

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

А. А.Турсынбаева - к.э.н., доцент, *Казахский Национальный Технический университет им.К.И.Сатпаева, г.Алматы*

Аннотация

В статье рассматривается необходимость развития инфраструктуры малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан

Түйін

Мақалада Қазақстан Республикасындағы шағын және орта бизнес инфрақұрылымының дамуының қажеттілігі қарастырылған.

Summary

In article the necessity of development infrastructure of small and medium business in Republic of Kazakhstan is considered.

Ключевые слова:

инновационное предпринимательство, инфраструктура, малый бизнес, кластер, финансовая политика

Как нам известно малый и средний бизнес оперативнее реагирует на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике гибкость, вносит существенный вклад в развитие конкурентной среды, способствует ускорению инновационных процессов - осуществлению прорыва по ряду важнейших направлений научно – технического прогресса (электроника, кибернетика, информатика), формированию социальной направленности рыночных отношений - решению проблем занятости населения и смягчению социальной напряженности в тяжелое кризисное время, эффективнее мобилизует неиспользуемые финансовые средства.

Следует отметить, что государство РК стремится к увеличению вклада частного предпринимательства в экономический рост страны посредством увеличения численности занятого в малом и среднем бизнесе (МСБ) населения и формирования среднего класса, а также диверсификации производственного предпринимательства.

Развитие предпринимательства в Республике Казахстан (РК) является одним из приоритетных направлений экономической политики государства. Несмотря на то, что показатели развития предпринимательства в РК и развитых странах мира существенно отличаются, МСБ сумел занять определенную нишу в экономике Казахстана. В этих условиях государство решает широкий круг задач, связанных с повышением конкурентоспособности национальной экономики в целом, и развитием предпринимательства, в частности. К ним относятся проблемы реструктуризации экономики, преодоления несовершенства отраслевой и технологической структуры, внутренней интегрированности, а также недостаточной жизнеспособности производительных сил, развития инфраструктуры и институтов рынка. В последнее время наблюдается большой рост субъектов малого и среднего предпринимательства в сферах, где пока не требуется больших

капиталов, оборудования и кооперации множества работников. Зарубежный опыт подтверждает, что предпринимательство может стать реальным сектором стабилизации и роста экономики Казахстана. По официальным источникам, в настоящее время доля МСБ в валовом внутреннем продукте (ВВП) Японии составляет 95 процентов, США – 80, стран Западной Европы – 60, а Казахстана – всего лишь 15.

Основой инновационного предпринимательства является создание и освоение новой продукции и оказание новых услуг. Определяющая часть инновационного предпринимательства – это создание и производство научно – технической продукции, работ, интеллектуальных ценностей, информации, которые подлежат реализации потребителям. Поэтому в Республике Казахстан поставлены задачи перехода к индустриально – инновационному развитию, ориентации на стратегию поддержки высокотехнологичных производств, инновационного сектора и предпринимательства.

Главным приоритетом стратегии индустриально – инновационного развития Казахстана является формирование привлекательной инфраструктуры. Создание современной производственно – социальной инфраструктуры в стране выступает необходимым фактором качественного развития предпринимательства [1].

Инфраструктура поддержки и развития предпринимательства представляет собой комплекс организаций (институтов), обеспечивающих благоприятные условия для создания, функционирования и развития предпринимательской деятельности. В Республике Казахстан к ним относятся: государственные и созданные по инициативе государства организации, неправительственные организации, международные и иностранные организации, коммерческие организации. В зависимости от функциональной направленности структура институтов инфраструктуры выглядит следующим образом: государственная поддержка и содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса; финансовая поддержка; информационно – аналитическая поддержка, поддержка в области образования и повышения квалификации в предпринимательской деятельности; материально – техническая поддержка. Перечислим некоторые институты поддержки и развития инфраструктуры предпринимательства РК: АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», АО «Банк Развития Казахстана», АО «Инвестиционный фонд Казахстана, АО «Национальный инновационный фонд», АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий», АО «Центр маркетингово – аналитических исследований». Все эти институты призваны проводить политику инвестирования в создание новых и развитие действующих производств с высокой добавленной стоимостью, а также поддержку научно – технических исследований и разработок.

Материально – техническую поддержку предпринимательства на этапе его становления и развития представляют: бизнес – инкубаторы, технопарки, промышленная зона, лизинговые и факторинговые компании, франчайзинг и ряд других.

