

Огай Д.В.

*Международная Академия Бизнеса,
Студенческий инновационный центр «Safari Зерттеу»*

Проблемы развития молодежного предпринимательства в РК

Когда мы слышим когда кто то говорит о молодежном предпринимательстве, в голове сразу возникают ассоциации с такими понятиями как старт-ап, лучшие бизнес идеи, конкурс бизнес-планов, бизнес-инкубатор. Вероятнее всего, большинство людей по-прежнему не представляет себе как должен выглядеть этот по-инженерному невозможный агрегат, но в сознании почему-то всплывает вид некоего сооружения напоминающего по конструкции инкубатор где вместо известного продукта должны генерироваться бизнес идеи, а в качестве несушек должны выступать студенты-выпускники или начинающие молодые предприниматели. Однако, если оставить иронию в стороне, не следует забывать о том, основной задачей первых бизнес-инкубаторов, появившихся в середине 20-го века было не развитие молодежного предпринимательства, а банальное создание дополнительных рабочих мест.

Как педагоги или имеющие практический опыт преподаватели бизнес школ, мы конечно же, должны научить наших студентов и слушателей, а точнее привить навыки в умении оценить рентабельность собственных инвестиций, чтении бухгалтерской отчетности и ее составлении, выработать и развить компетенции в правильном составлении бизнес-планов и ведении финансовых расчетов и прочих аспектов предпринимательской деятельности. Но способны ли мы научить молодых людей предприимчивости. По сути своей, преподавая студентам уроки предпринимательства, мы пытаемся научить их навыкам выживания в современном экономическом обществе. В большей степени теоретически, чем практически, что сильно похоже на попытку научить людей выжить в реальном бою читая им лекцию про это в светлой, сухой и чистой аудитории. Но учитывая уровень развития современного общества, обучение основам предпринимательства, остается вероятнее всего одним из самых действенных методов в воспитании молодых предпринимателей.

Исторический опыт, показывает, что большая часть известных людей, которых в обществе принято называть «предпринимателями», как ни парадоксально, никогда не изучали предпринимательство в учебных заведениях, а иногда и вообще не имели традиционного академического образования. Что же тогда подтол-

кнуло их стать известными на весь мир бизнесменами? По признанию их самих, в большинстве своем, это были тяжелые условия жизни, лишения, а иногда и голод. Выражаясь современным языком, можно сказать, что они были очень сильно «замотивированы». В современном же обществе мы все чаще сталкиваемся с ситуацией, когда мотивы, побуждающие молодых людей заняться предпринимательством весьма туманны и основаны, прежде всего, на их желании стать известными или узнаваемыми и богатыми. В связи с этим, вопросы поддержки развития молодежного предпринимательства предстают уже в двух диаметрально противоположных плоскостях.

С одной стороны, практический опыт свидетельствует об определенных трудностях, а зачастую и неудачах, которые необходимо самостоятельно преодолеть молодым людям для того чтобы стать самым настоящими предпринимателями. С другой стороны государство и общество проводят большое количество мероприятий направленных на поддержку или изъясняясь другими словами, на «облегчение» жизни молодым предпринимателям.

В аналитическом отчете о ходе реализации государственной молодежной политики в Республике Казахстан, в разделе «Развитие и поддержка молодежного предпринимательства», сказано: «Основными направлениями государственной молодежной политики в РК является содействие предпринимательской деятельности молодежи. Вовлечение молодежи в сферу предпринимательства является актуальным направлением развития малого и среднего бизнеса не только в Казахстане, но и по всему миру. Однако, в последнее время вопросам молодежного предпринимательства не уделяется особого внимания. Работа в этом направлении в основном ограничивается обучением молодых людей, изъявившим желание начать свое дело» [1]. То есть, фактически признано, что специальной государственной программы по содействию развитию молодежного предпринимательства в Казахстане нет и на реальную поддержку столь важного для экономического оздоровления общества направления из республиканского бюджета не выделено существенного финансирования в достаточном объеме.

Не понаслышке известно как трудно любое

начинание, если это не оговорено в специальных государственных программах развития. В нынешней ситуации есть два пути. Первый – продолжать учить студентов основам предпринимательства и организовывать собственные центры молодежного предпринимательства; назвать их можно как угодно, суть от этого не поменяется, но, главное под крышей учебных заведений и бизнес школ дать возможность инициативным студентам начать свой собственный маленький бизнес, будь то копия кофейни, студенческое кафе, студию танцев или спортивные секции, а не выдвигать студенческие идеи на банальные и заведомо безрезультатные конкурсы лучших бизнес-планов. Безусловно, на первой стадии придется чем-то жертвовать, быть готовым к убыткам, но вероятнее всего такой даже неудачный в коммерческом плане опыт, принесет, возможно, больше практической пользы для молодых предпринимателей. Второй путь, основанный на разработке и внедрении полноценной государственной программы поддержки молодежного предпринимательства, более глобальный, но к сожалению довольно затруднительно говорить о его скорой результативности.

