



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ЛІДЕРСТВО В
ЕКОНОМІЧНОМУ ВРЯДУВАННІ



Інструменти політики щодо малого та середнього підприємництва: міжнародний досвід

Цей документ було підготовлено за підтримки американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Програми "Лідерство в економічному врядуванні" (USAID ЛЕВ).

Програма USAID ЛЕВ впроваджується:



Міжнародною благодійною організацією
«Фонд Східна Європа»

у партнерстві з:



громадською організацією
«Інститут економічних досліджень і політичних консультацій»



громадською організацією
«Центр соціально-економічних досліджень «CASE-Україна»



громадською організацією
«Київський економічний інститут»

Автор: Артур Ковальчук, науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень і політичних консультацій», експерт Програми USAID ЛЕВ.

Погляди автора, висловлені в цьому документі, можуть не збігатися з поглядами Агентства США з міжнародного розвитку або Уряду Сполучених Штатів Америки.



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ЛІДЕРСТВО В
ЕКОНОМІЧНОМУ ВРЯДУВАННІ

Програма USAID "Лідерство в економічному врядуванні" (USAID ЛЕВ)

вул. Саксаганського, 44, оф. 5, Київ 01033 Україна

Тел.: +380 44 289-5532

Факс: +380 44 200-3825

eef.org.ua

facebook.com/USAIDLEVProgram

Зміст

<u>Вступ:</u>	4
<u>1. Стратегічне планування та законодавче забезпечення</u>	5
<u>1.1 План щодо розвитку бізнес-середовища</u>	5
<u>1.2 Координація національних та регіональних планів</u>	5
<u>1.3 Експортна стратегія</u>	6
<u>1.4 Закон про кредитні відносини</u>	7
<u>2 Інституційне забезпечення</u>	7
<u>2.1 Створення агентства зі сприяння розвитку підприємництва</u>	7
<u>2.2 Представницький орган МСП</u>	8
<u>3 Інтернет-ресурси</u>	9
<u>3.1 Інтернет-портал за принципом «єдиного вікна»</u>	9
<u>3.2 Інтернет платформа щодо підприємництва серед жінок</u>	9
<u>4 Навчання та тренінги</u>	9
<u>4.1 Викладання підприємництва в школах</u>	9
<u>4.2 Тренінги для потенційних підприємців</u>	10
<u>4.3 Мережа взаємодії бізнесу та університетів</u>	11
<u>4.4 Конкурс бізнес-планів</u>	12
<u>5 Фінансова підтримка</u>	12
<u>5.1 Державне гарантування кредитів</u>	12
<u>5.2 Гранти на підвищення потенціалу підприємств</u>	13
<u>5.3 Субсидії на консультативні послуги</u>	14
<u>5.4 Підтримка експортерів</u>	14
<u>5.5 Підтримка інновацій</u>	15
<u>5.6 Доступ до державних закупівель</u>	16
<u>Висновки:</u>	16

Вступ:

Здійснюючи політику щодо МСП в Україні, необхідно враховувати багатий позитивний та негативний досвід використання інструментів підтримки в інших країнах. З одного боку, це дозволить уникнути значних помилок, а з іншого – вибрати ті інструменти, імплементація яких, з врахуванням специфіки сектора в Україні, спричинить найбільший позитивного ефект на сектор МСП та економіку в цілому.

Загалом, інструменти політики щодо МСП поділяються на дві великі групи:

- **прямі** (послуги, які надаються безпосередньо бізнесу, субсидії, гарантування кредитів тощо);
- **непрямі** (покращення ділового середовища, створення позитивного іміджу підприємництва тощо).

	Прямі	Непрямі
Можливості	Широкий вибір інструментів; Підтримка окремих видів підприємств, зокрема інноваційних	Значний вплив на розвиток всіх МСП; Не призводять до структурних викривлень; Немає значних прямих витрат з бюджету.
Виклики	Висока вартість; Можливості для корупції та зловживань; Можливості структурних викривлень; Проблеми інституційної спроможності для впровадження.	Вартість впровадження, дотримання, моніторингу та коригування політики реформ.

Зважаючи на те, що різні інструменти по різному впливають на підприємництво, існує необхідність їхнього ранжування. Хоча в окремих випадках оцінити ефективність того чи іншого інструменту досить складно (або ж неможливо), саме вона повинна стати одним з основних критеріїв для впровадження.

Основні групи інструментів (в порядку зменшення їхнього позитивного впливу на розвиток МСП):

1. Розвиток конкуренції; зменшення регуляторного навантаження та витрат на дотримання вимог законодавства; захист прав власності.
2. Пом'якшення законодавства щодо захисту прав працівників.
3. Послуги з підтримки підприємців.
4. Податкові стимули для МСП; стимулювання безробітних до започаткування бізнесу.

Документ містить короткі описи належних практик політики щодо МСП в різних країнах, а також посилання для додаткового вивчення. Його структура є наступною. В Розділі 1 наведено приклади стратегічних документів, які використовуються в інших країнах. В другому розділі наведені елементи інституційного забезпечення реалізації політики. Третій розділ містить приклади інтернет-ресурсів, діяльність яких спрямована на підтримку підприємницької діяльності. В четвертому розділі наведено приклади надання консультацій підприємцям, а також заходи, спрямовані на популяризацію підприємницької діяльності. Останній, п'ятий розділ містить приклади фінансової підтримки, яка є однією з найбільш затребуваних серед підприємців в різних країнах, в тому числі й в Україні.

