

УДК 338.12

ІНКУБАТОРИ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ФОРМА ЙОГО ІНСТИТУЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ

О. М. Гірняк

Українська академія друкарства,
вул. Під Голоском, 19, Львів, 79008, Україна

Розглянуто значення малого бізнесу, підприємницької діяльності як важливої складової господарської структури в економіці держави. Вказано на проблеми, які виникають на новостворених малих підприємствах. Проаналізовано окремі аспекти функціонування малого бізнесу в промислово розвинутих країнах, зокрема США. Акцентовано увагу на ролі інкубаторів малого бізнесу як форми його інституційної підтримки. Розглянуто суть інкубаторів нового малого бізнесу, його позитивні сторони функціонування та можливі випадки низької ефективності, названо їх причини. Подано узагальнену інформацію про порядок створення інкубаторів нового бізнесу.

Ключові слова: підприємництво, бізнес, малий бізнес, інкубатори малого бізнесу, компанії, ефективність.

Постановка проблеми. Аналіз можливих причин, що призводять до низької ефективності діяльності новостворених малих підприємств, а інколи і до їх банкрутства, та вивчення досвіду підтримки малого бізнесу в промислово розвинутих країнах.

Мета статті — дослідження методів і форм інституційної підтримки підприємств малого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В економічній літературі заслуговують на увагу праці, присвячені малому бізнесу, таких авторів, як О. М. Ніколенко, О. А. Кириченко, К. Г. Ватанов, О. І. Гузела, З. М. Холод, Є. М. Палига, В. Б. Базилюк, О. І. Невгад, П. П. Лазановський, А. П. Сиротинська, О. М. Гірняк та інші.

Проте практика підприємницької діяльності потребує вдосконалення форм і методів підтримки підприємств малого бізнесу, особливо на перших етапах їх заснування. Ця проблема ще недостатньо розкрита, недостатньо проаналізовано досвід функціонування малого бізнесу в промислово розвинутих країнах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одне з найактуальніших і мало досліджених в нашій країні питань менеджменту — проблема організації і управління малими фірмами. Ще з початку 80-х років XX століття в більшості розвинутих країн Заходу спостерігалось небувале піднесення підприємницької активності. Тільки в США створилося більше 600 тисяч нових підприємств, більшість з яких середні та дрібні [1]. Дрібний бізнес набув значення четвертого

елементу господарської структури промислово розвинутих країн (на додаток до трьох основних: великих корпорацій, державних установ і профспілок) і виконує такі три важливі функції:

- 1) сприяє динамічному розвитку економіки, виконує роль одного із основних стимулів науково-технічного розвитку;
- 2) амортизує негативний вплив на найбільші корпорації негативних економічних, соціальних і політичних чинників;
- 3) заповнює ринкові ніші, які неохоплені великими фірмами.

Саме наявність великої кількості малих фірм, які забезпечують диверсифікований попит на товари і послуги споживчого і виробничого характеру, сприяє підтримці в розвинутих ринкових економіках високого рівня чесної конкурентної боротьби і, відповідно, високій ефективності господарювання.

Дрібні фірми відіграють важливу роль у прискоренні науково-технічного розвитку. Багаточисельні дослідження соціальних психологів показали, що задоволення працівників їх роботою обернено пропорційне величині організації, в якій вони працюють, вони розглядають роботу насамперед як засіб самовираження, а не тільки як матеріальну винагороду. Водночас дрібний бізнес в Україні, зокрема у видавничо-поліграфічній галузі, є дещо роз'єднаним і змушений бути в тіні стратегічних рішень великих корпорацій.

Сьогодні з проблем малого бізнесу в літературі опубліковано немало цікавих публікацій, видано монографії. Однак більшість цих робіт орієнтовані здебільшого на аналіз загальних питань розвитку малого бізнесу, його місце в економіці, в окремих галузях промисловості і сфери послуг тощо. При цьому недостатньо висвітлюються питання про створення малих фірм різних форм власності, що треба робити для успішного їх розвитку, особливо в перші роки їх становлення, тобто що є стратегією успіху і коренями невдач [6].

