

УДК 334. 722

**О.П. Крайник**Львівський регіональний інститут державного управління  
Академії державного управління при Президентові України**РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ**

© Крайник О.П., 2003

**Розглянуто існуючі засоби розширення сфери підприємницької діяльності в регіоні. Запропоновано нові як системи групового маркетингу компанії венчурного фінансування тощо, використання яких дасть змогу активізувати регіональну ділову активність. Розроблено схему відповідності засобів та шляхів сприяння розвитку підприємництва .**

**The existing means of expanding the entrepreneurship activities in the region are presented. New means, as a system of group marketing and venture financing companies are proposed, which would allow the regional business activity to grow. The scheme of relevance of means and ways of promoting the entrepreneurship development is created.**

Підприємництво є одним з найважливіших чинників регіонального економічного розвитку, процесом, який забезпечує створення нових робочих місць та підвищення добробуту населення регіону. Тому пошук шляхів розширення сфери підприємницької діяльності є важливим завданням як органів місцевої влади, так і приватних структур та недержавних громадських організацій.

Крім того, розширення сфери підприємницької діяльності є одним з важливих напрямків стратегічного планування розвитку території та включає багато важливих елементів, які традиційно використовуються в регіонах, або є необхідними для створення при виконанні поставленого завдання. До традиційно існуючих, які вже протягом певного періоду часу використовуються, як: створення бізнес-інкубаторів та бізнес-центрів, організація технопарків та технополісів, формування центрів розвитку туризму. До нових напрямків розширення ділової активності в сфері підприємництва можна віднести: створення інформаційних центрів місцевих органів влади, заснування компаній венчурного фінансування, використання переваг системи групового маркетингу та розвиток підприємницьких здібностей шляхом запровадження навчальних курсів з вдосконаленою системою навчання.

В цілому використання цих засобів розширення сфери підприємницької діяльності направлено на декілька аспектів: заохочення створення нових підприємств в регіоні, залучення нових фірм ззовні, підтримку та розширення існуючих в регіоні підприємств, пропаганду і заохочення підприємницької діяльності, навчання та перенавчання бажаючих займатися підприємницькою діяльністю. Причому стратегії розширення підприємницької діяльності можуть поєднувати декілька або базуватись на одному з цих підходів (таблиця).

### Відповідність засобів і шляхів сприяння розвитку підприємництва в регіоні

Засоби	Шляхи сприяння розвитку підприємництва в регіоні		
	Створення нових підприємств	Залучення підприємств ззовні	Розширення існуючих бізнесових структур
Інформаційні центри органів місцевої влади	o	o	o
Компанії венчурного фінансування	o		o
Бізнес-інкубатори	•	•	
Центри сприяння розвитку туризму	•	•	•
Системи групового маркетингу	o		o
Технопарки та технополіси	•	•	•
Розвиток підприємницьких здібностей	•		

- Використання в широких межах виправдане.
- o Рекомендовано створення та використання.

Основна мета створення *інформаційних центрів* – це надання інформації потенційним підприємцям про умови ведення бізнесу в регіоні. Такі центри є важливим елементом розширення сфери підприємницької діяльності, вони здатні акумулювати великі об'єми необхідної інформації та заощадити час на вивчення особливостей регіональних підходів до ведення бізнесу. Крім того, такі центри можуть узагальнювати та подавати місцевим органам влади інформацію про тенденції розвитку ділової активності та виявляти проблеми розширення сфери підприємницької діяльності.

Створення *компаній венчурного фінансування* є важливим механізмом, який уможливить покращити фінансове забезпечення інноваційних проєктів, які реалізуються в регіоні. Існуюча система фінансового забезпечення підприємств не завжди пристосована до стимулювання їхньої інноваційної діяльності. Причиною цього є неможливість банківських установ оцінити номінальну вартість технічного нововведення та використати такі активи, як майнову заставу за позику. Тому важливим для ділового розвитку є створення механізмів фінансування малих фірм, які займаються пошуком нових методів та технологій виробництва товарів та надання послуг. Такий механізм може бути створений через компанії венчурного фінансування, які на акціонерній основі залучають кошти місцевого населення для інвестування в малі та середні підприємства інноваційного типу. Фінансуючи малі та середні підприємства, такі компанії повинні віддавати перевагу інвестиціям, якщо підприємство:

- характеризується випуском нових видів продукції та нових методів надання послуг, використовує нові технології у виробничому процесі, застосовує нові підходи до маркетингових досліджень;
- має потенціал швидкого нарощування обсягів виробництва товарів та послуг;

- націлене на реалізацію своєї продукції та послуг поза межами регіону;
- має висококваліфікований персонал та сильні кадри на вищій ієрархічній управлінській ланці.