1. Стратегічне планування та законодавче забезпечення

1.1. План щодо розвитку бізнес-середовища

План дій щодо Бізнес-середовища на 2013-2014рр.

Країна: Латвія

План дій, який був розроблений Міністерством економіки у співпраці з бізнес-організаціями та різними міністерствами, був прийнятий постановою Уряду 9 червня 2013 року. Основою для складання плану слугували показники рейтингу Doing Business, який готується Світовим Банком.

Документ включав в себе 31 захід, реалізація яких спрямована на створення сприятливого для бізнесу середовища для всіх підприємств. Ці заходи були зосереджені на таких напрямках:

- Започаткування бізнесу (6 заходів);
- Процес будівництва (5 заходів);
- Реєстрація нерухомості (3 заходи);
- Захист інвесторів (1 захід);
- Оподаткування (5 заходів);
- Міжнародна торгівля (2 заходи);
- Виконання контрактів (6 заходів);
- Зайнятість працівників (1 захід);
- Розвиток електронних сервісів (2 заходи).

Успішна реалізація плану дозволила Латвії піднятися в рейтингу, а також втримати статус однієї з кращих країн Європи, за легкістю ведення бізнесу. За більшістю показників, якими вимірюється стан МСП в ЄС, МСП в Латвії показують результати, вищі від середніх по ЄС.

Використання такого підходу, з одного боку, дозволяє легко оцінити реалізацію програми, а з іншого – забезпечити протяжність реалізації заходів. Крім того, не змінюючи підходу кожна програма такого типу може концентрувати зусилля органів влади за окремими напрямками. Так, План дій щодо бізнес-середовища на 2014-2015 рр., головна ціль якого - "прості та якісні процедури: більше електронних послуг", включає 49 заходів, 17 з яких стосуються електронних послуг.

Текст стратегії на 2013-2014 рр. (англ.): https://www.em.gov.lv/files/uznemejdarbiba/BE_3.doc

Текст стратегії на 2014-2015 рр. (ест.): <http://likumi.lv/ta/id/270607-par-uznemejdarbibas-vides-uzlabosanas-pasakumu-planu-2014-2015-gadam>

Джерело:

2014 SBA Fact Sheet. Latvia;

https://www.em.gov.lv/en/sectural_policy/industrial_policy/entrepreneurship/business_environment/

1.2. Координація національних та регіональних планів

Країна: Італія

Small Business Act (SBA) відіграє все більшу роль у формуванні заходів політики щодо МСП в Італії як на національному, так і на регіональному рівнях. Починаючи з 2011 року частина регіонів країни (Лаціо, Лігурія, Ломбардія, Марке, Тоскана, Сицилія) включили до регіональних програм принципи SBA та реалізують їх на практиці. Деякі з цих регіонів призначили також представника інтересів МСП.

Для того, щоб забезпечити комплексну реалізацію стратегії, але разом з тим уникнути дублювання витрат, Міністерство економічного розвитку та регіони постійно координують свої дії у сфері МСП. В контексті реалізації програми «Структурні фонди 2014-2020», є особливо важливою підтримка діалогу щодо того, як саме регіони планують підтримувати мікропідприємств (та МСП в цілому) відповідно до SBA. Так, в 2013 році Постійний комітет МСП, створений Міністерством економічного розвитку, декілька разів збирався для обговорення того, як кошти Структурного

фонду будуть розподілятися з метою підтримки МСП. Міністерство також запустило опитування, метою якого було визначити потреби регіонів в заходах підтримки МСП, що в результаті дозволить направляти ресурси Фонду на ті заходи підтримки, які матимуть найбільший позитивний ефект.

Джерело:
SBA Fact Sheet. Italy

1.3. Експортна стратегія

Експортна стратегія Чеської республіки 2012-2010

Країна: Чехія

Місце стратегії:

Експортна стратегія базується на підходах, визначених в Стратегії міжнародної конкурентоспроможності Чеської Республіки на 2012-2020 рр., одна з цілей якої – до 2020 року увійти до 20 найбільш конкурентоспроможних країн світу. Експортна стратегія також пов'язана з Національною інноваційною стратегією, Концепцією міжнародної політики, Стратегією безпеки Чеської Республіки. Експортна стратегія базується на принципах, які закладені в документі «Стратегічні умови сталого розвитку Чеської Республіки».

Цілі стратегії:

Головною метою Стратегії є «Збільшити кількість експортерів, а також обсягів експорту та їхній позитивний вплив в середньостроковій перспективі на стале зростання, зайнятість та доходи державного бюджету:

- збільшити величину експорту на 1 особу на 25% до 2020 року (проміжний показник: 12% до 2016 року);
- збільшити кількість експортерів на 15% до 2020 року;
- збільшити кількість МСП-експортерів на 50% до 2020 року.

