

А.А. ЖАКСЫЛЫКОВА,¹
докторант.
Казахский национальный
университет им. аль-Фараби¹

ПРОБЛЕМЫ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАЗАХСТАНА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Аннотация

В Казахстане существуют серьезные проблемы в развитии малого и среднего бизнеса. Несмотря на существующие государственные программы поддержки и развития, малый и средний бизнес в стране пока не получил должного развития. Существует ряд преград объективного и субъективного порядка, которые не позволяют на протяжении многих лет успешно преодолеть препятствия на пути развития малого и среднего бизнеса, замедляя темпы его роста. Одной из наиболее сложных проблем является отсутствие у большей части субъектов достаточных финансовых ресурсов для обеспечения собственных инвестиционных и оборотных потребностей. Банки в силу низкой налоговоспособности малого предпринимательства вынуждены переносить стоимость риска на кредиты путем увеличения процентной ставки по займам. Другим фактором, негативно влияющим на развитие малого предпринимательства, является несовершенство существующих или отсутствие четких норм в законодательстве страны, регулирующих деятельность малого предпринимательства, что приводит к увеличению административных барьеров. Недостаточная скоординированность инфраструктуры поддержки малого предпринимательства привела к тому, что при входе на рынок предприниматель несет большие издержки, обусловленные необходимостью налаживания и поддержки отношений со всеми контрагентами во внешней и внутренней среде. Во внешней среде это взаимоотношения с государственными органами, финансово-кредитными организациями, поставщиками, потребителями и конкурентами; во внутренней – выбор вида деятельности и организационно-правовой формы; подбор кадров и управление персоналом; поиск команды партнеров и знание рынка. Устранение этих преград откроет широкую дорогу для быстрого и эффективного развития малого и среднего бизнеса Казахстана.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, барьеры, развитие, инновации, знания, опыт, информация, проектный менеджмент.

Малый и средний бизнес (МСБ) является основой социально-экономической стабильности общества, формирования среднего класса. В развитых странах мира высока доля вклада малого и среднего бизнеса. В большинстве этих стран она превышает 50% от валового внутреннего продукта [1]. Следует обратить внимание, что малый и средний бизнес в этих странах проявляет особую активность в сфере инновационных технологий, часто являясь пионером в области прорывных технологий. Так, малый бизнес США создал первые персональные компьютеры. Они появились как результат инициативы и знаний нескольких энтузиастов в области компьютеров и были собраны в обычном частном гараже [2]. Благодаря малому бизнесу было создано и много других продуктов, ставших обыденными в наши дни. Таким образом, через малый и средний бизнес раскрывается имеющийся созидательный, творческий человеческий потенциал.

Значение малого и среднего бизнеса для экономики страны велико, что и определяет повышенное внимание со стороны руководства Казахстана данному сектору экономики. В стране принимаются специальные государственные программы, направленные на развитие МСБ, результаты реализации которых отражают статистические данные. В таблице 1 (стр. 156) приведены данные, характеризующие динамику развития МСБ в Казахстане за 2005, 2013–2017 гг.

Положительная динамика количественных показателей очевидна. Растет объем выпуска продукции МСБ. Благодаря МСБ увеличилась численность занятых. МСБ вносит все более ощутимый вклад в ВВП страны. Отметим, что темпы роста выпуска продукции МСБ существенно опережают общие темпы роста ВВП Казахстана. Общее производство продукции МСБ увеличилось в 2017 г. против 2005 г. более чем в 15 раз, в то время как ВВП страны вырос лишь в 2,8 раза [3].

Таблица 1 – Динамика развития малого и среднего бизнеса в Казахстане

Показатели	2005 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2005 г. в %
Выпуск продукции, млн тенге	1 544 056	9 165 412	15 568 081	15 699 405	19 609 010	23 241 125	в 15 раз
Численность занятых в МСБ, чел.	1 875 526	2 576 902	2 810 962	3 183 844	3 166 792	3 190 133	170,1
Доля ВДС в ВВП, %	10,5	16,7	25,9	24,9	26,8	26,8	+16,3
Примечание – Источник [3].							