Використання такого підходу забезпечить пришвидшене оновлення продукції, нарощування обсягів її виробництва та розширення ринків реалізації за рахунок виходу за межі регіону.

*Бізнес-інкубатори* є одним з найважливіших елементів системи сприяння розвитку ділової активності в регіоні. Основним завданням бізнес-інкубаторів є допомога у створенні та розвитку малих та середніх підприємств, навчально-тренувальна та консультаційна допомога, професійна підготовка спеціалістів з управління малими та середніми підприємствами. Крім того, створення бізнес-інкубаторів в регіоні допомагає у вирішенні ще багатьох важливих завдань. Так, співпрацюючи з місцевими органами влади, вони здатні впливати на активізацію роботи відповідних служб та відділів щодо розвитку підприємництва в регіоні. Крім того, такі структури є місцем, куди можуть звертатись початківці та отримати інформацію про можливості та вимоги щодо започаткування бізнесу в тій чи іншій сфері діяльності. Майбутні підприємці можуть отримати практичну допомогу в заснуванні свого бізнесу через залучення та надання на вигідних умовах вільних адміністративних, виробничих та складських площ, вільного устаткування державних підприємств та об'єктів під офіси та приміщення для здійснення виробничої діяльності та розвитку бізнесу.

Бізнес-інкубатори забезпечують створення механізмів гарантування застав з боку органів місцевої влади при кредитуванні підприємств малого та середнього бізнесу, в тому числі інноваційного типу, що сприятиме стимулюванню інноваційної діяльності, розширенню сфери застосування новітніх технологій на місцевому рівні.

Ще однією важливою функцією є збір інформації про необхідність перенавчання та оновлення знань, підвищення кваліфікації управлінського персоналу малих та середніх підприємств, підготовка спеціальних тренінгових програм з залученням спеціалістів відповідних служб та органів, організація постійно діючих консультативних семінарів для роз'яснення нових положень законодавчого та нормативного характеру. Важливу роль відіграють бізнес-інкубатори в наданні керівникам органів місцевої влади та підприємцям допомоги в розробленні бізнес-планів для реалізації місцевих програм розвитку. Актуальною є консалтингова діяльність бізнес-інкубаторів з питань ведення фінансової діяльності. Це може допомогти підприємствам у грамотному залученні та використанні фінансових ресурсів, організації стабільнішої роботи підприємств та забезпеченні попередження їх банкрутства.

В цілому щодо участі у регіональному економічному розвитку, бізнес-інкубатори, активізуючи свою діяльність, здатні сприяти реалізації таких взаємопов'язаних цілей, як:

- забезпечення збільшення кількості новоутворених малих та середніх підприємств;
- зменшення рівня банкрутств малих та середніх підприємств;
- поліпшення фінансування малого та середнього бізнесу;
- підвищення рівня зайнятості в регіоні;
- прискорення введення в виробництво технічних новинок та забезпечення підвищення рівня продуктивності праці підприємств регіону.

*Системи групового маркетингу* є одним з дієвих засобів розширення ділової активності в регіоні. Груповий маркетинг використовується у разі, коли група підприємств або осіб, що займаються підприємницькою діяльністю об'єднуються для здійснення своєї маркетингової та збутової діяльності. Спонукають підприємства до використання таких підходів, переваги яких несе в собі об'єднання, а саме:

- розширення можливостей зростання масштабів виробництва та отримання економії за рахунок цього зростання;
- економія за рахунок об'єднання маркетингових та збутових операцій малих та середніх підприємств;
- кращі можливості протистояння зовнішній конкуренції та пристосування до змінних умов ринку.