Конкретна ціль стратегії полягає в тому, щоб географічно диверсифікувати експорт за межі ЄС:

- збільшити обсяг експорту до країн за межами ЄС на 50% до 2020 року (проміжний показник: 25% до 2016 року);
- подвоїти темп зростання експорту до країн за межами ЄС, в порівнянні до експорту до країнами ЄС;
- збільшити кількість експортерів до країн за межами ЄС на 25% до 2020 року;
- забезпечити додатне сальдо зовнішньої торгівлі з країнами ЄС.

Зміст стратегії:

Експортна стратегія складається з трьох основних частин (чи напрямків роботи) (pillars):

Інформація про експорт. Цей напрямок полягає у створенні та зборі інформаційних ресурсів, баз даних та відповідних аналітичних матеріалів з метою розвитку інтернаціоналізації та експорту. Крім того, ця частина також включає вибір найефективніших способів постачання отриманої інформації експортерам. До конкретних заходів, які проводяться за цим напрямком, належать:

- Центр спільних послуг та експортної інформації (back-office);
- Інформаційний портал. Планується створити єдиний портал, який містив би всю необхідну експортерам інформацію. Захід передбачає використання максимального обсягу наявної інформації, її структурування та представлення зручним для користувача способом. Такий підхід базується на тому, що експортеру неважливо, хто саме надає інформацію, а важливо, щоб до цієї інформації був легкий, швидкий та зручний доступ.
- Концептуальний менеджмент глобальної диверсифікації експорту.

Розвиток експорту. Цей напрямок об'єднує низку заходів розвитку експорту як такого, зокрема в наданні послуг для цього. До цих заходів, які проводяться за цим напрямком, належать:

- Послуги експортерам;
- Фінансування експорту та страхування;
- Залучення міжнародних ресурсів та розвиток міжнародної співпраці;

- Розвиток торговельних можливостей;
- Платформа менеджменту та комунікацій.

Розвиток торговельних можливостей. Цей напрямок роботи охоплює наступні сфери діяльності: збільшення попиту на чеський експорт, інвестиції в експорт, маркетинг, торговельна політика, вирішення проблем. Практична робота за цими напрямками проводиться в рамках реалізації чотирьох проектів:

- Торговельна політика ЄС та експорт на спільний ринок;
- Оптимізація роботи міжнародної мережі представництв країни;
- Координація та розвиток послуг, які надаються в рамках міжнародної мережі представництв країни;
- Інвестиції та інновації в експортні галузі.

Стратегією також визначено 12 пріоритетних країн для розвитку експорту: Бразилія, Китай, Індія, Ірак, Казахстан, Мексика, РФ, Сербія, Туреччина, Україна, США та В'єтнам. Крім того, в ній міститься перелік з 25 інших країн, які можуть цікавити експортерів.

Короткий зміст Експортної стратегії Чеської Республіки 2012-2020 (англ.):
<http://download.mpo.cz/get/45705/51811/588544/priloha001.pdf>

Джерело:

<http://www.mpo.cz/dokument104211.html>

1.4. Закон про кредитні відносини

Financing law for SMEs

Країна: Бельгія

Мета закону полягає в створенні умов для кредитування малого бізнесу, щоб створити більш прозорі та збалансовані договірні відносини між кредитором і позичальником. Це дозволить полегшити МСП доступ до фінансування.

Виходячи з того, що на малому чи середньому підприємстві часто відсутні співробітники, в обов'язки яких входить контроль та укладання комплексних позик, цей закон перекладає на кредитора обов'язки щодо визначення того виду кредиту, який найкраще підходить конкретному підприємству-позичальнику, а також пояснення відмови у наданні позики. Законом також встановлено основу для належного захисту МСП у разі одностороннього порушення кредитної угоди.

Практична реалізація окремих положень покладена на асоціації представників МСП і кредитного сектора за допомогою Кодексу поведінки. І Закон, і Кодекс поведінки заплановано оцінювати виконання Закону кожні два роки. Якщо такий механізм саморегулювання буде неефективним, то органи влади залишають за собою право надалі самостійно регулювати такі відносини.

Текст закону (фр.): http://www.etaamb.be/fr/loi-du-21-decembre-2013_n2013003461.html

2. Інституційне забезпечення

2.1. Створення агентства зі сприяння розвитку підприємництва

Slovenian Public Agency for Entrepreneurship

Країна: Словенія

Створення агентства:

1 січня 2013 року в результаті об'єднання трьох агентств, які діяли до того (Державне агентство з технологічного розвитку, Державне агентство з підприємництва та іноземних інвестицій, а також Туристична рада), було створено Державне агентство Республіки Словенія зі сприяння розвитку підприємництва, інновацій, розвитку, інвестицій та туризму (SPIRIT Slovenia). Метою об'єднання було підвищення ефективності державної політики, оскільки раніше підприємці скаржились на те,

що існує багато надто малих інструментів підтримки, які були розрізненими і часто перетинались між собою. Наразі до компетенції SPIRIT Slovenia входять ключові сфери сприяння діяльності підприємств Словенії на найважливіших цільових ринках.

