

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕГИОНА

Маликов А.Ж., Сабденова Ж. О.

*Южно-Казахстанский Государственный Университет имени М.Ауэзова г. Шымкент, Казахстан
M.Auezov South Kazakhstan State University, Shymkent, Kazakhstan*

АННОТАЦИЯ

В статье дается обзор становлению малого бизнеса в Казахстане на примере зарубежного опыта. Автором проанализированы становления малого бизнеса в зарубежных странах, и каким образом он повлиял на процесс становления малого бизнеса в Казахстане.

Ключевые слова: *производитель, бизнес, мировой рынок, инновационные технологии, аутсорсинг.*

XX век стал временем, когда за экономическую выживаемость боролись крупные транснациональные корпорации. Политика государств была направлена на поддержание финансовой и экономической мощи крупных производителей, создававших национальное богатство. Однако процессы глобализации показали, что в мировой экономике имеют место процессы, в которых важную роль играют малые и средние предприятия. Особенно эффективно они проявили себя во внедрении инновационных технологий. По словам Джеймса Фоули, директора Международного торгового центра университета Бредли (штат Иллинойс, США), сегодня для бизнеса, безотносительно к его размеру, не выходить за рубеж – это «как войти со своим товаром в комнату, в которой находятся 100 человек, но продавать его только пяти. Небольшие компании часто игнорируют возможность выведения своего бизнеса за пределы страны. И напрасно!» Еще более категорична в своей оценке американский аналитик Лорел Делани:

«В будущем в мире останется только два типа бизнеса: бизнес, представленный глобально, и бизнес, который вымер». Важную роль в активизации малого и среднего бизнеса играет технологический прогресс, особенно в области телекоммуникаций. Использование коммерческих космических спутников удешевило услуги связи, создало условия для постоянного видео общения управленческого и исполнительного аппарата, независимо от места их нахождения в стране или за рубежом. Нельзя не учитывать и такой фактор. На него стали обращать внимание при обучении вопросам международного бизнеса, поскольку этот аспект не входил в программу обучения, например, американских университетов и колледжей, а

если и был, то по содержанию был далек от реальной практики. Теперь же специальность «Международная торговля и ВТО» обязательна во многих вузах США.

В зарубежных странах развитию малого бизнеса придается большое значение, исходя из приоритетности создания новых рабочих мест и обеспечения устойчивого экономического роста. По данным Программы развития Организаций Объединенных Наций, количество малых предприятий превышает 95 % от общего количества всех предприятий. В мировой экономике на долю таких предприятий приходится свыше 60 % занятых, а их доля в ВВП достигает 50 %. Как государство помогает малому и среднему бизнесу выйти на международный рынок? Существует несколько способов. Во-первых, при поддержке крупных бизнеспартнеров. Сначала малый бизнес обслуживает крупную компанию, потом при ее поддержке выходит на новые рынки. Во-вторых, экспорт своих товаров и услуг, произведенных в стране пребывания. Это могут быть небольшие фирмы, занимающиеся узкоспециализированным сегментом рынка. Например, спортивным инвентарем для некоторых видов спорта (крикета, американского футбола, скалолазания), программным обеспечением для компьютеров или сбытом сезонной продукции. Это могут быть фирмы, которые предоставляют свои услуги через Интернет. К ним относятся торговые площадки типа eBay и TradeMe, переводческие компании, поисковые серверы, а также компании, специализирующиеся на дистанционном обучении. Третьей категорией малого бизнеса, который может рассчитывать на успех на международном рынке труда, являются те, чья деятельность связана с поставками строительных материалов и энергоносителей. В первую очередь, это относится к тем, кто планирует выходить на страны с активно растущими экономиками – Бразилию, Индию, Китай.

Новой тенденцией стал так называемый трансформирующий аутсорсинг. Это форма работы становится важным фактором выживаемости малого и среднего бизнеса в конкурентной борьбе в международном масштабе. На современном рынке существует возможность выбора при относительно однородном качестве товаров и услуг. Аутсорсинг предполагает работу «лицом к лицу», позволяет быстро принимать важные решения, эффективно использовать деятельность менеджеров, находящихся в разных регионах планеты в рамках одной коммерческой структуры.

В результате этот метод работы стал более выгодным для малого и среднего бизнеса. Не углубляясь в экономические проблемы аутсорсинга, следует отметить, что для Казахстана – это важное направление в политике государства для активизации деятельности малого и среднего бизнеса, которому сейчас стали уделять серьезное внимание. Следует отметить, что в каждой стране

существуют специфические особенности развития малого и среднего бизнеса. Они детерминированы историко-культурными традициями, уровнем развития экономики, а также законодательными нормами и государственными условиями поддержки бизнеса. Развитие малого и среднего бизнеса в каждой стране происходило по своей собственной схеме.

Если в одних малые и средние предприятия появились лишь после развития крупных промышленных конгломератов, то в других – основой экономического процветания стал именно малый и средний бизнес, который впоследствии перерастал в крупный и даже транснациональный. Другим направлением, которое можно было заимствовать у японского правительства – совершенная система обеспечения прав интеллектуальной собственности, признание важности роли изобретателей, содействие регистрации патентов и их выдачи.

К сожалению, пока в этом направлении в Казахстане мало продвижений в сторону улучшения. Бюрократизация, волокита, многочисленная документация затрудняют реализацию труда изобретателей. Тем не менее, казахстанское правительство делает решительные шаги по искоренению недостатков. Еще одним важным направлением в развитии малого и среднего бизнеса Японии, интересным для Казахстана, является его регионализация.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. U. S. Small Business Administration. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sba.gov>, свободный. Загл. с экр. Яз. англ.
2. U. S. Senate Committee on Small Business and Entrepreneurship. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://sbs.senate.gov>, свободный. Загл. с экр. Яз. англ.
3. Правительство Республики Казахстан. Постановление от 12 мая 2005 г. Об утверждении Программы ускоренных мер по развитию малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан на 2005 - 2007 год // Параграф: справ. система: Восточно-Казахстанский региональный центр правовой информации. - Усть-Каменогорск, 2015.