

2011-ы абвешчаны ў Беларусі Годам прадпрымальнасці. Падаецца, колькі ўжо разоў цягам апошняга месяца мы пачыналі гэтакім чынам артыкулы на сацыяльных палосах "К". І з'ява гэта — заканамерная: сённяшні час наўпрост падпарадкаваны рыначным адносінам. Наша дзяржава імкнецца стварыць усе ўмовы для заснавання і развіцця прадпрымальніцтва, якое стане адным з элементаў агульнага бізнес-іміджу краіны і дапаможа выйсці на новы ўзровень ва ўсіх галінах дзейнасці. На гэта накіраваны і Указ Прэзідэнта краіны № 77, што ўнармоўвае пытанні прадстаўлення і выкарыстання спонсарскай дапамогі ў сферы культуры. Ці скарыстаюцца новыя магчымасці прадстаўнікі культуры і мастацтва? І ці зможна новае пакаленне прадпрымальнікаў пахіснуць меркаванне, што культура і бізнес — паняцці несумяшчальныя?

### Пачаць справу з тэорыі

З гэтай нагоды напачатку звернемся да вучэбных планаў творчых ВНУ краіны. Сёння ўжо нікога не здзіўляе наяўнасць у адукацыйных праграмах падрыхтоўкі гуманітарна-яў курсаў па менеджменце і маркетынгу. Выкладанне эканамічных асноў для будучых твораў дае не толькі агульны ўяўленні аб вытворцах і спажывацях прадукту (да якога мы па поўным праве можам аднесці і здабыткі культуры), але і вызначае для моладзі кірункі эфектыўнага ўзаемадзеяння паміж імі.

— Мне здаецца, нам патрэбна акуртна, але дастаткова рашуча разбураць стэрэатып, згодна з якім многія ўспрымаюць дзейнасць у сферы культуры толькі як духоўную вытворчасць, якая па вызначэнні не можа быць камерцыялізавана, — падкрэсліў прарэктар па інавацыйнай дзейнасці і мастацкай творчасці Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў Канстанцін Рэмішэўскі. — Эканоміка сапраўды можа ўзбагачаць культуру на практычным узроўні. Аднак, пры гэтым не трэба забывацца, што камерцыйны падмурак падводзіцца толькі пад пэўны сегмент культурнай індустрыі.

З гэтай мэтай Канстанцінам Рэмішэўскім быў распрацаваны інавацыйны курс "Маркетынг у сферы культуры", які тлумачыць, як можна творчую ідэю рэалізаваць у той ці іншы прадукт або паслугу. Зрэшты, суразмоўца "К" і сам пэўны час быў заснавальнікам рэкламнай кампаніі, таму не па чутках ведае, якім чынам можна ўкараніць у практыку ўстаноў культуры дзяржаўна-прыватнае партнёрства, прадзюсарства і як стварыць спрыяльныя умовы для паўнаважнага развіцця спонсарства і мецэнацтва.

У чым жа заключаецца спецыфіка бізнесу ў сферы культуры? Каб пазбегнуць падводных камяней на пачатку шляху, прадпрымальніку-пачаткоўцу трэба памятаць, што ў мастацкай вытворчасці не дзейнічаюць тыповыя правілы — для кожнага прадпрыемства неабходна браць у разлік спецыфіку дадзенай сферы творчасці. Толькі класічны маркетынг зарыентаваны на рэалізацыю таварнай прадукцыі. Канстанцін Рэмішэўскі не сталаецца паўтараць студэнтам, што прынцыповай асаблівасцю дзейнасці на рынку ў сферы культуры становіцца неабходнасць улічваць спецыфіку арганізацый, дзе, наадварот, менавіта

## Каб трапіць у сферу поўнай самаакупнасці...

канчатковы культурны прадукт ці паслуга фарміруюць густы, перавагі і патрабаванні спажывацтва.

Як бачым, кафедра менеджменту сацыякультурнай дзейнасці БДУКіМ дае сваім студэнтам першыя ўрокі рэальнага бізнесу, навукаючы моладзь эфектыўнаму існаванню ў межах глабальнага маркетынгу нацыянальнай культуры. "Практика даказвае, што правільна задуманыя і правільна рэалізаваныя праекты могуць знаходзіцца ў сферы поўнай самаакупнасці і прыносіць прыбытак", — зазначае суразмоўца.

пунктаў гавораць аб развіцці інфраструктуры бізнесу і аптымізацыі яе работы, а таксама аб дзелавой адукацыі ў сферы прадпрымальніцтва. Трэба адзначыць, што і адну, і другую функцыю мы паспяхова выконваем.

Каб пераняць досвед стварэння спрыяльнага асяроддзя ў мэтах абароны прадпрымальнікаў-пачаткоўцаў, супрацоўнікі прадпрыемства двойчы выязджалі ў Германію. Там яны вывучалі вопыт стварэння сістэмы мікракрэдытавання, правілы ўзаемадзеяння прадпрымальнікаў і ўлад, магчымасці эфектыўнага існавання інфраструктуры.