Візія агентства:

SPIRIT Slovenia – ефективна, орієнтована на сталий розвиток інституція, яка сприяє зростанню та розвитку економіки Словенії через свою діяльність у сфері підтримки підприємництва, технологій, інновацій, прямих іноземних інвестицій, інтернаціоналізації та просування економіки країни, а також сприяє популяризації Словенії як туристичної країни.

Місія агентства:

Місія SPIRIT Slovenia полягає в тому, щоб бути активним елементом бізнес-середовища, забезпечувати конкурентоспроможність та просувати економіку країни та туризм. Агентство прагне стати інституцією, яка у співпраці з іншими установами (зокрема, Міністерством економічного розвитку та технологій) надає підприємствам ефективну та комплексну підтримку розвитку, а також сприяє їх виходу на міжнародні ринки.

Діяльність агентства:

Діяльність Агентства проводиться за трьома основними напрямками, за кожен з яких відповідає окремий відділ:

- Сприяння розвитку підприємництва, інновацій, технологічного розвитку.
- Сприяння інтернаціоналізації та залучення прямих іноземних інвестицій.
- Сприяння розвитку туризму.

Детальніша інформація доступна за наступними посиланнями (англ.):

<http://www.spiritslovenia.si/en/spirit-slovenia/vision-and-mission>

<http://www.spiritslovenia.si/en/spirit-slovenia/areas-of-work>

<http://www.spiritslovenia.si/en/spirit-slovenia/entrepreneurship-innovation-technology-development>

http://www.spiritslovenia.si/resources/files/pdf/SPIRIT-Slovenia-2013-2014_Summary.pdf

2.2. Представницький орган МСП

The Walloon SMEs' Parliament

Країна: Бельгія (Валлонія)

МСП Парламент Валонії був створений в 2011 році. Сферою діяльності МСП Парламенту Валлонії є безпосереднє надання консультацій підприємцям (щодо фінансів, інновацій, інтернаціоналізації, підприємництва), а також участь в імплементації SBA в регіоні (зокрема, консультування МСП щодо SBA).

В пленарних засіданнях Парламенту, до якого входять близько 300 менеджерів МСП регіону, також беруть участь міністр, відповідальний за розвиток МСП, та уповноважений національний представник МСП в ЄС¹. На засіданнях підприємці озвучують ті аспекти імплементації SBA, які необхідно покращити в наступному році. Після відповідного голосування ці пропозиції направляються до спеціального SBA-комітету, який проводить оцінку реалістичності цих пропозицій.

Щороку готується звіт про імплементацію SBA в регіоні.

Джерела:

<http://economie.wallonie.be/sites/default/files/Walloon%20SBA%20-%20Presentation%20site.pptx>
SBA Fact Sheet. Belgium

¹ Детальніше про представників МСП див.: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/sme-envoy/index_en.htm

3. Інтернет-ресурси

3.1. Інтернет-портал за принципом «єдиного вікна»

One Stop Shop

Країна: Румунія

One Stop Shop - інтернет-портал, який містить корисну для підприємців інформацію щодо заснування бізнесу, діяльності та взаємодії з владою, Портал запущений Міністерством економіки в рамках проекту щодо спрощення адміністративних процедур для МСП, профінансованого *Social Fund Operational Programme for Administrative Capacity Development*.

Наразі портал надає послуги таких типів:

1. Містить інформацію про ведення бізнесу. Матеріали поділяються на три основні групи: щодо заснування, ведення та закриття бізнесу (<http://www.immoss.ro/index.php?section=articol&screen=all&lang=eng>).
2. Заяви та форми звітності в електронній формі (<http://www.immoss.ro/index.php?section=articol&screen=decl&lang=rom>)
3. Послуги для МСП (вхід потребує реєстрації), зокрема подання декларації про внески в соціальні фонди, подання заяв, створених на порталі тощо.

Міністерство економіки працює в напрямку збільшення числа послуг (запропонованих бізнес-спільнотою), які реалізуються через портал. Крім того, передбачалось збільшення персоналу для адміністрування ресурсу та забезпечення взаємодії з користувачами порталу.

Джерело:

www.immoss.ro

SBA Fact Sheet. Romania

3.2. Інтернет платформа щодо підприємництва серед жінок

Women in Business Platform (BRC)

Країна: Бельгія

Women in Business Platform (BRC) – онлайн платформа, створена в 2013 році Impulse Brussels (раніше Brussels Enterprise Agency (BEA)).

Метою діяльності цієї платформи є об'єднання наявних ініціатив, спрямованих на розвиток підприємництва серед жінок. Крім того, вона містить інформацію про належні практики, приклади підприємницької діяльності тощо.

Джерело:

SBA Fact Sheet. Belgium

<http://www.womeninbusiness.be/>

4. Навчання та тренінги

4.1. Викладання підприємництва в школах

Підготовка вчителів викладанню підприємництва методом "активної фірми"

Країна: Румунія

Одним з пріоритетів Галузевої операційної програми розвитку людських ресурсів 2007-2013 рр. є навчання та розвиток освіти на підтримку економічного розвитку країни. Серед напрямків

діяльності, спрямованих на реалізацію цього пріоритету, є «розвиток людських ресурсів у сфері освіти та підготовки кадрів». Діяльність за цим напрямком відбувається в рамках проекту, яким передбачена підготовка вчителів в сфері професійно-технічної освіти для використання інтерактивного методу «активної фірми».