Одним з важливих кроків початку підприємницької діяльності є складання плану бізнесу, який слугує конституцією підприємства на заданий термін підприємницької діяльності. План допомагає підприємцю чи менеджеру чіткіше сформулювати свої цілі, задачі, ідеї. Актуальним на сьогодні для малого бізнесу є твердження одного з теоретиків менеджменту Г. Емерсона: «Хоч би якою була галузь діяльності, та якщо попереднє планування входить у неї постійним елементом, як тверда звичка, то усі труднощі неминуче відступають перед терпінням і наполегливістю виконавців... П'ять років планового і реєстрового руху вперед дають більше ніж двадцять років випадкових спроб, результати яких залишилися тільки в пам'яті службовців, котрі змінюють один одного» [8].

Для підприємців і менеджерів новостворених підприємств малого бізнесу в умовах, коли люди, устаткування, ресурси і гроші зводяться воедино, координуються і направляються для досягнення спільних цілей, завжди виникають проблеми, не вистачає досвіду знань у різних видах виконуваних робіт на підприємстві. Найбільше труднощів виникає при плануванні бізнесу, веденні бухгалтерського обліку, діловодстві, зв'язках з банками, споживачами та постачальниками. На вирішення цих проблем в ринкових промислово розвинутих країнах, зокрема США,

практика функціонування малого бізнесу відреагувала створенням інкубаторів малого бізнесу як новаторського підходу до проблем економічного розвитку.

Слово «інкубувати» має особливе значення, коли воно використовується щодо нового економічного розвитку. Воно означає підтримку певних умов, що сприяють розвитку. В цьому контексті інкубатор — це апарат для підтримки і сприяння нових форм. Інкубатори намагаються надати форму і зміст, структуру і кредитоздатність для утворення і розвитку новостворених підприємств, нового бізнесу, є новаторським підходом економічного розвитку. Основна ідея інкубаторів нового бізнесу — це вишукування і використання підприємницького таланту [2, 5].

Концепція інституційної підтримки підприємництва шляхом інкубування нових компаній викликає великий ентузіазм. У багатьох економічних публікаціях її називають найпотужнішим засобом розвитку економіки, який виник в останні десятиріччя.

Для успішної підприємницької діяльності від підприємця вимагають різних здібностей. Однак важко знайти підприємця, який поєднує в собі технічну грамотність, підприємливу кмітливість, без якої неможливе практичне впровадження технології. Вихованню і розвитку таких якостей в підприємстві сприяють умови інкубаторів нового бізнесу. Потенційного підприємця інкубатори можуть забезпечити офісом або лабораторією за відносно низьку ціну, адміністративними послугами, доступом до бібліотек і банківських даних, досвідченими консультантами, дешевою робочою силою, а також особливими умовами контактів з банками, власниками капіталів, розробниками технологій і офіційними закладами. У таких умовах потенційний підприємець набуває великих можливостей для розвитку і направляє свою енергію на покращення результатів роботи, а не на пошук фінансів і на різні управлінські питання. Установа, яка є засновником інкубатора, має допомогти в секретарській роботі, допомогти налагодити бухгалтерські послуги, технічне редагування, копіювальні послуги, посприяти придбанню комп'ютерного обладнання, зв'язками з науковими закладами.

У практиці менеджменту промислово розвинутих країн організаційно інкубатори відрізняються один від одного за своєю направленістю. Пріоритети відрізняються залежно від джерела фінансової підтримки інкубатора. Вклади засобів в інкубатори проводять державні заклади, органи місцевого управління, спільноти, вищі навчальні заклади, окремі громадяни, фонди і корпорації. Основний напрям діяльності інкубаторів — розвиток фірм і стимулювання підприємництва.

