних структур розв'язуються такі актуальні завдання, як: вдосконалення галузевої структури виробництва і прискорення економічного розвитку територій; активне впровадження у виробництво вітчизняних і зарубіжних науково-технічних розробок; випробування на локальному рівні різних варіантів впровадження нових форм господарювання і пристосування до умов внутрішнього ринку, практичне навчання місцевих фахівців прийомам і методам міжнародного бізнесу.

Бізнес-інкубатори є необхідним елементом виживання і успішної діяльності малих інноваційних структур тому, що вони надають численні інноваційні послуги, до яких, зокрема, належать:

- оренда приміщень;
- прокат наукового і технологічного устаткування на певний період;
- консультації з економічних та юридичних питань;
- фінансові послуги;
- експертиза інноваційних проектів (науково-технічна, екологічна, комерційна);
- інформаційне та рекламне забезпечення тощо [5].

Організаційна структура бізнес-інкубаторів зорієнтована на якісні послуги малим інноваційним утворенням, оскільки їх успіх напряму залежить від того, щоб малі інноваційні структури якомога швидше ставали рентабельними, що гарантує бізнес-інкубатору значну частку в їхніх майбутніх прибутках.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що інкубатори бувають трьох видів:

- неприбуткові – це ті, що працюють із залученням коштів місцевих органів влади. Інкубатори такого виду отримують з орендарів плату, яка значно нижча ніж у середньому в країні. Цього достатньо, щоб утримувати основний персонал, який працює в інкубаторі;
- прибуткові – ті, що не надають пільг, здійснюючи комерційні послуги. Це переважно приватні бізнес-інкубатори, чисельність яких зростає. Вони пропонують орендарям широке коло різноманітних послуг, за користування якими отримують платню;
- інкубатори, які функціонують при науково-дослідних інститутах, вищих навчальних закладах. Вони виступають як

сполучна ланка в розробці нововведень між науковими установами і приватним бізнесом, надають ефективну підтримку підприємствам, які мають намір опанувати високотехнологічну продукцію: необхідні консультації науковців, дослідну та лабораторну базу, обчислювальну техніку, можливість користування бібліотекою [2].

Для України, як для держави, що розвивається, нагальним завданням є нарощування конкурентних переваг щодо розвинених країн через розвиток інтелектуального потенціалу країни. Основним етапом при вирішенні поставленого завдання є стимулювання ділової активності як малого та середнього бізнесу, так і великого. Незалежно від розмірів та кількості підприємств у регіоні головним фактором їхнього розвитку є існування відповідної інфраструктури. Сьогодні ж відповідність інфраструктури здебільшого визначається її інноваційністю, тому саме застосування інноваційних технологій виробництва і збуту продукції, товароруку та управління взагалі – запорука ефективного розвитку окремих підприємств, регіону, країни.

В Україні, де бізнес-інкубатори лише починають входити в ринкове середовище, у багатьох регіонах нашої країни вже набутий певний практичний досвід у вирішенні регіональних проблем шляхом залучення до цього процесу малого приватного бізнесу і надання йому необхідної допомоги через недержавні організації – бізнес-інкубатори. Подальший розвиток у цьому напрямі можливий за умови проведення ретельного аналізу вітчизняного і зарубіжного досвіду, сучасних умов діяльності малого підприємництва і вибору стратегічних напрямків руху на майбутнє [8].

В Україні бізнес-інкубатори в основному створені при деяких вищих навчальних закладах та в регіонах за підтримки

місцевих органів влади і держадміністрацій відповідного рівня. Вивчаючи накопичений вітчизняний досвід формування і функціонування бізнес-інкубаторів, можна визначити такі джерела їхнього фінансування:

- а) кошти міжнародних фондів, програм грантів і кредитів;
- б) кошти зацікавлених міністерств, місцевих адміністрацій, союзів і асоціацій;
- в) кошти учасників інкубаторів;
- г) кошти спонсорів та інвесторів;
- д) кошти комерційних структур і приватних осіб, зацікавлених у роботі бізнес-інкубаторів [9].

Згідно з моделлю, що представлена на рисунку, ми вважаємо, що на сучасному етапі розвитку української економіки, найбільшого значення набуває блок 4 – навчання. Це обумовлено тим, що жорсткі ринкові умови, притаманні сьогодні Україні, потребують від підприємців кропіткого планування, постійного контролю та вдосконалення своєї діяльності. Таким чином, перш за все, для досягнення задовільних результатів розвитку українського підприємництва є інвестування в інтелектуальний капітал та підвищення освітнього рівня, зокрема у сфері набуття практичних навичок ведення бізнесу. На другому етапі на бізнес-інкубатори покладається вирішення питань допомоги з маркетингової діяльності, що дозволить не тільки створити підприємство, а й ефективно розвиватися в конкурентних ринкових умовах.