Цей метод передбачає навчання учнів, використовуючи «симульовану» фірму, яка засновується і керується самими учнями за підтримки вчителів, які пройшли відповідні тренінги.

Зміст програми

Головна ціль програми полягає в розвитку навичок викладання предмету, які сприяють формуванню підприємницьких навичок серед учнів. До конкретних цілей програми належать:

- Підвищення кваліфікації вчителів через засвоєння ними нових методів викладання;
- Розвиток програм для вчителів з метою покращення їхніх навичок та спроможності використовувати інтерактивні методи в навчанні.
- Диверсифікація можливостей для тренування вчителями нових методів навчання на окремих семінарах з австрійськими експертами, використовуючи належні практики.

По завершенню курсів вчителі отримують сертифікат. Протягом періоду 2010-2013 років 600 вчителів пройшли тренінги та отримали відповідний сертифікат, який підтверджує їхню спроможність використовувати зазначений метод в навчанні.

Крім того, в рамках програми, група авторів з Румунії та Австрії розробила методичний посібник «Активна фірма – найкраща практика». Посібник охоплює всі ключові аспекти використання в навчанні методу «активної фірми». Посібник складається з 14 глав, які стосуються основних аспектів діяльності підприємства. Кожна з глав складається з трьох частин, основною з яких є тематичний зміст, який, у свою чергу, складається з таких частин:

- а) Теорія
- б) Приклади належних практик
- с) Практична діяльність

До посібника також додається компакт-диск, який містить додаткові матеріали.

Вже в період навчання учні можуть застосувати свої навички, взявши участь в конкурсі «Бізнес-план», який проводиться з 2008/2009 навчального року. Участь в конкурсі дозволяє учасникам застосувати метод «активної фірми» в практично реальних умовах, познайомитись реальними умовами середовища, в якому діє фірма, використовувати інструменти з управління ризиками, розвивати навички, необхідні підприємцям (критичне мислення, прийняття рішень, відповідальність, самоорганізація та оцінка власних можливостей). Крім того, конкурс сприяє розвитку конкуренції серед залучених тренінгових фірм.

Конкурс проходить в три етапи (місцевий, регіональний та національний). Він набуває все більшої популярності: якщо в 2008/2009 році в на місцевому рівні в ньому брали участь 242 команди, то в 2013/2014 році – 379. До національного етапу доходять 8 команд (кожна яких отримує призи), серед яких і вибирається переможець.

Довідкові матеріали:

Методичний посібник «Активна фірма – найкраща практика» (рум.) :

http://www.tvet.ro/Anexe/33440/VI.5_Ghid_firma_de_exercitiu_33440.rar

Методологія проведення Конкурсу «Бізнес-план» на 2014-2015 pp. (рум.): <http://www.roct.ro/wp-content/uploads/2011/04/Metodologie-BUSINESS-PLAN.pdf>

Джерела:

<http://firmaexercitiu.tvet.ro/>

<http://firmaexercitiu.tvet.ro/index.php/achizitii>

<http://www.roct.ro/competitia-business-plan/>

4.2. Тренінги для потенційних підприємців

Nest'up

Країна: Бельгія (Валлонія)

Nest'up – стартап акселератор, створений в рамках програми Creative Wallonia, метою якого є розвиток екосистеми для інноваційного та креативного підприємництва. Nest'up функціонує за моделлю TechStars (США) і входить до Глобальної мережі розвитку стартапів (Global Accelerator Network).

Функціонування Nest'up полягає в тому, що він збирає у Валлонії (регіон Бельгії) від 6 до 9 груп потенційних підприємців на 9 тижнів, з яким протягом цього часу (сесії) працюють понад 50 тренерів, наставників та експертів. Nest'up сприяє пришвидшеному зростанню стартапів (в порівнянні з тим, якби ці стартапи зростали без допомоги).

Механізм відбору команд на 2015 рік відбувається таким чином:

1. Збір онлайн заявок (12 грудня 2014 року – 15 лютого 2015 року)
2. Відбір 12-15 півфіналістів (19 лютого 2015 року)
3. Презентація проектів (26 лютого 2015 року)
4. Відбір 6-9 фіналістів (27 лютого 2015 року)
5. Тренінг (9 березня – 29 травня 2015 року)
6. Demo day (22 травня 2015 року) – виступи вже підготовлених тренерами команд перед інвесторами.

Таким чином Nest'up не тільки збільшує навички нових підприємців, а й створює можливості для отримання фінансування від потенційних інвесторів.

Лише за перші три сесії в програмі взяло участь понад 850 осіб. Починаючи з 2012 року завдяки Nest'up було створено 20 стартапів, в яких працювало 42 підприємці.

Джерела:

<http://www.nestup.be/>

<http://gan.co/the-network>

<http://www.techstars.com/>

4.3. Мережа взаємодії бізнесу та університетів

LED-network

Країна: Бельгія (Фландрія)

В 2012 році було створено мережі знань ("LED-Netwerk ") по всій Фландрії. Завдяки цим мережам МСП регіону отримують легший доступ до знань, яку можуть надавати вищі навчальні заклади. Завдяки такій взаємодії між бізнесом та освітою знання з університетів передаються в ті галузі, де вони найбільш необхідні.