Довольно заманчиво озвучена идея реализации в Казахстане, участия в поддержке развития молодежного предпринимательства бизнес-ангелов, однако по их собственному признанию, в полномасштабной работе этого направления еще пока слишком много рисков и отсутствие каких-либо гарантий. Как пример, отсрочка в запуске совместного проекта Международной Академии Бизнеса, журнала «Forbes Kazakhstan» и телекомпании «ТАН» республиканского телевизионного конкурса «Битва стартапов». С другой стороны, принимая решение о финансировании подобных, в большей степени, социальных программ, бизнес-ангелы хотели бы использовать возможности перспективной и инициативной в плане создания бизнес-идей молодежи в своих коммерческих целях, чем стремиться реализовать их предпринимательский потенциал.

Учитывая все вышеперечисленные аспекты, приходится констатировать тот факт, что в реалиях нашего современного общества молодым предпринимателям остается полагаться в большей степени на свои собственные силы. Фактически это уже и происходит в столь стремительно развивающемся информационном пространстве. Так, например, в последние годы множество молодых людей, в том числе и в Казахстане, самостоятельно стало интенсивно разрабатывать различные приложения и утилиты для мобильных устройств для их продажи компании Apple и последующего размещения

в App Store. В этой связи хотелось бы отметить, что идея создания электронного приложения Mabbok, разработанного впоследствии профессиональными программистами для скорейшего перехода к системе мобильного обучения в МАБ родилась и получила название в стенах студенческого инновационного центра «Safari Зерттеу».

Одним из самых значительных фактов в этом направлении является пример 17-летнего американского студента Ника Д'Алозио который разработал приложение Summly для чтения новостей для iPhone. Интернет-компания Yahoo купила у него данное приложение, которое позволяет сокращать тексты новостей без потери смысла за 30 млн долларов [2]. Однако примеры из реальной жизни казахстанского бизнес сообщества говорят о том, что зачастую инновационные идеи предложенные молодыми предпринимателями пересекают интересы крупных финансовых структур. Так программные приложения с помощью которых можно совершать оплату коммунальных и прочих жилищно-бытовых услуг без дополнительных платежей не находят поддержки со стороны тех же финансовых институтов по той простой причине, что «отбирают» у них большой объем комиссионных выплат.

Возвращаясь к вопросам подготовки молодых людей предпринимательству в стенах учебных заведений в общем, важно помнить и о социальном предпринимательстве в частности. В миссии Международной Академии Бизнеса прописано: «Мы готовим социально ответственных бизнес лидеров демократического Казахстана...». Это значит, что стремление молодых людей стать успешными и известными, должно стать всего лишь промежуточной целью. Конечная цель – это принести пользу современному казахстанскому, а может быть и мировому обществу. Согласитесь, невозможно остаться равнодушным к примеру, вероятно, самых известных на земле предпринимателей того же Б.Гейтса и У.Баффета, которые оставаясь самыми богатыми по версии журнала «Forbes» людьми ежегодно тратят на благотворительность десятки миллиардов долларов из своего состояния, поддерживая при этом довольно скромный образ жизни.

Другой пример из жизни скандинавского общества, где, как известно уровень социального обеспечения настолько высок, что в последние десятилетия притягивает как магнит жителей менее развитых стран не чуждых социального иждивенчества. Аргумент, который высказывают представители некоренного населения таких стран как Норвегия и Швеция, где доля эмигрантов приближается к отметке в 15%

начинание, если это не оговорено в специальных государственных программах развития. В нынешней ситуации есть два пути. Первый – продолжать учить студентов основам предпринимательства и организовывать собственные центры молодежного предпринимательства; назвать их можно как угодно, суть от этого не поменяется, но, главное под крышей учебных заведений и бизнес школ дать возможность инициативным студентам начать свой собственный маленький бизнес, будь то копия кофейни, студенческое кафе, студию танцев или спортивные секции, а не выдвигать студенческие идеи на банальные и заведомо безрезультатные конкурсы лучших бизнес-планов. Безусловно, на первой стадии придется чем-то жертвовать, быть готовым к убыткам, но вероятнее всего такой даже неудачный в коммерческом плане опыт, принесет, возможно, больше практической пользы для молодых предпринимателей. Второй путь, основанный на разработке и внедрении полноценной государственной программы поддержки молодежного предпринимательства, более глобальный, но к сожалению довольно затруднительно говорить о его скорой результативности.

