

УДК 339.137

В. Гура, канд. екон. наук, асист. (КНУ імені Тараса Шевченка),
Л. Кот, канд. екон. наук, асист. (КНУ імені Тараса Шевченка)**УЧАСТЬ У БІЗНЕС-КЛУБАХ ЯК ШЛЯХ ЗМЕНШЕННЯ РИЗИКІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

У статті проаналізовано необхідність оцінки ризиків підприємницької діяльності з метою пошуку шляхів їх мінімізації, розглянуто особливості функціонування бізнес-клубів, обґрунтовано важливість участі представників МСП у бізнес-клубах для зменшення рівня ризиків їхньої діяльності.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, мале та середнє підприємництво (МСП), ризик, бізнес-клуб.

В статтє проаналізована необхідність оцінки ризиків підприємницької діяльності с целью поиска путей их минимизации, рассмотрены особенности функционирования бизнес-клубов, обоснована важность участия представителей МСП в бизнес-клубах для уменьшения уровня рисков их деятельности.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, малое и среднее предпринимательство (МСП), риск, бизнес-клуб.

In the article the necessity of entrepreneurial activity risks' estimation with the aim of search ways their minimization is analysed, the features of business-clubs functioning are considered, importance of SME's participation in business-clubs for reduction risks' level is grounded.

Keywords: enterprise, entrepreneurship, small and middle entrepreneurship (SME), risk, business-club.

У наш швидкоплинний час, коли інноваційні технології та пристрої з'являються досить часто, підприємництво відіграє головну роль у суспільстві як джерело креативних ідей, а також постачання різноманітних товарів, надання як загальних, так і унікальних послуг. Для українського споживача характерним є різного роду упередження, недовіра, стереотипність мислення, недостатня поінформованість про підприємства та їх продукцію. Саме в таких непростих умовах формується та розвивається вітчизняне підприємництво. З одного боку, глобальний вплив потужних транснаціональних компаній, а з іншого – низький рівень розвитку культури підприємництва та споживання у суспільстві. Ці обставини зумовлені тим, що Україна лише 21 рік як відійшла від принципів командно-адміністративного управління. Механізми та правила ринкової економіки призвели до кардинальних змін у світоглядних орієнтаціях, цінностях і психології людей.

Підприємництво, а особливо малий та середній бізнес – це динамічний процес, який підлягає швидким змінам, демонструючи свою специфіку та унікальність на різних етапах розвитку соціально-економічної системи. Підприємництво є багатоаспектним явищем, що поєднує в собі економічні, соціологічні, психологічні, соціокультурні чинники. Воно містить в собі великі потенційні можливості, які пов'язані з творчою природою людини. Реалізація ідей, компетенцій підприємця на належному рівні багато в чому залежить від створення в державі усіх належних політико-ідеологічних, соціально-економічних, соціокультурних і соціально-психологічних умов.

Однак, на нашу думку, варто пам'ятати, що найважливішою ознакою підприємництва є ризик. Так, у XVIII столітті відомий англійський економіст Річард Кантільйон у своїй праці "Нарис про природу торгівлі у цілому" одним із перших дав визначення терміна "підприємець", під яким він розумів людину, що діє в умовах ризику [1]. Таким чином, підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації, розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту. Підприємницька діяльність здійснюється від свого імені, на власний ризик і під особисту майнову відповідальність окремої фізичної особи – підприємця або юридичної особи – підприємства (організації).

Актуальним завданням у сучасному економічному науковому просторі виступає вивчення умов і чинників, що сприяють ефективному розвитку підприємництва. Поряд з політичними, економічними та соціальними умовами та чинниками важливу роль відіграють і фактори ризику при здійсненні підприємницької діяльності. Саме тому багато вчених займаються дослідженням проблем оцінки ризику та пошуком шляхів його мінімізації. Серед іноземних науковців можна виділити У. Бека, А. Дамода-

рана, М. Круї, Р. Швєблера, російських – С.М. Воробйова, В.М. Гранатурова, Т.Ю. Серебрякової, О.С. Шапкіна та ін., українських дослідників – З.С. Варналія, В.В. Зянька, В.А. Кравченка, І.І. Мазур, Ю.Ф. Пачковського, В.О. Сизоненка, А.О. Старостіну, Д.М. Черваньова та ін.

Однак, участь підприємців у бізнес-клубах як шлях зменшення ризиків їхньої діяльності з урахуванням специфіки сфери господарювання поки не достатньо ґрунтовно відображені в літературі.

Саме тому метою статті є дослідження причин, мотивів вступу підприємців у бізнес-клуби, наслідків їхньої участі для подальшого розвитку малого та середнього підприємництва у мінливому зовнішньому середовищі.