Концепція створення таких мереж була вперше випробувана в Західній Фландрії (в якості пілотного проекту, який був частково профінансований Європейським фондом регіонального розвитку), а в 2012 році Enterprise Flanders (агентство розвитку підприємництва в регіоні) оголосило конкурс з впровадження концепції по всій Фландрії.

Сайт мережі (нід.): <http://www.lednetwerk.be/>

Джерело:

SBA Fact Sheet. Belgium

4.4. Конкурс бізнес-планів

Конкурс бізнес-планів в рамках Національної програми підприємництва

Країна: Польща

В 2012 році Агентство розвитку підприємств Польщі (PARP) започаткувало інформаційну кампанію Національна програма підприємництва, метою якої є покращення іміджу підприємців та розвиток підприємницької культури. Ініціатива спрямована як на осіб, які мають цікаві бізнес-ідеї, так і на діючих підприємців. Програма передбачає проведення навчальних заходів, метою яких є стимулювати започаткування нового бізнесу або ж розвивати існуючий.

Крім того, в рамках реалізації Програми проводяться змагання (у сфері підприємництва), цільовою аудиторією яких є:

- Особи віком від 18 до 29 років;
- Зрілі професіонали віком від 30 до 49 років з населених пунктів, чисельність жителів яких не перевищує 50 тис.

На одному з таких змагань молодий підприємець міг отримати 60 тис. злотих на реалізацію своєї бізнес-ідеї. До цього змагання допускались особи віком від 18 до 29 років, які не мали зареєстрованого бізнесу протягом року до початку конкурсу. Сам конкурс відбувається в декілька етапів:

1. Зареєструвавшись на сайті, учасник щодня отримував 2 питання (одне стосувалось формальних та законодавчих аспектів підприємницької діяльності, а інше – базувалось на конкретному прикладі (case study). Цей етап тривав 30 днів і всього було задано 60 таких питань, на які можна було відповідати регулярно, або за один раз. За результатами цього етапу відбиралось 100 учасників, які набрали найбільше балів.
2. На наступному етапі учасники представляли свої бізнес-плани, заповнюючи спеціальну форму. Проте, учасникам не можна таким чином представляти ті бізнес-плани, на які вже було отримано фінансування з будь-якої іншої державної інституції. За підсумками цього етапу відбирається 10 учасників.
3. Останній етап складався з двох частин. Перша частина передбачала проведення 5-хвилинних презентацій кожним з 10 учасників. За результатами цих презентацій до фіналу відбирались три фіналісти. У фінальному раунді три фіналісти відповідали на питання комісії конкурсу, за результатами якого відбирався переможець.

Хоча планувалось, що лише переможець мав отримати фінансову винагороду (60 тис. злотих), передбачалось, що всі 10 учасників останнього етапу отримають рекомендації (уточнення) щодо покращення своїх проєктів з метою отримання фінансової підтримки та започаткування свого бізнесу.

Джерело:

<http://rsi.podkarpackie.pl/en/News/Pages/National-Entrepreneurship-Programme.aspx>

http://leadership2015.eu/fileadmin/LEAD/Reports/Country_Reports/LEAD_Country_Report_Poland.pdf
SBA Fact Sheet. Poland

5. Фінансова підтримка

5.1. Державне гарантування кредитів

Країна: Ізраїль

Credit Guarantee Fund (CGF)

У 2003 році розпочав свою роботу державний Credit Guarantee Fund (CGF), метою діяльності якого є поліпшення доступу МСП до фінансових ресурсів.

До обов'язків CGF входить економічний та фінансовий аналіз кредитних заявок, а також представництво уряду в різних кредитних комітетах.

Фінансові ресурси направляються на забезпечення стартапів капіталом, інвестування в основні засоби, фінансування оборотного капіталу тощо.

У 2012 році уряд затвердив новий етап діяльності CGF, який передбачає виділення до 500 млн шекелів протягом 4 роки, що дозволить забезпечити 4,25 мільярда шекелів у вигляді позик.

CGF надає гарантії на кредити, термін яких становить до 5 років (з 6-місячним пільговим періодом). Існують певні обмеження за обсягами гарантій для МСП (для першого кредиту):

1. Для діючих підприємств максимальний поріг становить або 70% від кредиту або ж 0,5 млн шекелів.
2. Для стартапів межа менша в абсолютному вимірі – 0,3 млн шекелів, тоді як у відсотковому частка є більшою і становить 85% від суми кредиту.

Крім того, CGF може також гарантувати до 60% другого або третього кредитів.

Наразі CGF забезпечує гарантовані державою позики через чотири банки та дві фірми-координатори. Процес надання гарантій відбувається в 2 етапи:

1. МСП подають заявку на фінансування фірмі-координатору, яка виконує первинну оцінку запиту на кредит та бізнес-потенціалу підприємства, а потім, відповідно до результату оцінки, передає документи в один з чотирьох банків на вибір заявника.
2. Кредитний комітет банку, до якого входять також по одному представнику від влади і координатора, приймає рішення про конкретні умови кредитування для підприємства-заявника, в тому числі процентні ставки. Рішення вимагають консенсусу, оскільки кожен член комітету володіє правом вето.