### Эканамічная ніша пуставаць не можа

Сапраўды, перспектывы ўраважваюць. Але ці дастаткова сярод моладзі творчых спецыяльнасцей знойдзецца ахвотнікаў будаваць уласны бізнес? Аляксандр Кавалёўскі — уласнік інкубіруемага прадпрыемства — сцвярджае, што будзе нямаля. Выпускнік мастацкага факультэта (кафедра графікі) Беларускай дзяржаўнай акадэміі мастацтваў, у 2008 годзе па размеркаванні прыйшоў у адну прыватную кампанію. Аднак у хуткім часе кантора зачынілася і малады спецыяліст застаўся без працы. Калі пошукі новага месца не далі

Скорына. Зразумела, творцы, які на пачатку прадпрымальніцкай дзейнасці будзе эканоміць літаральна на ўсім, падобныя ўмовы сапраўды выгадныя.

— Мастацтва — у пэўнай ступені рамяство, а для рамяства неабходна база. На маю думку, арт-інкубатар стымулюе творчую моладзь заняцца ўласнай справай і дапаможа зрабіць гэта з меншымі грашовымі і нервовымі стратамі, — мяркуе Аляксандр Кавалёўскі. — Вось я "інкубіраваўся" толькі ў лістападзе, але ўжо бачу, што справа ідзе. Таму мяркую пашырацца і ўзяць некалькі мастакоў на працу.

Зрэшты, бізнес-інкубатар становіцца і своеасаблівым адукацыйным цэнтрам, бо яго арганізатары зацікаўлены, каб новае прадпрыемства "стала на ногі". Пачаткоўцам прапануюць шматлікія кансультацыі па праве, прадпрымальніцтве, тактыцы развіцця справы. Ёсць магчымасць праводзіць у канферэнц-зале прэзентацыі для розных мэтавых аўдыторый. На такіх мерапрыемствах прадстаўнікі "Маладзёжнай сацыяльнай службы" звычайна запрашаюць буйных бізнесменаў, чыноўнікаў і прадстаўнікоў улады, якія непасрэдна адказваюць за развіццё прадпрымальніцтва, зацікаўленых гасцей з замежжа. Па словах Віталія Снітко, з адкрыццём арт-інкубатора з'явіцца і міні-галерэя, у якой творцы змогуць прэзентаваць сваю прадукцыю. Такім чынам, атрымаюць магчымасць, не выходзячы з бізнес-інкубатора, знайсці тут першых кліентаў і першых партнёраў.

### Рыначны складнік творчай рэалізацыі

Існуе Палаюннае аб бізнес-інкубаторах, згодна з якім прадпрыемства можа існаваць на яго плошчы да трох гадоў (для пэўных відаў дзейнасці — да пяці). За гэты час яно павінна вырасці так, што стане цесна ў дадзеных умовах, і таму з'явіцца неабходнасць выйсці на рынак — у самастойнае плаванне, саступіўшы сваё месца чарговаму пачаткоўцу. "Вопыт замежных краін гаворыць, што, канешне ж, не ўсе з іх "выцягнуць" і стануць буйнымі прадпрыемствамі. Пэўны працэнт не зможна развіцця да загла-

# Інкубатар



# для арт-бізнесу

### Новыя магчымасці малага бізнесу

Тэарэтычныя асновы распрацаваны, але як ідуць справы з практычным прымяненнем? Што рабіць, калі ўсе эканамічныя тэрміны вывучаны, ды і на паперы выкладзены бізнес-план індывідуальнага прадпрымальніка? Кожнаму, хто аднойчы спрабаваў адкрыць сваю справу, вядома, чаго вымагае толькі этап падрыхтоўкі: знайсці памяшканне, аформіць арэнду, абмеркаваць усе тонкасці з юрыстам, бухгалтарам, кадравіком... Калі ж стартавы капітал даволі абмежаваны, усе памкненні распачаць уласны бізнес могуць так і застацца нерэалізаванымі.

У гэтых абставінах Беларусь звярнулася да вопыту замежных дзяржаў: каб дапамагчы будучым "акулам" бізнесу, якія не маюць неабходнай пачатковай матэрыяльнай базы, пераадолець першыя цяжкасці, у нас таксама пачалі адчыняць бізнес-інкубатары. Першай ластаўкай стаў бізнес-інкубатар на базе сталічнага Камунальнага ўнітарнага прадпрыемства "Маладзёжная сацыяльная служба".

