

**Філіппов В.Ю.**

*старший викладач кафедри менеджменту ім. І.П. Продіуса  
Одеський національний політехнічний університет*

## **ІНТЕРНЕТ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ВІРТУАЛЬНОГО БІЗНЕС-ІНКУБАТУВАННЯ**

Велике значення для процесу віртуального бізнес-інкубування має стан та тенденції розвитку ринку інфокомунікаційних послуг, зокрема, Інтернет-середовища [1], оскільки віртуальний бізнес-інкубатор орієнтується на послуги, які можливо надавати через мережу. Віртуальні бізнес-інкубатори, крім традиційних послуг бізнес-інкубатора, можуть надавати своїм клієнтам весь спектр технічних можливостей інтернету і дозволити компанії-клієнту сфокусуватися на досягненні своєї місії в умовах «нової» економіки. Особливе значення віртуальні бізнес-інкубатори можуть мати для регіональних економік.

Однією з основних причин виникнення нових форм «інкубування» бізнесу послужив Інтернет-бум, який охопив США, країни Західної Європи і Японію в кінці 90-х років минулого сторіччя. Чисельність користувачів Інтернету у світі у 2013р. досягла 2,67 (рис. 1).

Кількість користувачів Інтернет, млн. осіб

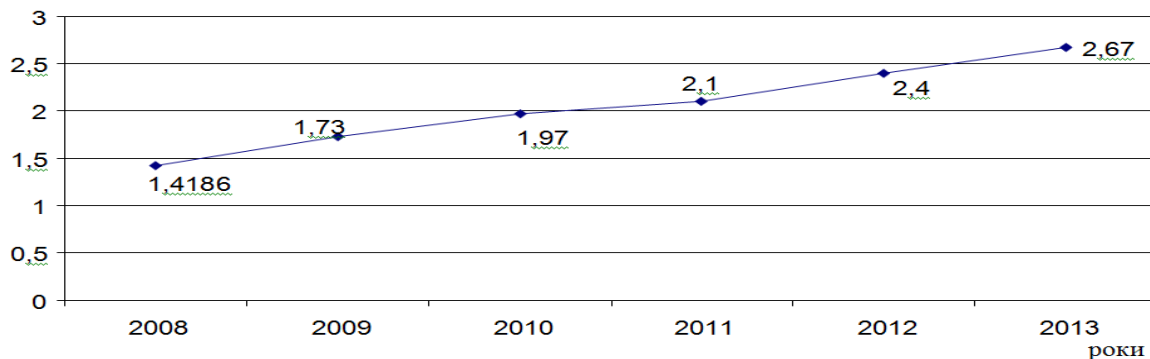


Рис. 1. Середньорічна світова статистика Інтернету за 2008-2013рр

Нажаль, Україна відстає від країн ЄС за всіма показниками інформатизації, таких як: чисельність користувачів Інтернет на 100 мешканців, щільність покриття території та пропускна здатність телекомунікаційних і комп'ютерних мереж, зокрема Інтернет. В той же час темпи щорічного приросту всіх видів інформаційних ресурсів України значно випереджають європейські. Згідно з даними Київського міжнародного інституту соціології [2] у вересні 2013 року 49,8% дорослого населення України користувалися

Одеський національний політехнічний університет, кафедра маркетингу,  
пр. Шевченко 1, Одеса, 65044, Україна, тел. (048) 705-84-43,  
mar@beiti.opu.ua, <http://beiti.opu.ua/chair/km>

Інтернетом та налічувалося майже 5,8 мільйонів абонентів. Таким чином, зростання числа користувачів триває навіть більшими темпами, ніж це прогнозувалося. Темп приросту з лютого 2012р. до жовтня 2013р. включно склав 16%, що трохи поступається рекордному стрибку в 34% у період з березня 2011р. по лютий 2012р. Опитування проведено 13-23 вересня 2013р. Методом інтерв'ю опитано 2044 респондентів-мешканців усіх областей України (з м. Київ) та в АР Крим за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років. Статистична похибка вибірки (з імовірністю 0,95 і за дизайн-ефекту 1,5) не перевищує: 3,3% для показників близьких до 50%, 2,8% — для показників близьких до 25%, 2,0% — для показників близьких до 10%, 1,4% — для показників близьких до 5% [2].