Певний ступінь конкуренції між банками, через які працює CGF, гарантує, що процентні ставки відповідають бізнес-ризикам кожного заявника, оскільки заявники можуть відмовитись від запропонованих умов і подати заявку до іншого банку, або ж переподати документи ще раз для того, щоб торгуватися за вигідніші умови.

Також в країні діє Small and Medium Business Agency, яке надає консультативні послуги для МСП, допомагаючи їм оцінити свою кредитну спроможність і підготувати заявку.

Таким чином, ризики розподіляються серед усіх учасників процесу (банку, підприємства та державний орган) .

Перші результати оцінки показали, що діяльність CGF спричинила збільшення конкуренції на кредитному ринку. Як результат, більше банків почали видавати позики для МСП, і в кредитному секторі з'явилося більше фінансових інструментів, спрямованих на малий та середній бізнес. Крім того, відбулось значне зниження процентних ставок для власників бізнесу. Якщо раніше власник малого бізнесу виплачував відсоткову ставку LIBOR +3,5%, то, відповідно до нового етапу діяльності CGF, зараз він сплачує лише LIBOR +2,96%.

Джерела:

<http://sba.economy.gov.il/Programs/Funds/Pages/PrA7.aspx>

SBA Fact Sheet Israel

5.2. Гранти на підвищення потенціалу підприємств

Entrepreneurial Impulse 2013

Країна: Хорватія

Entrepreneurial Impulse 2013 – це система заходів, спрямованих на підтримку підприємництва та МСП. Ці заходи мають на меті:

1. Допомогти мікробізнесу розвиватися.
2. Зробити мікробізнес більш конкурентоспроможним.

3. Допомогти розвитку бізнес-інфраструктури та бізнес-середовища.

4. Забезпечити підприємців навчальними послугами.

Підтримка надається у формі грантів. В 2013 році середні суми грантів, в залежності від цілей, становили від 1 тис. до 64 тис. євро.

Бізнес-спільнота схвально оцінила реалізацію програми, оскільки вона містила відносно чіткі та прозорі правила, які значною мірою відповідали процедурам програм фінансування ЄС: з 4,3 тис поданих заявок 1,8 тис. отримали гранти.

Більшість коштів, наданих в рамках програми, спрямовувалась на збільшення конкурентоспроможності мікропідприємств (10,5 млн євро), тоді як 3 млн євро були надані на розвиток мікробізнесу.

Додаткові матеріали (хорв.):

<http://www.minpo.hr/UserDocsImages///73.%20-%2011.pdf>

<http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Poduzetni%C4%8Dki%20impuls%202014..pdf>

http://www.minpo.hr/UserDocsImages/PREzentacija_IMPULS_KONACNA.pdf

Джерело: SBA Fact Sheet. Croatia

5.3. Субсидії на консультативні послуги

SME PORTFOLIO 2.0

Країна: Бельгія(Фландрія)

SME portfolio – існуюча схема субсидування, скориставшись якою підприємець може отримати до 4 тис. євро щорічно. Ці кошти можуть витратитись на послуги, які надаються акредитованими фірмами за такими напрямками: тренінги, поради, рекомендації, які стосуються технологічних процесів, поради щодо інтернаціоналізації, стратегічні поради та «коучинг».

Програма спрямована на представників «вільних професій» та МСП, які діють у Фландрії.

Величина субсидії коливається від 50% до 70% від вартості послуг, але не може перевищувати суму від 2,5 тис. євро до 25 тис. євро, в залежності від виду послуг.

Джерела:

<http://www.agentschapondernemen.be/themas/our-services>

<http://www.agentschapondernemen.be/download/file/fid/22568>

5.4. Підтримка експортерів

Exportbru

Країна: Бельгія (Брюссель)

Exportbru – регіональне агентство інвестицій в Брюсселі. Воно надає фінансові ресурси існуючим МСП-експортерам, а також тим підприємствам, які лише збираються зайнятися експортом.

Фінансова допомога поширюється на підприємства, які відповідають таким характеристикам:

- Відповідає рекомендованому визначенню МСП Європейської Комісії (за чисельністю працівників, обсягом реалізованої продукції або величиною власного капіталу; має бути індивідуальним, тобто не більше 25% власності цього підприємства належить іншому підприємству).
- Діє більше 2 років, а чисельність працівників є не меншою 3.
- Не займається реекспортом, діє не в галузі сільського господарства та не займається неетичною діяльністю.
- Головний офіс розташований в регіоні Брюсселя.

Exportbru пропонує три види фінансової підтримки:

- Кредити для виходу на зовнішні ринки. Дається терміном на 2-5 років, забезпечує до 80% від запланованого бюджету розвитку. Абсолютна сума може коливатись в діапазоні від 10 тис. до 50 тис. євро.
- Фінансування розширення експортної діяльності МСП (напр. збільшення виробничих потужностей або збільшення оборотного капіталу). Обсяг фінансування коливається між 50 тис. та 500 тис. євро, і може мати форму кредиту, або ж купівля частки підприємства.
- Підтримка інвестицій за кордоном (до 50% від вартості проекту): створення дочірньої компанії, спільного підприємства чи поглинання. Обсяги та форма фінансування така ж, як і в попередньому випадку.