Одним из проявлений повышающегося уровня инфраструктуры является изучение вопросов развития кластеров страны. Кластеры позволяют более эффективно использовать ресурсный потенциал, стимулируют рост количества малых и средних предприятий, обеспечивают выход на новые рынки. Совместное использование объектов инфраструктуры, складских помещений, трудовых ресурсов, логистических услуг, научных достижений, а также комплексное планирование сырьевых ресурсов и производства продукции, своевременная ее реализация дают возможность снизить издержки за счет системных преимуществ. В настоящее время развитие кластеров является наиболее эффективной формой организации производства, гарантирующей социально – экономический эффект. Он, помимо создания производства, предполагает формирование всей необходимой промышленной и социальной инфраструктуры, разработку и внедрение НИОКР в районах размещения кластеров. В связи с этим в Казахстане реализуется проект «Диверсификация

экономики Казахстана посредством развития кластеров в не добывающих отраслях экономики», основанный на кластерном подходе. Его целью является повышение конкурентоспособности секторов казахстанской экономики, не связанных с добычей природных ресурсов, то есть смещение акцента с добывающих отраслей на недобывающие - с повышением их производительности, а также роста производства и экспорта продукции с большей долей добавленной стоимости. Таким образом, кластерное развитие создает условия для максимального использования конкурентных преимуществ Казахстана в развитии несырьевого сектора экономики на основе вовлечения частных бизнес – структур в сферу индустрии. Кластеры – это система взаимосвязанных сетей поставщиков, производителей, потребителей, промышленной инфраструктуры, научно - исследовательских институтов [2].

Кластеры обладают большей способностью к нововведениям вследствие следующих причин: участникам кластера облегчается доступ к новым технологиям, участники кластера способны быстрее реагировать на потребности покупателей, в инновационный процесс включаются предприятия других отраслей, а также поставщики и потребители, участники кластера находятся под интенсивным конкурентным давлением, что способствует повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции, межфирменная кооперации уменьшает издержки на НИОКР.

Идеи кластеризации не новы в развитии отечественной экономики. В период плановой экономики функционировали территориально - производственные комплексы, представляющие эффективное сочетание предприятий одной или нескольких сопряженных отраслей региона, использующих производственную и социальную инфраструктуру этого региона. Обычно, природные и экономические условия региона содействуют формированию предприятий, имеющих функциональные связи и общность инфраструктуры, участвующих в территориальном разделении труда и выпускающих продукцию конечного потребления [2].

Франчайзинг – интегрированная форма ведения бизнеса. Именно франчайзинг сделал малый бизнес крупнейшим источником доходов. Термин франчайзинг происходит из французского слова «franchise», что означает «освободить от выплат», «давать привилегии».

Франчайзинг может существовать в различных формах в зависимости от вариантов взаимоотношений между франчайзером и франчайзи, а также распределения их взаимных прав и обязанностей. В связи с этим можно выделить шесть основных типов франчайзинга: прямой франчайзинг, последовательный франчайзинг, «развитие территории» или «разработка территории», субфранчайзинг, «мастер – франчайзинг», «представление области». Все вышеперечисленные формы франчайзинговых отношений являются доступными как для франчайзеров, так и для потенциальных франчайзи. Каждая форма имеет свои преимущества и недостатки. Кроме того различают три основных вида франчайзинга: производственный, товарный, деловой.

При производственном франчайзинге фирма, владеющая технологией изготовления определенного продукта, продает местным или региональным заводам сырье для ее изготовления. Он наиболее широко представлен в производстве безалкогольных напитков.

Товарный франчайзинг называют «франчайзинг продукта «торгового имени». Он представлен в сфере торговли на продажу готового товара, где франчайзером обычно является производитель, продающий готовый продукт или полуфабрикат дилеру – франчайзи.

Деловой франчайзинг называют «франчайзинг «бизнес – формата», при котором франчайзер продает лицензию частным лицам или другим компаниям на право открытия магазина, киоска или целых групп магазинов для продажи набора продуктов и услуг под именем франчайзера.