Залежно від типів фінансування розрізняють три найпоширеніших типи інкубаторів, які відрізняються цільовою спеціалізацією:

1. Фінансування місцевою владою або приватною неприбутковою групою:
 - а) створення робочих місць;
 - б) диверсифікація місцевої економіки;
 - в) зміцнення фінансового стану спільноти;
 - г) використання незайнятих приміщень.
2. Фінансування університетами:
 - а) комерціалізація наукових розробок.

3. Фінансування приватними корпораціями:

- а) інвестування компаній-клієнтів;
- б) прибуток від оренди і послуг.

Важливою стороною організаційного механізму функціонування інкубаторів є забезпечення виходу з них нових успішних фірм. Тут також є своя специфіка. Зазвичай клієнти перебувають в інкубаторі від двох місяців до двох років, більшість з них (приблизно 55 %) — до 1 року [2]. Вибуття фірм залежить від цілей, поставлених інкубатором, і від специфіки економічних відносин. Деякі інкубатори спеціально так розробляють систему стимулів, щоб заохочувати малі фірми до швидкого налагоджування самостійно вести власний бізнес.

Інкубатори нового бізнесу відрізняються за своїм призначенням, організаційною структурою, видом та напрямками діяльності, зв'язками з різними організаціями і, відповідно, видами послуг, що надаються.

Досвід функціонування інкубаторів США виділяє найважливіші ключові послуги і способи їх реалізації, що характеризують інкубатори як специфічні інститути підтримки нового бізнесу. Їх умовно можна розділити на 10 груп, які в спеціальній літературі з цієї проблеми називаються «критичними успіхами інкубаторів» і об'єднують найважливіші функції і послуги щодо інкубованих компаній:

- ділова експертиза на місці;
- доступ до фінансування і капіталу;
- конкретна фінансова підтримка;
- забезпечення підтримки суспільства;
- створення мережі підприємців;
- навчання підприємницької діяльності;
- усвідомлення успіху;
- зв'язок з університетами;
- чітка програма розвитку;
- підбір кандидатів для інкубаторів.

Чіткий зв'язок між успіхом інкубаторів і наявністю кожного з цих десяти наведених факторів усвідомлюється менеджментом більшості цього інституту. При цьому при потужнішій дії цих факторів успішніше розвиваються як самі інкубатори, так і компанії, що входять в їх склад.

На основі діяльності інкубаторів у першому десятиріччі американські спеціалісти в галузі організації управління інкубаторами наголосили на виникненні деяких негативних моментів у розвитку цієї форми підтримки малого бізнесу. Основні причини низької ефективності деяких інкубаторів нового бізнесу загалом умовно можна розділили на чотири групи:

- Невдалий вибір місця для організації інкубаторів і пов'язані з цим фінансові труднощі.
- Проблеми незадовільного рівня менеджменту в інкубаторах. Специфіка функціонування інкубаторів потребує універсальної підготовки керівників, які поєднують в собі вміння орієнтуватись в двох і більше галузях.

- Причини, пов'язані з виходом із інкубаторів компаній в інші регіони країни.
- Жорсткі вимоги вибору охочих вступити в інкубатори компаній, намагання сконцентрувати зусилля на компаніях, які перспективніші в економічному зростанні. Як наслідок, у програмі частіше залишаються нові види бізнесу.

У підсумку названі деякі негативні моменти в розвитку інкубаторів нового бізнесу, які у жодному разі не дискредитують ідею підтримки і розвитку ділових навиків підприємців. Різноманіття форм і принципів такої підтримки, тобто її практична індивідуалізація, зумовлює, на думку спеціалістів, і життєздатність, і великий потенціал концепції інкубаторів. Однак її розвиток і реальне втілення потребують виваженої і скоординованої стратегії від всіх зацікавлених сторін.

