

МАЛЫЙ БИЗНЕС: «ТРУДНЫЙ РЕБЕНОК» ИЛИ НАДЕЖДА КАЗАХСТАНСКОЙ ЭКОНОМИКИ?

Двадцать лет независимости и целый ряд нерешенных проблем – таков неутешительный итог «развития» малого казахстанского бизнеса.

В чем дело? Почему малый бизнес, который в развитых странах является основой экономики и основным источником бюджетных пополнений, в нашей стране по-прежнему пребывает в младенчестве? И это несмотря на понимание его важной стратегической роли со стороны государства, на многочисленные программы развития, непрекращающиеся усилия неправительственных организаций и пр. Почему так мало успешных предприятий и так много банкротств и неудавшихся бизнесов уже на первом году жизни?

Причина всегда одна, или всегда есть главная причина. Если абстрагироваться от набившей оскомину коррупции, то можно сказать, что в принципе инфраструктура для развития предпринимательства государством создана. Конечно, остаются проблемы недостатка собственных средств, ограниченного доступа к финансированию, чрезмерного контроля со стороны госорганов, бюрократия местной власти и целый ряд других проблем, которые, что называется, заболтали, и на которые уже никто серьезно, к сожалению, не обращает внимания. Однако анализ современной практики малого предпринимательства позволяет утверждать, что основной вопрос теперь все-таки лежит в другом – в профессиональной компетентности самих начинающих бизнесменов. Основные факторы при этом следующие:

Узость креативного мышления

Принято считать, что хороших бизнес-идей мало. Я не согласен с этим. Хороших идей может быть так же много, как и неудовлетворенных потребностей и желаний потребителей. Конечно, найдутся оппоненты и скажут, что «рожденный ползать, летать не может», имея в виду творческие таланты людей, с чем нельзя не согласиться. Но хорошая новость заключается в том, что есть тренинги по развитию креативного мышления. Я сам когда-то проходил подобный тренинг в Израиле и могу сказать, что этому можно научить. Или, в крайнем случае, хорошо продвинуть в данном направлении, открыв человеку «лакаторы» для улавливания чужих идей.

Креатив же многих наших начинающих предпринимателей дальше банальной автомойки или продуктового магазина зачастую не идет.

Другой вопрос из этой же оперы – коммерциализация идеи. Как от идеи дойти до продаж и прибыли? Здесь опять-таки у большинства – темный лес. Развитие идет по законам естественного отбора – выживает сильнейший (самый умный) методом проб и ошибок.

Другие же, может, не менее талантливые люди, пропадают из-за своей некомпетентности и нехватки воли и терпения.

Непонимание своего бизнеса

Это – причина большинства банкротств. Ведь дело не в том, чтобы просто что-то произвести или продать, а в том, чтобы распознать (иногда – создать) неудовлетворенный спрос, занять эту нишу и качественно ее обслуживать. Грамотно определить свою ценовую политику. Делать прибыль на основе превосходного сервиса, делать для клиента больше, чем он платит ... Иначе говоря, определить свою стратегическую позицию. Если компания не делает этого, она погибает или ведет борьбу за выживание. Наверное, наши начинающие предприниматели не только не определяют свою стратегическую позицию, но и не слышали подобного словосочетания вообще. Кстати, все эти вопросы должны отражаться в бизнес-плане, составлению которого тоже надо учиться.

Бизнес-некомпетентность

Большинство наших предпринимателей никогда серьезно не изучали маркетинг, бизнес-планирование, финансовый менеджмент, основы бухгалтерии и бизнес-законодательство. Равно как и целый ряд остальных бизнес-дисциплин. Как это понимать? Ведь эти знания просто жизненно необходимы для бизнеса. Да, Билл Гейтс не окончил в свое время колледж и не имел степени MBA, но стал при этом самым богатым человеком планеты. Но для большинства предпринимателей средней руки (кто не равен по своим способностям Биллу Гейтсу) знания как создавать бизнес и как им управлять, мягко говоря, не помешали бы.

Оторванность от обучения

На программах MBA учатся в основном состоявшиеся предприниматели и руководители, которые, тем не менее, осознали недостаток своих бизнес-знаний и технологий управления. Они приходят на программу осознанно, готовые потратить полтора-два года и немалую сумму в свое образование, что делает им только честь. Но даже они воспринимают некоторые вещи из курса «Стартовый бизнес: планирование и реализация» как откровение. Что же говорить о начинающих бизнесменах? Более того, у стартового бизнеса нет возможностей обучаться – ни временных, ни финансовых. Все время и все деньги уходят на раскрутку дела, а это, пожалуй, самый трудный период в развитии большинства компаний. И они остаются оторванными от обучения. И если время на обучение можно (и нужно!) найти, то вопрос его финансирования остается зачастую непреодолимой преградой. В итоге – все та же оторванность от обучения. А это значит – шансы на провал многократно возрастают.

Что делать?

На вопрос «Кто виноват?» мы уже ответили – сами предприниматели. Однако, чтобы «трудный ребенок» превратился, если не в локомотив, то хотя бы в надежду нашей экономики, ему надо помочь.

Времени до вступления Казахстана в ВТО осталось совсем немного, всего 1,5-2 года. Какие угрозы это несет отечественному малому (и в смысле размера, и в смысле возраста, и, самое главное, в смысле развития) бизнесу никто сказать определенно не может. Но учитывая факт, что развитость малого бизнеса определяет экономическую безопасность страны, то соответствующие уполномоченные органы и общественность должны осознать необходимость *более эффективных* способов оживления ситуации. Более того, нужен прорыв. В международной практике немало примеров эффективной помощи государства малому бизнесу, но экономические чудеса лишь тогда имеют место, когда все усилия всех игроков сосредоточены на одном главном направлении.

И если мы согласны, что прорыв в малом бизнесе в руках самих предпринимателей, то нужна специальная госпрограмма или хотя бы пилотный проект по их обучению с названием, к примеру, «10000 предпринимателей малого бизнеса». Но ее должны разрабатывать *профессиональные тренеры* в сотрудничестве и при поддержке чиновников из институтов развития. Именно «в сотрудничестве и при поддержке», т.е. основным игроком. При этом вопросы финансирования, администрирования, отчетности и организации тендеров должны оставаться в ведении чиновников. Но содержательные, такие как структура и содержание программ обучения, оценка и подбор тренеров, разработка и мониторинг методики обучения должны быть исключительно в компетенции профессионалов от обучения.

В противном случае проект/программа просто пополнит и без того длинный список хороших намерений, окончившихся ничем кроме бездумного «освоения» государственных средств.

Алматы, 2010г.