— У 2009 годзе нашаму прадпрыемству быў прысвоены статус інкубатора малага прадпрымальніцтва, — распавяла намеснік генеральнага дырэктара Ірына Скорына. — У Беларусі прыняты вельмі важныя дакументы — Дырэктыва №4. Некалькі з яе

За кароткі час, што працуе сталічны бізнес-інкубатар, адчыніліся 24 прадпрыемствы. Іх непасрэдна дзейнасць давала неабходнасць аб'яднання сфуктур па пэўных галінах. Прыкладам, заказчык прапановае некалькіх відаў працы, і калі ты не выканаш дадатковы, тады страціш і свой непасрэдны заказ. Каб не згубіць тэндар, а іэта значыць і грошы, інкубіраваным прадпрыемствам патрэбна аб'ядноўвацца па сферах дзейнасці. І адным з перспектывных напрамкаў становіцца мастацтва. Нядзіўна, што ў хуткім часе на не так даўно набытых "Маладзёжнай сацыяльнай службай" дадатковых двухэтажных квадратных метрах плошчы адчыніцца менавіта арт-інкубатар.

— Арт-напрамак — перспектывны, — упэўнены выканаўчы дырэктар інкубатора малага прадпрымальніцтва Віталь Снітко. — У нас дастаткова твораў, якія пакуль не могуць рэалізавацца ў бізнесе. Зараз ідзе конкурс на 15 вакантных месцаў у арт-інкубатары. На дадзенай плошчы мы гатовы прыняць розных прадстаўнікоў індустрыі, адчыніўшы салоны фота, жывапісу, студыі дызайну, рамесніцкія майстэрні дэкаратыўна-прыкладнага мастацтва, рэжысёрскія і акцёрскія курсы. Іншымі словамі, усе, хто адносіцца да творчасці, — калі ласка, да нас. Але, зразумела, з актуальным і рэальным бізнес-праектам.

вынікаў, мастак успомніў пра сваё хобі — сувеніры і ўпрыгажэнні в металу і бронзы. Гэтыя вырабы карысталіся папулярнасцю сярод сяброў і знаёмых мастака. Дык чаму не ператварыць захапленне ў асабістую справу?

— Спачатку спрабаваў адчыніць прыватнае ўнітарнае прадпрыемства. У выніку ж прыйшоў суды, бо самы вялікі "плюс" бізнес-інкубатора ў тым, што ён дапамагае набыць статус юрыдычнай асобы за адносна невялікую плату. Таму шлях ад стварэння бізнес-плана да яго рэалізацыі ў разы скарачаецца! — патлумачыў Аляксандр.

Паўтаруся, бізнес-інкубатар — гэта інфраструктура падтрымкі прадпрымальніцтва, якая дазваляе мінімізаваць выдаткі на першапачатковым этапе стварэння і развіцця прадпрыемства. Прынамсі, прыходзячы суды, атрымліваеш магчымасць не набіраць у штат абслугоўваючых прадпрыемства спецыялістаў, а выбіраць неабходны пералік паслуг: пэўную колькасць кансультацый юрыста, сакратарскія і бухгалтарскія паслугі. Бізнесменам прапануюцца скарыстацца спецыялізаванымі камп'ютарнымі праграмамі, Інтэрнэтам, офіснай тэхнікай. "Сваёй дзейнасцю мы дабіліся таго, што кошт арэнды квадратнага метра быў зніжаны амаль у два разы і на сёння складае 26 250 рублёў на першы год размешчэння інкубатора з наступным павелічэннем", — дадае Ірына

наваных паказчыкаў, але гэта нармальна. Галоўнае, каб ён не дамінаваў. Для гэтага мы тут і працуем", — запэўніла Ірына Скорына.

Магчыма, арт-інкубатар стане выйцем для тых прагных да творчасці спецыялістаў, што не змаглі пасля заканчэння ВНУ знайсці сабе працоўнае месца. Неаднойчы ўздымалася і пытанне пра незапатрабаваных прафесіяналаў таго ці іншага творчага профілю.

У сённяшніх умовах ад прадстаўніка любой прафесіі патрабуецца актыўнасць і ініцыятыва. Арт-інкубатар дапамагае камерцыялізаваць пэўны сегмент культуры. Што, у сваю чаргу, можа даць большыя магчымасці павялічыць прыцягненне насельніцтва ў культурныя праекты, папулярназваць нацыянальнае мастацтва ў краіне і вывесці яго на сусветны рынак.

Дакладнае прымяненне рынковых законаў адкрывае мастакам новыя магчымасці уласным талентам забяспечыць сабе і сваю сям'ю. Не пашкодзіла ж буйная камерцыйная дзейнасць уладальніку фірмы Пётру Фабержэ стаць выбітным майстрам ювелірнага мастацтва, за творамі якога да гэтага часу палююць мастацтвазнаўцы ўсяго свету. І падобных прыкладаў гісторыя ведае нямаля. Чаму ж пэўны сегмент беларускай культуры не паставіць на рэйкі бізнесу?

Настася ПАНКРАТАВА