Отже, подолання перших двох етапів, на нашу думку, сприятиме вирішенню завдань блоку 1, що матиме позитивний вплив на поживлення економіки України та її соціально-економічний розвиток. Як наслідок цього в діяльності бізнес-інкубаторів можливе формування певних статей, за якими структура буде отримувати дохід. Прикладом



Модель бізнес-інкубатору [2]

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

таких елементів можуть бути послуги, що наведені у блоку 3 моделі бізнес-інкубатору.

Законодавчою базою для бізнес-інкубаторів і інноваційних центрів у частині занять інноваційною діяльністю є закони України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 №2063-III і «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 №40-ГУ [3]. Відповідно до цих законів вони можуть бути віднесені до категорії інноваційних підприємств, якщо розробляють, проводять, надають і реалізують інноваційні продукти і (або) продукцію або послуги, обсяг яких у грошовому вимірюванні перевищує 70% його загального обсягу. Проте практика показала, що відповідно до цього законодавчого документу державна підтримка інноваційної інфраструктури своєї мети остаточно не досягла, що необхідна більш конкретна державна і регіональна політика щодо забезпечення економіко-правових умов ефективного функціонування, як всієї інноваційної інфраструктури, так і, зокрема, бізнес-інкубаторів.

Так, наприклад, законодавча невизначеність статусу окремих елементів інфраструктури, перш за все бізнес-інкубаторів, і комплексу послуг, які вони повинні надавати, приводить до різних підходів в їх тлумаченні. У зв'язку з цим необхідно акцентувати увагу на існуючих особливостях у напрямках діяльності таких структур, зокрема в частині ведення інноваційної діяльності.

Державна і регіональна політика розвитку окремих елементів інфраструктури інноваційного розвитку малого підприємництва має стати частиною загальної концепції державної політики розвитку малого підприємництва і концепції державної регіональної політики, враховувати інтереси і пріоритети держави і регіонів у рішенні соціальних і економічних завдань [6].

Вирішуючи питання щодо формування інфраструктури підтримки інноваційного розвитку підприємництва, необхідно не тільки створювати суб'єктам господарювання умови для більш ефективного ведення власної діяльності, а й сприяти вирішенню загальнонаціональних завдань, а саме: створювати нові робочі місця, сприяти зростанню виробництва і створенню основних механізмів інноваційної моделі його розвитку, уникати диспропорцій в економічному розвитку регіонів. У цілому формування і реалізацію державної політики підтримки і розвитку бізнес-інкубаторів, як і всієї інноваційної інфраструктури, мають забезпечувати органи державної влади і місцевого самоврядування всіх рівнів при взаємодії з науковими, суспільними союзами і об'єднаннями підприємців. Виходячи при цьому з того, що головними завданнями бізнес-інкубаторів, які займаються підтримкою малих підприємств у сфері інноваційної діяльності, мають бути:

- створення умов для інноваційного становлення суб'єктів малого підприємництва;
- створення нових робочих місць у секторі малих виробничих, інноваційних підприємств;

- створення навчальних центрів підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів з метою забезпечення потреб у висококваліфікованій робочій силі;

- проведення маркетингових досліджень, реклама продукції малих підприємств, просування товарів і послуг на ринках України та за її межами;

- інформаційне забезпечення, консалтингові, юридичні, аудиторські і офісні послуги;

- надання в оренду офісних і виробничих приміщень, лізингові послуги;

- розвиток нових технологій;

- розширення можливостей зв'язку і комунікацій для фірм;

- залучення фінансових та інших ресурсів у регіон, сприяння нарощуванню обсягів інвестицій у мале підприємництво і підвищення їхньої ефективності;

- сприяння структурній перебудові економіки регіону;

- забезпечення взаємодії між підприємництвом (виробництвом) і державним науково-технічним сектором для розвитку кооперативних відносин [5].

А діяльність бізнес-інкубаторів має бути спрямована на:

- створення економіко-організаційних і правових умов для формування інфраструктури інноваційного розвитку малого підприємництва;

- розробку додаткових стимулів для розвитку суб'єктів підприємництва інноваційного напрямку діяльності;

- забезпечення контролю щодо якості і асортиментів послуг, які надаються окремими елементами інноваційної інфраструктури, відповідно до потреб підприємців, максимального їх наближення до суб'єктів малого підприємництва;

- оптимізацію співвідношення в розвитку малого підприємства і інноваційної інфраструктури його підтримки;

- впровадження досягнень науково-технічного прогресу;

- вирішення проблем забезпечення зайнятості населення [2].

Висновки

Отже, створення належної інноваційної інфраструктури як необхідного атрибуту для переходу економіки України до моделі інноваційного розвитку потребує постійної уваги держави, суб'єктів господарювання та вчених і актуалізує подальші дослідження цієї проблеми.