Ідея інкубаторів, зокрема в бізнесі США, не нова, вона пройшла значну кількість експериментів. Під час створення інкубаторів необхідно усвідомлювати, що інкубатори — не панацея від всіх економічних бід. Це лише один з інструментів широкої стратегії економічного розвитку. Дослідження американських вчених в цій сфері [1, 2, 3, 4, 5] показують, що інкубатори можуть сприяти розвитку, але цей процес потребує часу. Результати не з'являються миттєво. Дуже важливо реально оцінити перспективи і зрозуміти, які напрями має містити робота зі створення життєздатного інкубатора. Управління має постійно шукати можливості використання основних факторів успіху в своїй діяльності. Але інкубування компаній вимагає не тільки ефективного використання своїх ресурсів, а й розуміння самого процесу підприємницької діяльності. Об'єднавши цікаві моменти, інкубатор може досягти високої ефективності роботи.

Але якщо роль інкубатора неправильно оцінюється і сам він організований на низькому рівні, то в перспективі він приречений на невдачу. Отже, невдача такого інкубатора відбудеться не через помилки концепції інкубаторів, а через те, що її неправильно усвідомили організатори.

Багатьом фірмам необхідно п'ять і більше років, перш ніж вони досягнуть зрілості на ринку (особливо це стосується високотехнічних фірм). Інші фірми, такі як транспортні агентства і страхові компанії, асоційовані в деяких інкубаторах, — не ті, на які треба орієнтуватися інкубатору в своїй діяльності, тому що в багатьох випадках вони могли б розвиватися без його допомоги [5].

Для новоутворених малих підприємств важливо усвідомити, що інкубатор — це засіб для досягнення цілі, одна з фаз росту і становлення компаній. Підприємці, зі свого боку, мають бути уважні до спільних з інкубатором інтересів і глибоко зрозуміти процес інкубування. Перебування в інкубаторі потребує від нього не менш напруженої діяльності, ніж при самостійному веденні бізнесу. Кожний підприємець має усвідомлювати, що він віддає і що одержує натомість, вступаючи в інкубатор. Взаємодія підприємця та інкубатора буде ефективною, якщо вибір зроблений правильно, кожна сторона знає, що вона вкладає в цю асоціацію і що одержує натомість.

Багато американських спеціалістів з проблем малого бізнесу вважають, що інкубатори нового бізнесу мають широке застосування в США і в багатьох інших країнах і кількість їх буде збільшуватися [1, 2, 3, 4, 5].

Американський досвід створення і функціонування інкубаторів нового бізнесу свідчить про різноманіття їх форм і організаційної побудови. Проте процес створення інкубаторів будь-якого типу містить в собі набір необхідних етапів, які сприяють уникненню концептуальних і організаційних помилок. Серед найпоширеніших етапів створення інкубаторів можна виокремити:

- створення робочої групи, в яку входять спеціалісти з підприємницької діяльності, громадські організації;
- аналіз місцевої економічної бази, який містить:
 - а) характеристики великих корпорацій, що є в цій місцевості;
 - б) рівень підприємницької активності в регіоні;
 - в) наявність виробничих і невиробничих площ, попит на них.
- оцінка мережі підтримки малого бізнесу. Важливо визначити рівень підтримки малого бізнесу громадськістю в регіоні;
- організація управління, яка містить:
 - а) організаційну структуру управління;
 - б) політику діяльності.

Під час створення інкубаторів робоча група використовує чисельні рекомендації, які виробила багаторічна практика функціонування цих інститутів.