Цікавим є той факт, що у світовій практиці немає професії "підприємець", проте підприємництво як заняття існує. Головне завдання підприємця – об'єднати навколо себе досвідчених і активних працівників, спрямувати їхні зусилля для досягнення поставленої мети. Таким чином, підприємець – суб'єкт, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

У сучасних умовах будь-який вид підприємницької діяльності пов'язаний з ризиком. Для того, щоб підприємство мало можливість вийти та втримати свої позиції на ринку необхідно впроваджувати різноманітні технологічні новинки, приймати сміливі неординарні рішення, а це, відповідно, збільшує ризик. Тому підприємцю необхідно не уникати ризику, а намагатися прогнозувати події, що тягнуть за собою ті чи інші рішення, оцінювати ступінь ризику та ризикувати, однак при цьому знижувати його до найнижчого рівня [5, с. 37]. Управління ризиками має стати одним з пріоритетних завдань, яке дасть можливість керівникам знаходити дійсно ефективні рішення в складних ситуаціях і здобувати конкурентні переваги на ринку. При цьому, необхідно пам'ятати, що, на відміну від інших бізнес-процесів, використання інновацій відрізняється підвищеною невизначеністю, високими ризиками, низькою передбачуваністю результатів і, отже, проблематичною та ймовірнісною віддачею [6, с. 1086].

На сьогодні розроблені детальні алгоритми оцінки та концепції управління ризиками. Ідентифікація і аналіз ризиків є основним елементом процесу управління ризиком. При здійсненні ідентифікації ризиків основним чинником є якість інформації, що використовується, яка визначається такими параметрами, як достовірність, об'єктивність, актуальність, своєчасність, повнота. Джерелами отримання інформації, що використовується при ідентифікації ризиків, можуть бути проведені консультації з групами спеціалістів, які мають досвід в

тій сфері діяльності, де здійснюється управління ризиками, досвід конкурентів і інших сторонніх організацій, результати маркетингових досліджень, результати внутрішніх, зовнішніх аудитів.

Головною метою ідентифікації і аналізу ризиків є розробка цілісної картини ризиків для осіб, що приймають рішення, оскільки це дає можливість коректно організувати систему управління ризиками. Тому при ідентифікації ризиків також необхідно визначити схему класифікації ризиків. Класифікація ризиків дає можливість розділити їх за однорідними ознаками, що дозволить в подальшому їх систематизувати і при розробці стратегії управління бізнесом ні один з ризиків не залишити без уваги. Необхідність класифікації пов'язана з тим, що основною причиною виникнення ризикових ситуацій є загальна невизначеність підприємницького середовища. При цьому невизначеність може бути очікуваною і непередбачуваною, а ризики, відповідно типові й унікальні. Однак, ризики, які є унікальними для нас в даній ситуації, для інших учасників ринку можуть бути типовими, оскільки вони в процесі своєї діяльності вже стикалися з ними. Саме тому слід використовувати існуючі класифікації ризиків, щоб в результаті отримати якомога повний перелік ризиків та встановити взаємозв'язки між ними, оскільки від повноти виявлених ризиків залежить розробка ефективних методів протидії та запобігання виникненню небажаних ситуацій і тим більш захищеним буде підприємство.

Оцінку ризику здійснюють за допомогою якісного та кількісного аналізу. Якісний аналіз передбачає виявлення джерел ризиків та їх особливостей, класифікацію ризиків, виявлення і дослідження інформації щодо кожного ризику, дослідження наслідків прийняття ризикового рішення. Результати якісного аналізу є основою для здійснення кількісного аналізу, який передбачає кількісний вимір окремих ризиків і проекту в цілому. За допомогою кількісного аналізу визначаються чисельні значення ймовірності настання ризикових ситуацій, здійснюється оцінка рівня ризику, а також допустимі (граничні) межі рівня ризику. Існує багато методів кількісної оцінки ризиків, найбільш поширеним серед яких є статистичний. Утім у випадках, коли неможливо одержати статистичні дані щодо діяльності економічних суб'єктів та побудувати графічні залежності прибутковості та ризику, математичні методи стають неефективними.

Тому в практиці підприємництва застосовуються методи оцінки, що засновані на суб'єктивних оцінках фахівців. До таких методів, в першу чергу, відносять експертний аналіз ризиків, зокрема метод "мозкового штурму" і метод експертних оцінок.

Основними перевагами експертного методу можна вважати можливість оцінки ризику ще до розрахунків показників ефективності, відсутність необхідності у точних первинних даних. При цьому дані про величину ризику та ймовірності його настання аналізуються заздалегідь вибраними експертами в цій галузі підприємницької діяльності.