В структуре МСБ основную долю зарегистрированных и действующих предприятий МСБ составляют индивидуальные предприниматели (65% от общей численности предприятий), в то время как основной объем выпуска продукции приходится на юридические лица в составе МСБ. На долю юридических предприятий МСБ в 2017 г. пришлось 88,4% всего выпуска продукции предприятий МСБ, или 2,7 трлн тенге. Подавляющее большинство индивидуальных предпринимателей не занимаются выпуском продукции. В сферу их деятельности входит в основном торговля, строительство и различные услуги.

Социальная важность МСБ определяется решением проблемы занятости населения. Из данных таблицы 1 видно, что численность занятых работников благодаря МСБ существенно увеличилась. В целом за рассматриваемый период – с 2005 по 2017 гг. наблюдается рост занятых в МСБ Казахстана, составивший 70,1%.

Вместе с тем уровень развития МСБ в Казахстане существенно отстает от достигнутого в развитых странах мира. Так, если доля вклада МСБ в ВВП во многих странах мира превышает 50 и более процентов, то в Казахстане она существенно ниже, составляя всего 26,8% (рисунок 1).

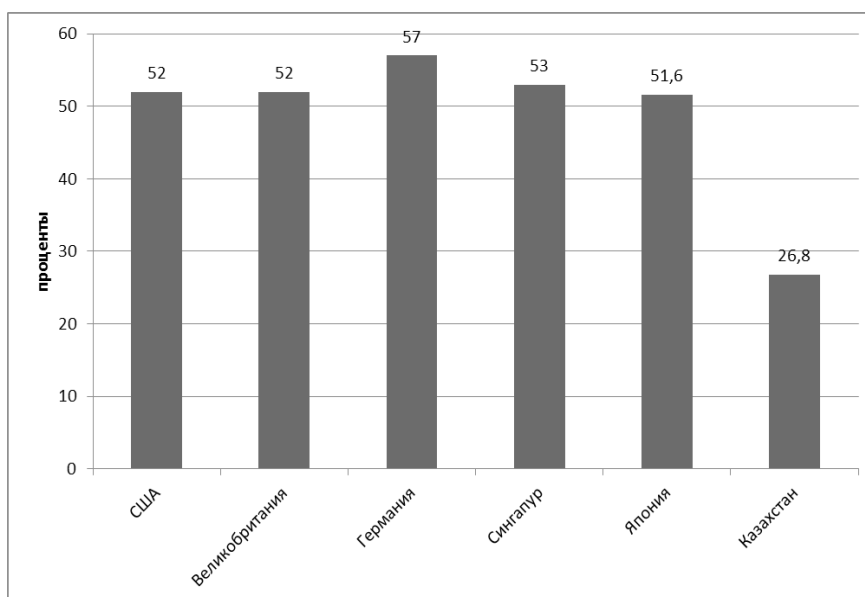


Рисунок 1 – Доля продукции МСБ в ВВП ряда стран мира и Казахстана по итогам 2017 г.

Примечание – Источник [1, 3].

Количество предприятий МСБ в Казахстане постоянно растет, но при этом высока доля неработающих предприятий (рисунок 2, стр. 155). Хотя доля таких предприятий существенно снизилась в 2017 г. по сравнению с 2005 г., однако она остается еще достаточно высокой (2005 г. – 34,1%, 2017 г. – 25,5%).

Такое положение вызвано наличием различных проблем на пути формирования и развития МСБ. Здесь можно отметить непродуманность учредителей при организации бизнеса, отсутствие необходимых навыков и знаний ведения бизнеса, незнание рыночной ситуации, пере-

оценку своих сил и т.д. С другой стороны, в стране пока имеют место серьезные препятствия на пути МСБ, связанные с проблемами стартового финансирования, слабостью государственных программ по развитию МСБ, не учитывающих всех нюансов окружающей среды, чиновничьей бюрократией и т.д.