Крім того, до переваг групового маркетингу можна віднести підвищення рівня кваліфікації управлінського персоналу всіх рівнів, які працюють разом та виробляють спільні рішення. Найуспішнішими вважаються варіанти об'єднання підприємств для здійснення маркетингової та збутової діяльності, коли група підприємств розділяє один і той самий ринок, а цілі кожного підприємства групи збігаються з загальними цілями об'єднання. Легше реалізувати переваги групового об'єднання підприємств, якщо для кожного з них чітко окреслена вигода, яка конкретизована у величині прибутку як результаті цієї вигоди. Для органів місцевої влади такі об'єднання теж несуть в собі деякі переваги, оскільки уможливають краще визначати потреби та реалізувати заходи таких підприємств та полегшити співпрацю між представниками влади та бізнесу.

Незважаючи на ряд істотних переваг, підприємства регіону поки що практично не використовують можливості групового маркетингу та збуту. Причинами такої ситуації є, по-перше, недостатнє розуміння управлінським персоналом переваг групового підходу або незнання про існування таких можливостей, консерватизм та небажання змінювати існуючу систему на підприємстві. По-друге, пересторогою до об'єднання є недовіра до інших партнерів групи, побоювання втратити контроль над процесами маркетингу та збуту. Також на небажання об'єднуватись може вплинути брак фінансів у підприємства, відсутність достатнього законодавчого та нормативного регламентування цього процесу. У разі, якщо об'єднання все ж таки відбувається, його порядок може приблизно виглядати так:

1. Визначається група підприємств, зацікавлених у спільній роботі, формується спільний орган управління процесами збуту та маркетингу.
2. Досліджуються та узгоджуються індивідуальні запити підприємств.
3. Встановлюються загальні цілі, вибираються методи досягнення цих цілей для підприємств об'єднання.
4. Досліджуються ринки та торговельно-розподільча мережа як в регіоні, так і поза його межами.
5. Визначаються методи виходу на ринок, використовуючи спільну інфраструктурну мережу та можливості реалізації продукції або надання послуг об'єднанням підприємств.
6. Здійснюється техніко-економічне обґрунтування вибраних методів та оцінюються можливості збільшення реалізації продукції кожним підприємством.
7. Забезпечується фінансування об'єднання підприємств для здійснення маркетингової та збутової діяльності.

*Центри сприяння розвитку туризму* формують індустрію туризму в регіоні, що вступила в активну фазу свого розширення та є одним з важливих компонентів стратегії економічного розвитку. Ефективність функціонування цієї галузі давно визнана та підтверджена світовим досвідом. Туризм забезпечує отримання швидких доходів при відносно невеликих капіталовкладеннях, причому важливим є те, що цей показник не пов'язаний з загальним економічним розвитком країни. Формування програм розвитку туризму передбачає встановлення конкретних цілей та завдань, які сприяють економічному розвитку регіону. До таких цілей можна віднести розширення сфери підприємницької діяльності, формування конкретних напрямків туризму, націлення на конкретні контингенти населення, вибір раціональних рекламних заходів тощо.

Пріоритети туристичної галузі в регіоні визначаються існуючими природними ресурсами та унікальними рекреаційними та відпочинковими можливостями. Саме тому одним із сформованих напрямків стратегічного плану розвитку м. Львова є розвиток туристичної галузі, яка сприятиме економічному зростанню міста та регіону.

Особливістю сучасного економічного розвитку є наукомісткий характер ведення та розширення господарської діяльності підприємств. Включення до стратегії економічного розвитку галузей та секторів, що опираються на нові технології, забезпечує випуск щораз складніших наукомістких виробів, що дає можливість забезпечити підтримання або підвищення рівня конкурентоспроможності виготовленої продукції в регіоні, розширення або збереження кількості робочих місць та підвищення рівня добробуту населення. Процес виготовлення та реалізації наукомісткої продукції включає дві стадії: Перша – дослідження та технічне проектування, друга – впровадження. Поєднання цих двох процесів досить успішно реалізується в *технопарках*, скерованих на впровадження у виробництво технічних новинок.