При цьому існує визначена схема проведення експертних опитувань, яка включає такі етапи як підбір експертів, постановка питань і складання анкет, аналіз і опрацювання експертних оцінок [3, с. 111]. Варто зауважити, що вибір експертів – це справа непросте. Як правило, до числа експертів входить власне підприємець та залучаються фахівці консалтингових фірм з даної галузі. Від правильної організації експертизи залежить ефективність результатів, отриманих завдяки експертним оцінкам, в тому числі і достовірність цих оцінок. Таким чином, підприємцю необхідно чимало часу, щоб взяти думку

експертів з поставлених перед ними питань, а такого часу підприємці, як правило, не мають.

Останнім часом в Україні почали створюватися такі співтовариства як бізнес-клуби. Вони функціонують як неприбуткові, неполітичні та нерелігійні громадські організації. Бізнес-клуб об'єднує підприємців, власників і керуючих менеджерів підприємств з метою налагодження ділових контактів, обміну досвідом та постійного підприємницького розвитку, створення нових можливостей, зниження рівня підприємницьких ризиків. Характерними рисами бізнес-клубів є наступні:

- добровільний вступ;
- теми для обговорення на засіданнях обирають члени бізнес-клубу;
- зустрічі відбуваються щомісячно (бувають випадки, коли частіше);
- наявність менторів (вчителів, наставників, координаторів);
- участь є платною (зазвичай, потрібно сплачувати щорічні внески);
- громадська організація закритого типу (бувають випадки, коли бізнес-клуб може бути відкритого типу);
- інформування учасників бізнес-клубу про важливі події в сфері економіки;
- надання важливої бізнес-інформації для розвитку підприємництва;
- неформальне спілкування (організація спільного відпочинку, участь у соціальних заходах).

Особливістю бізнес-клубів є те, що вони переважно утворюються представниками МСП (малого та середнього підприємництва). Прикладами таких співтовариств в Україні є Клуб Ділових Людей, який заснований у 2009 році. Даний бізнес-клуб нараховує сьогодні близько 270 представників бізнесу (готельний, банківський, консалтинговий, будівельний, виробничий, торговельний, ресторанний та інші сфери бізнесу) у місті Львові та за його межами. Протягом року в Клубі Ділових Людей проводиться близько 150 бізнес-зустрічей, навчальних та відпочинкових заходів, працюють рекомендаційна система, електронна бібліотека, веб-семінари, міжнародні проекти тощо. Ключові цінності бізнес-клубу полягають у сприянні розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, бізнес-навчанні представників МСП, представництві інтересів малого та середнього бізнесу України на міжнародному рівні [4].

В Україні створений бізнес-клуб і для представників великого бізнесу, який має назву CEO Club Ukraine (Chief Executive Officer – з англійської мови перекладається як генеральний директор, один з керівників корпорації). CEO Club Ukraine позиціонується як закритий бізнес-клуб, що об'єднує перших осіб великих українських компаній для спільного розвитку, спілкування та взаємодії [7].

У Росії з 2002 року успішно функціонує бізнес-клуб Результат. Цей клуб був створений для допомоги підприємцям-початківцям. Сьогодні клуб об'єднує успішних представників бізнесу, які, крім завдань щодо побудови та розвитку ефективних схем побудови підприємництва та зниження ризиків, спільно реалізують і соціальні проекти. Його учасники прийшли до висновку, що якість життя залежить не лише від прибутковості бізнесу, а також і від духовного розвитку особистості [2].

У Великобританії з 1992 року успішно працює бізнес-клуб The Business Club, метою якого спочатку була допомога МСП, адже в той час в країні спостерігалася рецесія, малий та середній бізнес знаходився у важкому стані. Спочатку на засіданнях бізнес-клубу обговорювалися питання щодо збільшення обсягів продажів, покращення маркетингових заходів, зниження ризиків, створення мережі підтримки підприємцями один одно-

го. Згодом коло питань розширилося, а фінансове становище багатьох учасників покращилось. Так, сьогодні філії бізнес-клубу успішно діють ще у п'яти містах Великобританії, крім міста-засновника [8].

Розглянемо ще один приклад успішного функціонування бізнес-клубу. У 1990 році у Бельгії в Західній Фландрії при Торговій палаті був утворений бізнес-клуб Plato. У 2000 році бізнес-клуб став міжнародним. Його філії знаходяться в Ірландії, Данії, Угорщині, Румунії, Хорватії, Словенії, Польщі, Словакії, Сербії, Єгипті, Південній Америці. З вересня 2012 році при Торгово-промисловій палаті України відкрито представництво і у нас.

Бізнес-клуб Plato покликаний допомагати МСП у вирішенні широкого кола завдань за допомогою менторів – це менеджери великих компаній або спеціалізованих організацій, які проводять засідання з актуальних тем і відповідають на питання учасників [9].