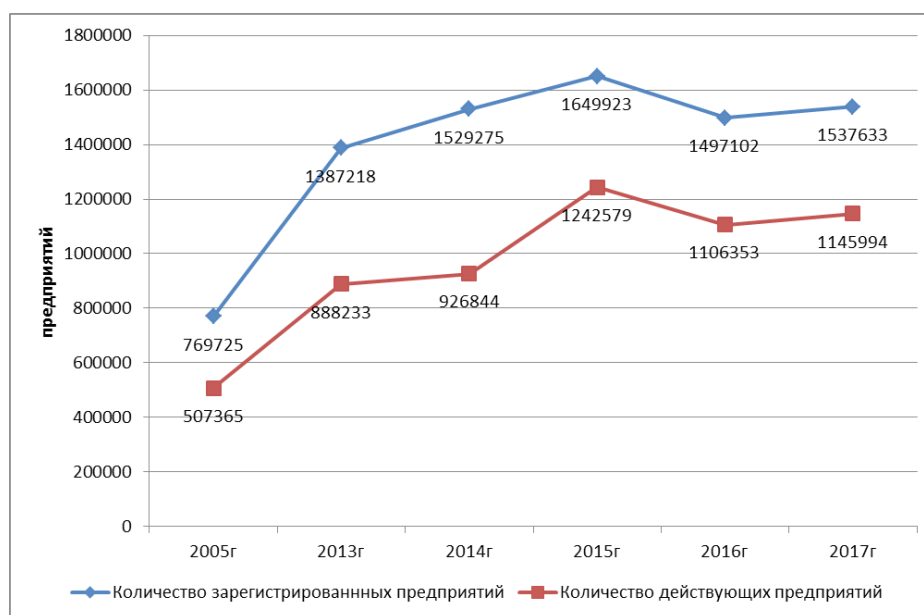


Рисунок 2 – Количество предприятий МСБ в 2005, 2013–2017 гг.

Примечание – Источник [3].

Еще одной серьезной проблемой МСБ Казахстана является неравномерность его развития в разрезе регионов страны. Более быстро развивается МСБ в регионах с высоким уровнем социально-экономического развития. Это в первую очередь города Алматы и Астана, а также ряд областей, среди которых Карагандинская, Павлодарская и Южно-Казахстанская области. Низкий уровень МСБ в регионах сдерживает общий рост данного сектора в экономике страны.

Проблемы в развитии МСБ Казахстана связаны как с объективными, так и с субъективными причинами.

Ранее экономика страны была частью командно-централизованной системы, в которой предпринимательство, бизнес, инициативность не поощрялись. Поэтому население в целом было не готово к новым экономическим отношениям. Предпринимательский дух практически отсутствовал. Лишь наиболее активная часть населения страны смогла относительно быстро приспособиться к новым отношениям и успешно формировать свой бизнес. Подавляющая часть населения не смогла адаптироваться к новым условиям. Как итог – большое количество неработающих предприятий малого и среднего бизнеса.

Многие из существовавших ранее малых предприятий, которые функционировали в сфере обслуживания, производства товаров пищевой и легкой промышленности, в результате наступившего кризиса в первые годы формирования новых экономических отношений прекратили свое существование. Население Казахстана в первые годы государственного суверенитета было не готово к новым отношениям. В результате в начальный период рыночной трансформации ситуация с МСБ страны оставалась напряженной.

Наряду с объективными препятствиями имели место субъективные причины, ограничивавшие формирование и рост МСБ. Из-за неразработанности научно обоснованных подходов к трансформации переходной экономики общее социально-экономическое положение сказалось на формировании его всех участников, рыночных партнеров [4, с. 18–20].

В тот период времени практически прекратили свою деятельность многочисленные предприятия страны, производившие потребительские товары в промышленности. В сельском хозяйстве были ликвидированы совхозы и колхозы. Создаваемые на их месте мелкие фермерские

хозяйства не в состоянии были обеспечить промышленное выращивание скота, производство продукции растениеводства и т.д.

В условиях рыночных деформаций и, как следствие, отсутствия продуманной программы реформирования экономики прежние производители товаров оказались неспособными обеспечить поставку товаров на рынок. Из-за отсутствия необходимого количества отечественных предприятий рынок Казахстана практически превратился в рынок импортных товаров.

В течение многих лет казахстанские производители вытеснялись с отечественного рынка товаров под давлением импорта. В результате этого на казахстанском рынке теперь предложение товаров и услуг отечественного производства стало минимальным, остальное – это импорт. Особенно сильно пострадала легкая промышленность страны. Казахские производители представлены на внутреннем рынке главным образом продовольственными товарами и услугами.