Окрім теоретичних знань, які набуваються підприємцями в традиційно існуючих освітніх закладах або в сучасних бізнес-центрах, важливим є для успішного започаткування та ведення бізнесу *розвиток практичних підприємницьких навичок*. Для заохочення та розвитку підприємницьких навичок доцільне заснування шкіл практичного ведення бізнесової діяльності в регіонах. Такі школи розвитку підприємницьких навичок повинні давати практичні знання, які б ґрунтувалися на реальних умовах ведення бізнесу в регіоні, розвивали аналітичні навички та вміння працювати з різноманітними державними органами тощо.

В цілому будь-яка стратегія економічного розвитку повинна включати програми підвищення освітнього рівня працівників. Більшість країн ринкового спрямування підтримують високий рівень конкурентоспроможності через високий рівень кваліфікації робітників та високий освітній рівень всіх працівників. Одним із шляхів забезпечення реалізації цього процесу є надання певного багажу знань, навичок та вмінь майбутнім працівникам ще у школах. Це тим більш актуально, оскільки вимоги до рівня знань на ринку праці щоразу зростають. Заклавши підвалини професії в ранньому віці, працівники повинні мати змогу вдосконалювати та підвищувати свою кваліфікацію протягом усього життя.

### **Висновки**

Використання різноманітних засобів розширення сфери підприємницької діяльності є дієвим механізмом забезпечення економічного розвитку регіону. До таких методів відносяться: створення інформаційних центрів органів місцевої влади; заснування компаній венчурного фінансування; створення нових та підтримка роботи існуючих бізнес-інкубаторів, підтримка перспективної туристичної галузі та функціонування центрів

розвитку туризму, сприяння інноваційним методам ведення бізнесу та формування технопарків; використання системи групового маркетингу для покращання маркетингової та збутової діяльності підприємств; розвиток підприємницьких навичок та здібностей потенційних керівників малих та середніх підприємств. Всі перераховані засоби скеровані на створення нових підприємств малого та середнього бізнесу, розширення існуючих бізнесових структур та залучення підприємств з-за меж регіону, що забезпечить розширення ділової активності в регіоні, створення нових робочих місць та підвищення рівня зайнятості, підвищення добробуту та якості життя в регіоні.

1. *Топчієв О.Г. Теоретичні основи регіональної економіки: Навч. посібник. – К., 1997.*
2. *Аналіз впливу запропонованих законів та регулювань: Документ СІГМА №13. – Париж, 1997.*
3. *Executive Order 12866: Regulatory Planning and Review. White House. – June 1994.*
4. *Концепція державної регіональної політики, затверджена Указом Президента України від 25 травня 2001 р. – № 341/2001.*
5. *Сундаков А. Реформи системи державного управління в Україні на шляху до трансформації. – К, 2001.*

**УДК 658.8**

**С.І. Кубів**

Національний університет “Львівська політехніка

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ**

© Кубів С.І., 2003

**Аналізуються тенденції конкурентного становища вітчизняних банків та подаються рекомендації щодо зростання їх привабливості для клієнта з використанням концепції бенчмаркінгу**

**The tendencies of competition environment of the Ukrainian banks are analysed. The recommendation for growth of banks attractive for clients on the base of benchmarking are given.**

Для успішного функціонування на ринках будь-який господарюючий об'єкт повинен володіти інформацією про своє макро- та мікросередовище. Найважливішими складовими мікросередовища є конкуренти та споживачі. Згідно з теорією маркетингу виділяють 5 сил конкурентного середовища підприємства [1, с. 403]: конкуренція у межах галузі; загроза появи нових конкурентів – потенційні конкуренти; загроза з боку товарів-субститутів; можливість тиску з боку постачальників; можливість тиску з боку споживачів. Найбільшу загрозу для банку становлять інші банки. Банку необхідно вивчати досвід діяльності “проблемних” банків, банків, які знаходяться у регіоні впливу цього банку чи які близькі за асортиментом послуг, стратегією розвитку та формами роботи. Очевидно, що не потрібно повністю відмовлятися і від аналізу найбільших банків для того, щоб визначити напрямки вдосконалення своєї діяльності.

Окремі дані про комерційні банки, які діють на ринку банківських послуг України, подано в табл. 1.