Висновки. Аналіз форм і методів підтримки малого бізнесу в промислово розвинутих країнах на основі літературних джерел, викладених в статті, зокрема практики застосування інкубаторів як форми його підтримки, може бути використаний для удосконалення форм підтримки малого бізнесу у практиці вітчизняних підприємств, зокрема видавничо-поліграфічної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Tannenbaum J. T. Small Businesses Stand to Win In Gains Tax Cut. *The Wall Street Journal*. 14.6.89.
2. Brown B. Businesses Incubators Suffer Growing Pains. *The Wall Street Journal*. 16.6.89.
3. Lumpkin J. R. Screening Practices of New Business Incubators. *American Journal of Small Businesses*. Spring, 1988.
4. Fry F. L. The Role of incubators in Small Business Planning. *American Journal of Small Businesses*. Summer, 1987.
5. Smilor R. W. *The New Business Incubator*. Lexington Books, 1986.
6. Гірняк О. Деякі аспекти процесів становлення і розвитку малих форм і планування їх діяльності. Формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємницьких структур в Україні : матеріали УШ Всеукраїнської наук.-практ. конференції (листопад 24-26), 2022.
7. Гірняк О. Парадигма аспектів менеджменту та маркетингу у сучасному підприємстві видавничо-поліграфічної галузі. Наукові записки [Української академії друкарства]. 2021. № 1.
8. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент : підруч. Львів : «Магнолія 2006», 2012. 352 с.

REFERENCES

1. Tannenbaum, J. T. Small Businesses Stand to Win In Gains Tax Cut: The Wall Street Journal, 14.6.89 (in English).
2. Brown, B. Businesses Incubators Suffer Growing Pains: The Wall Street Journal, 16.6.89 (in English).
3. Lumpkin, J. R. (Spring, 1988). Screening Practices of New Business Incubators: American Journal of Small Businesses (in English).
4. Fry, F. L. (Summer, 1987). The Role of incubators in Small Business Planning: American Journal of Small Businesses (in English).
5. Smilor, R. W. (1986). The New Business Incubator. Lexington Books (in English).
6. Hirniak, O. (2022). Deaki aspekty protsesiv stanovlennia i rozvytku malykh form i planuvannia yikh diialnosti. Formuvannia stratehii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku pidpriemnytskykh struktur v Ukraini : materialy USH Vseukrainskoi nauk.-prakt. konferentsii (lystopad 24-26) (in Ukrainian).
7. Hirniak, O. (2021). Paradyhma aspektiv menedzhmentu ta marketynhu u suchasnomu pidpriemnytstvi vydavnycho-polihrafichnoi haluzi: Naukovi zapysky [Ukrainskoi akademii drukarstva], 1 (in Ukrainian).
8. Hirniak, O. M., & Lazanovskyi, P. P. (2012). Menedzhment. Lviv : «Mahnoliia 2006» (in Ukrainian).

doi: 10.32403/1998-6912-2023-1-66-210-217

SMALL BUSINESS INCUBATORS AS A FORM OF ITS INSTITUTIONAL SUPPORT

O. M. Hirniak

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pid Holoskom St., Lviv, 79020, Ukraine
oleg050448@gmail.com*

The article discusses the significance of small business and entrepreneurship as an important component of the economic structure of the state. It highlights the problems that arise in newly created small businesses. Several aspects of the functioning of small businesses in industrially developed countries, particularly the United States, are analysed. Attention is focused on the role of small business incubators as a form of institutional support. The essence of new small business incubators, their positive functioning aspects, possible cases of low effectiveness, and their causes are studied. General information about the procedure for creating new business incubators is provided.

The purpose of the organizational mechanism of the functioning of incubators is shown, the need to develop a system of incentives to encourage small companies to speed up their own business is emphasized. The most important key services and methods of

their implementation in the practice of functioning of US incubators are highlighted. Some negative points in the development of this form of small business support are noted and the influence of the level of organization of the incubator on the success of its work and the impact on the activities of the companies with which it works is indicated.

It is emphasized the need for newly formed small businesses to realize that the incubator is a means to achieve the goal, one of the phases of their growth and formation as a company, being in an incubator requires no less intense activity from them than when running a business independently. Attention is focused on the fact that when creating incubators, it is worth using numerical recommendations, which have been developed over many years of practice of the functioning of this driving force of small business.

Keywords: *entrepreneurship, business, small business, small business incubators, companies, effectiveness.*

Стаття надійшла до редакції 27.01.2023.

Received 27.01.2023.