На первом этапе формирования рыночных отношений происходило активное вытеснение отечественных производителей товаров импортом, хотя в первые годы этого этапа конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей на рынке еще имелаась.

Начались активные рыночные преобразования, приватизация государственной собственности, формирование рыночных институтов. Государственная монополия в области производства была разрушена. Приватизированные предприятия под действием рыночных сил в итоге получили разную судьбу, какие-то предприятия продолжили свою деятельность, а какие-то обанкротились. Постепенно рынок страны дестабилизировался, импорт стал преобладающим в обеспечении рынка товарами и услугами.

Ситуация медленно меняется в лучшую сторону. МСБ, призванный насытить внутренний рынок страны, до сих пор в большей степени ориентирован на торговую деятельность, в меньшей степени – на услуги и строительство. Мало производственных предприятий, производящих готовые товары. Этому препятствует в известной степени незначительный внутренний рынок страны и большая доля импорта, занявшего прочное положение по многим товарным группам, сдерживающего отечественное производство товаров. МСБ Казахстана не в состоянии конкурировать с товарами, поставляемыми из-за границы, ни по качеству, ни по ценовому фактору. Уровень производства в МСБ Казахстана остается низким. Отметим, что производительность труда в МСБ на одного работника на 30% ниже среднего уровня в экономике страны [5].

Развитию МСБ в Казахстане препятствуют и сложности с фондированием бизнеса. Декларируемая поддержка государством затрагивает лишь незначительную часть МСБ, ставя данный сектор в невыгодные рыночные условия. Ряд положений, закрепленных в действующем налоговом законодательстве, не способствуют накоплению капитала на предприятиях сектора. Это препятствует развитию МСБ.

Развитие экономики в целом и МСБ в частности сдерживается искажением рыночной среды. В экономике преобладают отрасли добывающей промышленности, все остальные отрасли получают господдержку по остаточному принципу. Экономика страны несбалансирована. Результатом этого стали регулярно производимые девальвации тенге, которые отбрасывают бизнес на несколько лет назад, приводят к банкротству предприятий, снижают активность бизнеса и т.п.

Для выхода из складывающейся ситуации и достижения поставленной задачи по увеличению доли МСБ до 50% в ВВП к 2050 г. необходимо провести точечную, нацеленную на эффективное достижение цели работу.

МСБ страны работает главным образом на местный рынок, который, как известно, имеет ограниченный объем. Опыт стран, добившихся высоких показателей развития, доказал, что МСБ необходимо ориентировать в первую очередь на экспорт продукции. Такой подход неминуемо приведет к повышению качества продукции и через это – к росту конкурентоспособности МСБ. Это подтверждает опыт Южной Кореи, в которой государственная поддержка оказывалась в первую очередь инновационно ориентированным предприятиям. Широко использовался принцип «усиления сильных». В результате МСБ сосредоточил свои усилия на производстве конкурентоспособной, востребованной продукции, которая стала успешно продвигаться на мировых рынках.

В отличие от Южной Кореи Казахстан владеет уникальным потенциалом природных ресурсов, которые на сегодняшний день используются крайне неэффективно. Казахстан экспортирует в основном минеральные ресурсы или же продукцию первого передела. Отметим, что даже незначительные усилия по производству продукции более глубокого передела позволят существенно увеличить валовые доходы страны.

Драйвером развития МСБ Казахстана должно стать государство. Государство должно создать реальную конкурентную среду в отраслях экономики страны. Для этого эффективным представляется создание кластеров вокруг банков страны, в состав которых, помимо банков, входили бы крупные компании и инновационные малые и средние предприятия. Такая институциональная конструкция позволит существенно снизить неизбежный конфликт интересов между крупными и малыми предприятиями. При этом эффективно использовать механизм проектного менеджмента, который позволит на стадии планирования кластеров четко сформулировать конечную цель проекта и выделить границы ответственности каждого члена кластера.

Опыт развитых стран мира указывает на возможность создания такой среды посредством организации малых и средних предприятий, которые могут создать конкуренцию монополистам в части производства инновационной продукции, особенно по тем направлениям, которые приносят максимальную финансовую отдачу. Этот недостаток в развитых странах решается посредством малых и средних предприятий.