Порівняно із розвинутими країнами ЄС та Північної Америки проникнення Інтернету в Україні поширюється трохи повільніше. Наприклад, співставний з Україною рівень проникнення Інтернету (56%) був у США у травні 2013р. у віковій групі 65 років та старші. Наразі рівень проникнення Інтернету серед дорослого населення у США у 2013р. складає 85%, в Росії – 57%. За прогнозами, Інтернет-аудиторія в Україні далі зростатиме і до кінця 2014 р. перевищить 20 млн. користувачів.

Головні осі розбіжностей у поширенні Інтернету в Україні залишаються незмінними, це вік і тип населення. Зберігається зворотна залежність між віком і використанням Інтернету: чим молодший вік, тим вище ступень користування Інтернетом (проникнення). Подібні розбіжності суттєво впливають не лише на форми споживання інформації, а і на її зміст, що суттєво впливає на процес віртуального бізнес-інкубування. За останні кілька років диспропорції проникнення Інтернету в населених пунктах різної величини помітно згладилися. Значно відстає у поширенні Інтернету сільська місцевість, мешканці якої частіше посилаються на обмеження в технічних можливостях підключення малонаселених пунктів. Географічно у зростанні Інтернет-активності населення та бізнесу є Київський регіон: його частка склала 55,5% від загальної аудиторії.

Треба зазначити, що у кожному регіоні України утворюються власні особливості використання Інтернет-середовища, які, у власну чергу, залежать від декількох чинників: стану ринку інформаційних послуг та засобів їх надання, стану наявної матеріально-технічної бази (мереж, інфраструктури), рівня кадрового забезпечення інформаційних технологій, регіональних програм підтримки інформаційного розвитку, складу потреб регіону, виробників, сфери послуг. Використання Інтернет як середовища віртуального бізнес-інкубування має спиратися на чотири компоненти: інформаційні і комунікаційні технології, Інтернет; інформаційну інтелектуальна власність;

електронні та віртуальні інформаційні центри, бази та банки різноманітних даних, відеопродукцію, мультимедійні засоби зображення; загальну інформаційну спадщину (системи управління виробництвом, біотехнологія, фармацевтична продукція). Ці компоненти використовуються у всіх секторах економіки та господарчих комплексах регіонів, і їх вплив зростає відповідно еволюції інформаційних і комунікаційних процесів. Важливим моментом є також зростання ринку електронної комерції – обсяги продажу товарів через Інтернет склали 1 млрд грн, що на 47% більше, ніж у минулому році за аналогічний період. Зростає обсяг послуг Інтернет-банкінгу. Експорт послуг у сфері телекомунікацій, а також комп'ютерних та інформаційних послуг перевищив 1 мільярд доларів та зріс на 28,5%.

Відтак, можна стверджувати, що застосування Інтернет-середовища для віртуального бізнес-інкубування є перспективним механізмом підтримки малого підприємництва в різних сферах діяльності, оскільки спирається на бурхливий розвиток Інтернет-технологій.

*Література:*

- 1. Філіппов В.Ю. Зарубіжний досвід розвитку бізнес-інкубаторів: можливості та обмеження застосування в Україні / В.Ю. Філіппов // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – №4(56) – С.57-62.*
- 2. В 2013 році кількість Інтернет-користувачів в Україні складала половину населення [Електронний ресурс] / Інформаційне агентство УНІАН – Режим доступу: <http://www.unian.ua/society/846299-v-2013-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-sklala-polovinu-naselennya.html> – Назва з екрана. – Доступно на 28.10.2013.*