Список використаних джерел

1. Немченко А.Б. Бізнес-інкубатори в сфері сучасної державної підтримки розвитку регіональної інноваційної інфраструктури [текст] / А.Б. Немченко, Т.Б. Немченко: Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2010, вип. 17.

2. Васильєва Л.М. Бізнес-інкубатори як частина інфраструктури підтримки малого підприємництва [Електрон. ресурс] / Л.М. Васильєва. Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/ep/2010_1/files/EC110_11.pdf>

3. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 №2063-III // rada.kiev.ua

4. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 №40-IV // rada.kiev.ua

5. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: проблеми становлення і розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ. – Вінниця, 2005.

6. Жук М.В. Передумови формування національної інноваційної системи прискорення розвитку економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – С. 30–37.

7. Жук М.В., Бородіна О.М. Інфраструктурне забезпечення інноваційного процесу в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №8. – С. 66–71.

8. Купченко І.М. Державне сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №4. – С. 89–96.

9. Ляшенко В.И., Кошелева Е.Г., Толмачева А.Ф. Механизмы регулирования развития малого предпринимательства в Украине: Монография. – Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2008.

10. Михайлов Н. Инновационная инфраструктура и бизнес // Инновации. – 2004, №8. – С. 48–51.

11. Общие методические положения по формированию специального режима содействия развитию малого предпринимательства в бизнес-инкубаторах / Кол. авторов: Т.Ф. Бережная, А.В. Гайдатов, Е.Г. Кошелева и др. Институт экономики промышленности НАН Украины. – Донецк: ООО «Юго-Восток ЛТД», 2003.

12. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Укр. контекст. – К.: Логос, 2002.

УДК 659.126:339.92

Р.М. КРАМАРЕНКО,

к.е.н., доцент, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Брендинг міст та регіонів: зарубіжний та вітчизняний досвід

В умовах глобалізації, постійного зростання конкуренції маркетинг території, її імідж та бренд виходять на перший план при порівнянні рівних умов господарювання та проживання. Тому все більше міст цілеспрямовано займаються маркетингом своїх територій, формуванням свого територіального бренда, які обумовлюють інвестиційну та туристичну привабливість міста.

У статті розглянуті питання ролі бренда міста, його логотипа. Акцент зроблено на розгляді успішних прикладів бренда міста як за кордоном, так і на пострадянському просторі.

Ключові слова: мегаполіс, бренд, брендинг міст, логотип.

В условиях глобализации, постоянного роста конкуренции маркетинг территории, ее имидж и бренд выходят на первый план при сравнении равных условий хозяйствования и проживания. Поэтому все больше городов целенаправленно занимаются маркетингом своих территорий формированием своего территориального бренда, обуславливающих инвестиционную и туристическую привлекательность города.

В статье рассмотрены вопросы роли бренда города, его логотипа. Акцент сделан на рассмотрении успешных примеров бренда города как за рубежом, так и на постсоветском пространстве.

Ключевые слова: мегаполис, бренд, брендинг городов, логотип.

In the age of globalization and permanent increase of competition, marketing of the territory, its image and brand come to the fore while comparing the equal conditions

of management and residence. Therefore, a growing number of cities are purposefully involved in marketing of their territories and the territorial brand design determining the investment and tourist attractiveness of the city.

The article deals with the role of the brand. The focus is on reviewing successful examples of how the brand abroad and the former Soviet Union.

Keywords: megapolis, brand, branding cities, logo.

Постановка проблеми. Поняття брендингу міст на сьогодні досить актуальне та популярне. Міста і території, як і компанії, і товари, також володіють оригінальними особливостями, які і можуть служити базовими передумовами для побудови бренда. Якісний бренд завжди справляє істотний вплив на соціальні, економічні та культурні процеси. Брендинг вимірює ці особливості, оцінюючи їх сильні та слабкі сторони, привабливі характеристики.

Бренд потрібен місту для ідентичності, яка, своєю чергою, має бути заснована на цінностях. Крім герба, прапора у міста має бути щось більше. Ось це більше і відображає бренд. Місто має знайти свої цінності, свою ідею і відобразити їх у бренді, а потім висловити його в графічній, візуальній формі, логотипі. Це зовнішнє кодування бренда. Крім логотипу, який є доволі поверхневим візуальним аспектом сіті – брендингу, для створення успішного іміджу необхідна модель стратегічного розвитку, яка лягла в основу брендингової кампанії. Ніхто не може створити бренд міста «від початку». Він уже існує. Його можна лише формувати. Починати потрібно з ідеї, а потім на її основі розробляти бренд. Бренд – це концепція, яка забезпечує стратегічний розвиток міста на довгі роки вперед.