Возьмем, к примеру, важнейшую отрасль Казахстана – металлургию. Она в основном ограничивается производством первого передела. В развитых странах мира вклад в более глубокую переработку продукции металлургии вносит именно МСБ. Малые и средние предприятия в конкурентной борьбе готовы идти на риски, тем самым завоевывая себе потребителей. Во многом благодаря малым и средним металлургическим предприятиям было достигнуто форсированное развитие металлургии во многих странах мира. Япония, Южная Корея, Турция, Китай и другие страны добились быстрого развития металлургии за относительно короткий срок, не превышавший 10 лет. Предприятия МСБ смогут оказывать давление на отечественных монополистов посредством создания конкурентной среды за счет расширения ассортимента металлов. Кроме того, малые и средние предприятия в области металлургии, производя современную продукцию, способствуют развитию сопряженных отраслей, повышению качества их продукции за счет более высоких свойств производимой металлопродукции. Обладая дешевыми ресурсами, страна сможет производить более конкурентоспособную и востребованную продукцию для зарождающегося в стране автомобилестроения, машиностроительной продукции и др., т.е. посредством создания инновационных малых и средних предприятий в металлургии будет обеспечено общее развитие экономики страны и ее конкурентоспособность. Аналогичная ситуация и в других отраслях экономики Казахстана.

Рынок продукции Казахстана имеет естественные пределы, определяемые спросом. Поэтому производство должно быть в большей степени ориентировано на экспорт. В этой связи развитие инновационных продуктов необходимо решать комплексно, т.е. одновременно с освоением новых производств требуется создать каналы успешного продвижения продукции на зарубежные рынки.

Сегодня слабо проводится работа по продвижению отечественной продукции на мировые рынки. Однако проблема в данном случае носит комплексный характер. В первую очередь необходимо более быстрое внедрение современных технологий и на этой основе переход на более высокие стадии переработки сырья и материалов. Одновременно следует принимать активные меры по продвижению продукции на мировые рынки. Это позволит поднять уровень конкурентоспособности отечественной продукции.

В программе индустриально-инновационного развития Республики Казахстана на 2015–2019 годы проблеме продвижения продукции на международные рынки уделено определенное внимание. Такие меры, как обеспечение потенциальных потребителей казахстанской продукции за рубежом информационно-аналитическим сопровождением, организация презентационных мероприятий и другие, очевидно, способствуют решению поставленной задачи.

Вместе с тем необходимо ускорить решение вопроса об открытии представительств по продвижению экспорта продукции за рубежом. Вторая часть проблемы заключается в обеспечении указанных представительств квалифицированными кадрами.

Для этого следует сконцентрировать внимание на подготовке адекватных кадров, способных справляться с поставленными задачами. В Казахстане пока наблюдается дефицит профессионально подготовленных кадров.

Для продвижения казахстанской продукции в вузах страны надо вводить в учебные курсы специальные программы по продвижению отечественных товаров на зарубежных рынках, в ходе обучения предусматривать прохождение практики за рубежом для получения навыков работы на международных рынках. Эти специалисты должны досконально знать право тех стран, в которых им придется работать. Это поможет успешнее решать проблемы продвижения отечественных товаров на рынках таких стран. При этом выбор должен падать на наиболее перспективные рынки сбыта продукции.

Для формирования команды профессиональных кадров по продвижению казахстанской продукции на зарубежные рынки следует учитывать то, что такие специалисты должны пройти высококачественное обучение, хорошо разбираться в потребительских свойствах продукции, знать основных потенциальных потребителей продукции, уметь налаживать коммуникации с нужными людьми, знать языки, экономическое и другое право тех стран, где будут вести свою работу. Все указанные факторы можно обеспечить при создании адекватных условий мотивации труда, оплаты труда в зависимости от достигнутых результатов. Без решения перечисленных проблем будет невозможно добиться результатов по продвижению казахстанской продукции на зарубежные рынки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Абдибеков С.У., Беделбаева А.Е. Мировые тенденции развития предпринимательской деятельности в экономике зарубежных стран: <https://articlekz.com/article/15307>.
- 2 Возняк С. Стив Джобс и я: подлинная история Apple. – М.: ЭКСМО, 2012. – 321 с.
- 3 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК: www.stat.gov.kz.
- 4 Жалелова Р.З. Механизмы поддержки потребительских рынков для малообеспеченного населения. – Алматы, 2014. – 190 с.
- 5 Курманбеков А., Темирханов М. МСБ Казахстана: <http://www.halykfinance.kz>.