Джерела:

<http://www.invest-export.irisnet.be/en/exportbru>

5.5. Підтримка інновацій

Mkb-innovatiestimulering Regio en Topsectoren (MIT)

Країна: Нідерланди

Mkb-innovatiestimulering Regio en Topsectoren (MIT) – це програма стимулювання інновацій у МСП у регіонах та «топ-секторах» у Нідерландах. В рамках цієї програми Міністерство економічних справ Нідерландів співпрацює із місцевою владою для того, щоб заохочувати інновації у МСП.

До «топ» або ключових секторів у Нідерландах належать АПК, овочівництво та насінництво, галузь високих технологій, енергетика, логістика, креативна економіка, охорони здоров'я та наук про життя, хімічна галузь. Уряд Нідерландів виокремив ці сектори як такі, що надають країні конкурентні переваги на глобальному ринку, і визначив їх як пріоритетні для розвитку. У кожному із секторів працюють топ-консорціуми із знань та інновацій (Topconsortia voor Kennis en Innovatie або TKI), які об'єднують підприємців та вчених певної галузі та частково фінансуються урядом.

Програма стимулювання інновацій MIT містить такі інструменти:

- консультаційні проекти (отримання консультацій від наукового закладу чи незалежної консультаційної компанії);
- проекти техніко-економічного тестування інноваційних продуктів (визначення технічних та економічних ризиків для запропонованої інновації);
- співпраця у дослідженнях та розробках (обмін знаннями з незалежними партнерами з метою інновацій у продуктах, процесах чи послугах);
- ваучери знань (можливість отримати консультацію у науковому закладі).

Також доступні два інструменти від топ-консорціумів: послуги «брокерів» з інновацій та налагодження професійних контактів (нетворкінг).

Фінансування програми, бюджет якої у 2015 році становить 50 млн євро, здійснюється із національного та регіональних бюджетів. Підприємства мають право подаватися на ґранти в рамках цієї програми раз на рік.

Джерела:

<http://www.rvo.nl/subsidies-regelingen/mkb-innovatiestimulering-regio-en-topsectoren-mit>

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/ondernemersklimaat-en-innovatie/investeren-in-topsectoren/topconsortia-voor-kennis-en-innovatie-tki-s>

Доступ до державних контрактів в рамках «Small business: GREAT ambition»

Країна: Великобританія

Наприкінці 2013 року Уряд Британії запровадив низку заходів для допомоги МСП з метою полегшення доступу до державних закупівель загальною вартістю 230 млрд фунтів стерлінгів в рамках програми "Small business: GREAT ambition".

Зокрема, уряд здійснив такі заходи:

- Поставлена ціль до 2015 року спрямовувати 25% державних витрат у сектор МСП та втілювати подальші зміни для того, щоб державний сектор став більш відкритим для МСП.
- Для контрактів вартістю до 100 000 фунтів стерлінгів було відмінено вимогу заповнення попередніх кваліфікаційних опитувальників.
- Відкрито єдиний онлайн-портал для пошуку контрактів.
- Державні установи зобов'язано вчасно здійснювати платежі.
- Впроваджено систему оцінки «Прожектор» (англ. "Spotlight") для того, щоб постачальники та державні установи могли оцінювати одні одних.
- Поширення схеми «таємного покупця» («mystery shopper»), яка дозволяє постачальникам анонімно скаржитись на державні установи, не лише для розслідування таких скарг, а й на перевірку державних установ на предмет того, наскільки їхні закупівлі відкриті для МСП.

Джерела:

<https://www.gov.uk/government/news/government-sets-out-new-support-on-small-business-Saturday>

<https://www.gov.uk/government/publications/small-business-commitment/small-business-great-ambition>

Висновки:

Враховуючи поточний стан бізнес-сектора в Україні, наразі доцільно сконцентрувати увагу на непрямих заходах підтримки, перш за все на покращенні загального бізнес-середовища. Крім того, варто розробити та реалізувати програму, яка передбачатиме заходи щодо покращення іміджу підприємництва та збільшення поінформованості громадян про підприємницьку діяльність (інтернет-ресурс, інформаційні кампанії, конкурси бізнес-планів, навчання студентів та тренінги для викладачів). Такі заходи не потребують значних витрат з державного бюджету, але, як показує світовий досвід, вони мають значний позитивний вплив на розвиток підприємництва.

Щодо заходів прямої підтримки, то необхідно розглянути можливості впровадження інструментів, які дозволяють вирішити поточні проблеми підприємств, зокрема доступу до фінансування (кредитні гарантії) та прямої консультативної підтримки. Частина з таких заходів може здійснюватись за рахунок міжнародної фінансової допомоги.

Особливу увагу необхідно звернути на питання ефективності того чи іншого інструменту, яка повинна стати одним з ключових критеріїв вибору для впровадження.