Довольно заманчиво озвучена идея реализации в Казахстане, участия в поддержке развития молодежного предпринимательства бизнес-ангелов, однако по их собственному признанию, в полномасштабной работе этого направления еще пока слишком много рисков и отсутствие каких-либо гарантий. Как пример, отсрочка в запуске совместного проекта Международной Академии Бизнеса, журнала «Forbes Kazakhstan» и телекомпании «ТАН» республиканского телевизионного конкурса «Битва стартапов». С другой стороны, принимая решение о финансировании подобных, в большей степени, социальных программ, бизнес-ангелы хотели бы использовать возможности перспективной и инициативной в плане создания бизнес-идей молодежи в своих коммерческих целях, чем стремиться реализовать их предпринимательский потенциал.

Учитывая все вышеперечисленные аспекты, приходится констатировать тот факт, что в реалиях нашего современного общества молодым предпринимателям остается полагаться в большей степени на свои собственные силы. Фактически это уже и происходит в столь стремительно развивающемся информационном пространстве. Так, например, в последние годы множество молодых людей, в том числе и в Казахстане, самостоятельно стало интенсивно разрабатывать различные приложения и утилиты для мобильных устройств для их продажи компании Apple и последующего размещения

в App Store. В этой связи хотелось бы отметить, что идея создания электронного приложения Mabbok, разработанного впоследствии профессиональными программистами для скорейшего перехода к системе мобильного обучения в МАБ родилась и получила название в стенах студенческого инновационного центра «Safari Зерттеу».

Одним из самых значительных фактов в этом направлении является пример 17-летнего американского студента Ника Д'Алозио который разработал приложение Summly для чтения новостей для iPhone. Интернет-компания Yahoo купила у него данное приложение, которое позволяет сокращать тексты новостей без потери смысла за 30 млн долларов [2]. Однако примеры из реальной жизни казахстанского бизнес сообщества говорят о том, что зачастую инновационные идеи предложенные молодыми предпринимателями пересекают интересы крупных финансовых структур. Так программные приложения с помощью которых можно совершать оплату коммунальных и прочих жилищно-бытовых услуг без дополнительных платежей не находят поддержки со стороны тех же финансовых институтов по той простой причине, что «отбирают» у них большой объем комиссионных выплат.

Возвращаясь к вопросам подготовки молодых людей предпринимательству в стенах учебных заведений в общем, важно помнить и о социальном предпринимательстве в частности. В миссии Международной Академии Бизнеса прописано: «Мы готовим социально ответственных бизнес лидеров демократического Казахстана...». Это значит, что стремление молодых людей стать успешными и известными, должно стать всего лишь промежуточной целью. Конечная цель – это принести пользу современному казахстанскому, а может быть и мировому обществу. Согласитесь, невозможно остаться равнодушным к примеру, вероятно, самых известных на земле предпринимателей того же Б.Гейтса и У.Баффета, которые оставаясь самыми богатыми по версии журнала «Forbes» людьми ежегодно тратят на благотворительность десятки миллиардов долларов из своего состояния, поддерживая при этом довольно скромный образ жизни.

Другой пример из жизни скандинавского общества, где, как известно уровень социального обеспечения настолько высок, что в последние десятилетия притягивает как магнит жителей менее развитых стран не чуждых социального иждивенчества. Аргумент, который высказывают представители некоренного населения таких стран как Норвегия и Швеция, где доля эмигрантов приближается к отметке в 15%

от общей численности населения, довольно прост в нашем обычном сознании – «не работая, мы получаем в виде государственных трансфертных выплат примерно столько же, сколько местные жители получают, отдавая большую часть времени работе». Однако совершенно не укладывается в сознании скандинавов – «как можно ничего не делать, когда нужно столько всего сделать, чтобы жить стало еще лучше».

Факты говорят нам о том, что в подавляющем большинстве стран доля рабочей силы составляет около 50%, (в 2011 году в США - 48,94% , в Германии – 53,65%, в Японии – 51,76%, в Великобритании – 50,33%, в РФ – 52,91% в Ка-

захстане –52,69%), важно понимать, что почти половина населения, представляющая собой категорию временно или постоянно не относящихся к рабочей силе граждан, находится на иждивении экономически активного населения [3]. Это в очередной раз подтверждает слова Президента РК Н.Назарбаева: «Сегодня весь мир с особой остротой убедился, что эта идеология потребления оказалась губительной. Она породила массовое социальное иждивенчество в развитых странах мира и является одной из главных причин глобального кризиса. Для успеха модернизации очень важно, чтобы каждый гражданин был полезен своему Отечеству» [4].

Литература:

1. Аналитический отчет о ходе реализации государственной молодежной политики в Республике Казахстан www.edu.gov.kz
2. <http://24tv.ua>
3. The worldfactbook /Всемирная книга фактов CIA: мир в 2012 году.<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>
4. Назарбаев Н.А. Социальная модернизация Казахстана: Двадцать шагов к обществу всеобщего труда. - Zakon.kz