Аңдатпа

Қазақстанда шағын және орта бизнесті дамытуда елеулі проблемалар бар. Қолданыстағы мемлекеттік қолдау мен даму бағдарламаларына қарамастан, елдегі шағын және орта бизнес әлі де тиісті дамымаған жоқ. Көптеген жылдар бойы шағын және орта бизнестегі кедергілерді сәтті еңсеруге, оның өсу қарқынын бәсеңдетуге мүмкіндік бермейтін объективті және субъективті тәртіптегі бірқатар кедергілер бар. Меншікті инвестицияларын және айналымдағы қажеттіліктерін қамтамасыз етуде көптеген субъектілер үшін ең күрделі мәселелердің бірі – жеткілікті қаржы ресурстарының жоқтығы. Шағын бизнестің төмен салық салынуына байланысты банктер несие бойынша пайыздық мөлшерлемені ұлғайту арқылы тәуекелдің құнын несиеге беруге мәжбүр етеді. Шағын кәсіпкерлердің салық төлеу мүмкіндіктерінің төмен болуына байланысты банктер несие бойынша пайыздық мөлшерлемені ұлғайту арқылы тәуекелдің құнын несиеге аударуға мәжбүр. Шағын кәсіпкерліктің дамуына кері әсерін тигізетін тағы бір фактор – елдегі шағын кәсіп субъектілерінің әкімшілік кедергілерді жоғарылатуына әкеліп соқтыратын заңнамадағы нормативтердің кемшіліктері немесе нақтылықтың болмауы. Шағын кәсіпкерлікті қолдауға арналған инфрақұрылымның жеткіліксіз үйлестірілуі нарыққа шығу кезінде кәсіпкер сыртқы және ішкі ортадағы барлық контрагенттермен қарым-қатынас орнату және қолдау қажеттілігіне байланысты үлкен шығыстарға әкеледі. Сыртқы ортада бұл мемлекеттік органдармен, қаржы және несиелік ұйымдармен, жеткізушілермен, тұтынушылармен және бәсекелестермен қарым-қатынастар; ішкі – қызметтің түрін және ұйымдастырушылық-құқықтық нысанын таңдау; кадрларды іріктеу және басқару; серіктестер тобын іздеу және нарық туралы білу. Осы кедергілерді жою Қазақстандағы шағын және орта бизнестің жылдам әрі тиімді дамуына кең жол ашады.

Тірек сөздер: шағын және орта бизнес, кедергілер, даму, инновациялар, білім, тәжірибе, ақпарат, жобалық басқару.

Abstract

There are serious problems in the development of small and medium-sized businesses (SMEs) in Kazakhstan. SMEs have not yet received proper development in the country despite the existing government support and development programs. There are a number of obstacles to the objective and subjective order that do not allow to successfully overcome obstacles to SMEs. They slow down the growth rates of SMEs. One of the most difficult problems is the lack of sufficient financial resources for most of the subjects to ensure their own investment and negotiating needs. Banks are forced to transfer the cost of risk to loans by increasing the interest rate on loans due to low taxability of small business. Another factor negatively affecting the development of small business is the imperfection of existing or lack of clear norms in the legislation of the country regulating the activity of small business, which leads to an increase in administrative barriers. Insufficient coordination of the infrastructure for supporting small businesses has led to the fact that at the entrance to the market the entrepreneur incurs great costs, due to the need to establish and maintain relations with all counterparties in the external and internal environment. In the external sphere, these are relations with state bodies, financial and credit organizations, suppliers, consumers and competitors. In the internal – the choice of the type of activity and organizational and legal form; recruitment and staff management; the search for a team of partners and knowledge of the market. Elimination of these barriers will open a wide path for the rapid and effective development of SMEs in Kazakhstan.

Key words: small and medium businesses, barriers, development, innovation, knowledge, experience, information, project management.