При всей полезности изучения зарубежного опыта система франчайзинга должна работать в рамках законодательства Республики Казахстан (РК) с учетом отраслевой и региональной

специфики, а также психологического восприятия населения страны. Ее нельзя копировать. О возможности массового развития франчайзинга в Казахстане можно говорить только в том случае, если будут внесены изменения в законодательство РК, регулирующие вопросы интеллектуальной собственности, включая товарный знак, а также правоотношения по договору коммерческой концессии.

За последние 10 лет в Республике Казахстан количество франчайзинговых систем выросло в 2,8 раза и составило около 150. Начиная с 2002 года, в стране действует Закон о франчайзинге и более 1000 франчайзинговых точек.

Среднегодовой оборот франчайзинга в стране составляет около 500 миллионов долларов США, то есть вырос более чем в три раза. Увеличилось число рабочих мест, созданных франчайзинговыми компаниями. Казахстан является лидером сектора франчайзинга в Центральной Азии [3].

Казахстанский франчайзинг начинается с появлением завода «Coca Cola» в 1994 году, который был построен и открыт по сублицензии турецкого лицензиара одноименной торговой марки. Продукция знаменитого производителя напитков стала доступна не только в форме банального импорта, но и в виде национального продукта, в создании которого участвует и местный персонал. Одновременно появляется первый в Казахстане и Центральной Азии пятизвездочный отель международного класса «Рахат Палас», который впоследствии стал частью международной сети отелей франчайзингового бренда «Huyatt Regency». А с середины 90-х годов прошлого столетия многие фирменные магазины - бутики модной одежды международных производителей открывались в стране по системе франчайзинга. Например, фирменный магазин «Adidas». Отдельные элементы франчайзинга также присутствовали в схеме сбыта продукции компании «Сеймар». Его торговые точки в виде ларьков и автолавок были оформлены по единому фирменному дизайну (с обязательным визуальным присутствием логотипа и торговой марки компании). Арендаторами торговых точек выступали независимые предприниматели, которые выступали как дилеры, так и франчайзи головной компании. В этот период открывает свои двери гостиница «Анкара» (в настоящее время она - франчайзи известной гостиничной сети «InterContinental»). В г. Алматы открывается по лицензии первая точка международной сети кафе – мороженое «Баскин Роббинс» и ряд других [3].

В Республике Казахстан наиболее представлен дистрибутивный (торговый) франчайзинг, тогда как в странах Западной Европы доля делового «бизнес – формата» намного выше. Еще одна особенность рынка франчайзинга в РК – сублицензионность. Международные франчайзеры предпочитают работать через свои (российские или турецкие) мастер – франчайзи (субфранчайзеры), а казахстанские компании, в свою очередь, выступают в качестве субфранчайзи (сублицензиаты). Очень мало прямых классических отношений: франчайзер – франчизы. Международные франчайзеры не торопятся работать напрямую с Казахстаном. Причин такого положения очень много: единая языковая ментальность местных потребителей с российскими (не требует адаптации), недостаточная плотность населения и рынка сбыта, пассивность местных предпринимателей на международном рынке франчайзинга, очень мало случаев внутристрановой миграции франчайзинга. Нет связи между крупным бизнесом и малым предпринимательством. Крупные компании предпочитают не франчайзинговую, а филиальную форму регионального развития. В Республике Казахстан пока очень мало примеров взаимодействия крупных компаний и субъектов малого предпринимательства. Хотя в мире очень распространен как корпоративный, так и государственный франчайзинг [3].

Основными проблемами развития франчайзинга в стране являются: отсутствие государственных льгот и преференций франчайзинговому сектору; недостаточная защита интеллектуальной собственности; непрозрачность отечественного предпринимательства;

слабая информированность о франчайзинге, как о выгодной форме предпринимательской деятельности; ограниченность доступа предпринимателей к так называемым «длинным деньгам»; гиперинфляционный рост цен на недвижимость, что является существенным барьером для развития франчайзинга в целом; неразвитость фондового рынка не дает возможности использования его как источника инвестирования.

Список использованных источников:

1 Стратегия индустриально – инновационного развития Республики Казахстан на 2003 – 2015 годы

2 Кластер как эффективный инструмент социально – экономического развития. – Режим доступа. – URL: www.center-ppo.ru

3 Турсынбаева А.А. Проблемы развития франчайзинга в Республике Казахстан/ В сборнике научных трудов Международной научно – практической конференции «Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика», Уфа: УГНТУ, 2013, том 1, 0,3 п.л.