З розглянутих нами вище бізнес-клубів у різних країнах можна зробити деякі узагальнення. Спільним для всіх бізнес-клубів є тематика, яку обговорюють на засіданнях, тобто всіх представників МСП цікавить наступне коло питань:

- шляхи зниження підприємницьких ризиків;
- шляхи скорочення витрат і збільшення прибутковості;
- ефективні маркетингові навички;
- дієві механізми успішних продажів;
- управління персоналом;
- фінансовий менеджмент;
- розвиток бізнесу (у тому числі нових напрямів);
- стратегічні рішення;
- побудова успішних систем мотивації;
- вихід на міжнародні ринки, експорт;
- багато інших тем, які виносять на обговорення самі учасники.

Тема, яка розглядається на засіданні бізнес-клубу, завжди пов'язана з конкретно реальною бізнес-ситуацією. Досить часто цю ситуацію представляє один з учасників клубу іншим. Пропозиції для вирішення можуть бути використані як для обговорюваного питання, так і підприємницької діяльності кожного учасника бізнес-клубу, навіть якщо вони функціонують в інших галузях.

Також бізнес-клуби займаються організацією різноманітних конференцій, круглих столів, виставок та інших заходів, де члени клубу можуть зустрітися як з потенційними клієнтами, так і з іншими керівниками підприємств для обговорення проблем, перспектив розвитку бізнесу, а також почути думки спеціалістів, які запрошені на такі заходи. З метою налагодження інформаційного обміну до участі в різноманітних заходах бізнес-клубів можуть залучатися і представники державних структур.

Одним з перспективних напрямів діяльності бізнес-клубів є проведення віртуальних зустрічей, завдяки яким члени клубу можуть поставити підприємцям, фахівцям, експертам з різних галузей ті питання, які їх найбільше цікавлять, та оперативно отримати відповіді й поради від інших членів клубу, хто вже зустрічався на практиці з такими або з подібними ситуаціями. Останнім часом великою популярністю користуються різноманітні інтернет-конференції, форуми та інші способи віртуального спілку-

вання, оскільки дають можливість інтернет-користувачам швидко отримувати відповіді на свої запитання – метод "мозкового штурму" у спрощеному вигляді. Адаже оперативне отримання необхідної інформації від своїх колег-професіоналів, а не дилетантів значно полегшує процес прийняття рішень та, відповідно, допомагає уникнути або знизити ризики підприємницької діяльності.

Таким чином, беручи участь у бізнес-клубі, відвідуючи засідання та заходи, які проводяться, учасники мають змогу отримати багато конкурентних переваг та можливостей для розвитку власного бізнесу. До основних позитивних моментів від участі в бізнес-клубі можна віднести:

- можливість створення команди однодумців з однаковими цілями серед власників МСП;
- отримання шансу познайомитися підприємцям один з одним та з власними справами;
- розширення кола "потрібних" знайомих;
- побудова відносин на підґрунті довіри, поваги та взаєморозуміння;
- окреслення майбутніх очікувань МСП та формування програми дій на перспективу;
- підняття бойового морального духу для зміни економічної ситуації на краще.

Потрібно вказати і на таку важливу перевагу бізнес-клубу як формування у його учасників творчих вмінь і навичок. Адаже, на засіданнях підприємці неупереджено підходять до розв'язання поставленої проблеми, гнучко й неординарно реагують на ситуацію і формують новий алгоритм дій. Окрім того, підприємці мають змогу не лише створювати щось нове (ідея, продукт, послуга), що має певну вартість, а цілеспрямовано розвивають власні творчі здібності з метою підвищення економічного та соціального потенціалу власного підприємства.

Отже, розвиток бізнес-клубів є важливим інструментом для подальшого вдосконалення підприємництва в Україні. І хоча такі співтовариства почали створюватися зовсім нещодавно в нашій державі, їх користь підтверджена досвідом багатьох країн Європи та Росії. Також бізнес-клуб виражає інтереси представників МСП, не будучи при цьому політичною партією. А це є свідченням формування демократичного суспільства, де інтереси і потреби різних груп населення виражають різні громадські організації.

Список використаної літератури. 1. Бейтон А., Казорла А., Долло К., Дре А.М. 25 ключевых книг по экономике. – Челябинск: Урал LTD, 1999. – 560 с. 2. Бизнес-клуб Результат // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rezultat.com/club/about.php> 3. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 208 с. 4. Клуб Ділових Людей // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bc-club.org.ua/main.html> 5. Никонов В. Управление рисками: Как больше зарабатывать и меньше терять. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 285 с. 6. Черваньов Д.М. Система інноваційного менеджменту: теорія і практика: підручник – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – 1391 с. 7. CEO Club Ukraine // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ceoclub.com.ua/category_59.html 8. The Business Club. Building business better // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.the-businessclub.org/>. 9. Voka – Chamber of Commerce West Flanders // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.voka.be/west-vlaanderen

Надійшла до редколегії 29.01.13