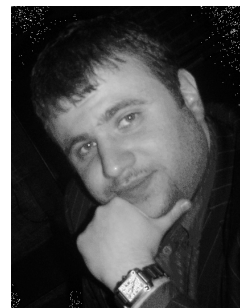




## ОТ МАЛОГО БИЗНЕСА ДО МЕЖДУНАРОДНОГО КОНГЛОМЕРАТА







**К**огда мне предложили вести постоянную бизнес-колонку для русскоязычной общины, я очень обрадовался и немедленно согласился, так как уже давно мечтал о такой возможности. Прежде чем объяснить почему, хотел бы сначала немного рассказать о себе.

Я родился в бывшем Советском Союзе и жил там до того, как в подростковом возрасте вместе со своей семьей эмигрировал в Соединенные Штаты, где получил степень бакалавра, а затем MBA в лучших университетах страны. Уже будучи подростком, я помогал своим родителям, которые начали несколько собственных бизнесов, каждый из которых становился успешным. Таким образом, с самого раннего возраста я имел возможность наблюдать развитие и участвовать в операциях малого бизнеса. Позднее, когда мне было немногим более двадцати, я самостоятельно открыл несколько успешных компаний, и всегда продавал их в нужный момент, когда доходность компаний была высокой, что приносило немалые выгоды всем участникам. После того, как я получил высшее бизнес-образование в США и финансовое образование в Европе, я вывел свою предпринимательскую деятельность на новый уровень, открыв консалтинговую компанию, предоставляющую услуги по венчурному финансированию, организации международных деловых операций и улучшению бизнес-процессов для клиентов в США и странах СНГ. В качестве управляющего директора нашей организации я занимаюсь анализом бизнес-планов, оказываю помощь клиентам в получении финансирования и повышении эффективности работы предприятий в самых разных отраслях.

Таким образом, я думаю, что сочетание моего жизненного опыта в бывшем Советском Союзе и понимания важнейших нюансов культуры русскоязычной общины в США с широким опытом работы с многочисленными американскими клиентами в сфере услуг управленческого консалтинга и инвестиционной банковской деятельности позволяют мне стать своего рода экспертом и оказывать помощь русскоязычным эмигрантам в их деловых начинаниях. Моя профессиональная деятельность всегда основывалась на желании приносить пользу моей общине в США, общине, состоящей из людей, которые, по моему мнению, сумев создать мощный рынок, все еще нуждаются в приобретении практических деловых навыков для использования готового фундамента,

состоящего из огромного спектра удивительных идей, отличного образования, духа предпринимательства и желания преуспеть.

Однако, поле применения практических деловых навыков достаточно широко для глубокого и всестороннего обсуждения в рамках небольшой публикации. Поэтому я решил сузить область до обсуждения того, что является основным вопросом для любого бизнесмена – как сделать свой бизнес наиболее доходным. Тем не менее, даже эта тема слишком широка, и я решил, что посвящу колонку малому бизнесу, т.е. тому бизнесу, который наиболее характерен для русскоязычной общины в США. Такой бизнес не обязательно должен относиться к какой-то конкретной отрасли или сектору. Он может быть определен одним из следующих критериев:

-  бизнес, который ежегодно приносит менее \$2 миллионов прибыли;
-  бизнес, управляемый непосредственно владельцем;
-  бизнес, существующий не более 20 лет;
-  бизнес, состоящий из 15 или менее человек.

Эти характеристики должны подойти к подавляющему большинству компаний, открытых эмигрантами из бывшего СССР, независимо от национальности, возраста, образования или жизненного опыта. Поэтому, я надеюсь, что эта колонка будет интересна для большинства читателей, т.к. даже если вы сами не владеете своим бизнесом, то скорее всего знаете кого-либо, кто этим занимается, или планируете открыть подобную компанию.

Не так давно наша компания провела исследование русскоязычного рынка в Соединенных Штатах для одного из наших клиентов. Одни из самых интересных данных, которые нам удалось получить в результате этого исследования, говорят о том, что примерно 24<sup>i</sup>% русскоязычных американцев владеют собственным бизнесом. Это разительно отличается от общеамериканских средних показателей – опрос населения, проведенный правительством в 2000 году, показывает, что 6.6<sup>ii</sup>% работоспособного населения США является владельцами собственного бизнеса. Основываясь на полученных нами показателях о русскоязычном рынке в США, мы можем говорить о том, что вероятность того, что бывший советский гражданин будет управлять собственным бизнесом в 4 раза превышает такую вероятность для среднего американца. Думаю, что вы согласитесь со мной, что следующие категории являются наиболее вероятными видами бизнеса, соответствующими данному описанию. (Список далеко не полон и не составлен в каком-либо определенном порядке.)

- |                               |                               |   |
|-------------------------------|-------------------------------|---|
| 1. Химчистки                  | 9. Автомастерские             | 16. Салоны красоты                            |
| 2. Прачечные                  | 10. Импорт/ экспорт           | 17. Услуги по уборке и поддержанию чистоты    |
| 3. Видеопрокаты               | 11. Кафе                      | 18. Строительство и обслуживание недвижимости |
| 4. Бензоколонки               | 12. Рестораны                 |   |
| 5. Обувные мастерские         | 13. Юридические услуги        |   |
| 6. Продовольственные магазины | 14. Услуги дантистов          |   |
| 7. Ипотечные услуги           | 15. Услуги по домашнему уходу |   |
| 8. Риэлторские услуги         |                               |   |

Несмотря на то, что данный список очевидно не отражает полной картины, он все же дает общее представление о видах деятельности, которыми предпочитают заниматься эмигранты вообще и русскоязычные бизнесмены в Америке в частности. Какие выводы можно сделать об общей направленности деловой активности из такого списка? Что именно пытаются найти эмигранты, когда открывают собственный бизнес в Соединенных Штатах?

- ✚ Первый очевидный вывод, который напрашивается при анализе нашей небольшой подборки отраслей, говорит о том, что практически все эти группы попадают в сферу услуг. Это можно достаточно просто объяснить тем фактом, что производственная деятельность требует наличия значительного начального капитала, т.е. того ресурса, на накопление которого у большинства эмигрантов еще не было достаточно времени.
- ✚ Во-вторых, совершенно очевидно, что большинство перечисленных отраслей требуют навыков, которые можно довольно быстро приобрести без какого-либо формального образования (за исключением медицины и юриспруденции, которые преобладают среди эмигрантов второго поколения). Всем нам известен тот факт, что у новоиспеченного американца, которому нужно сразу кормить семью, практически никогда не бывает времени на получение нового образования, т.к. деньги нужно зарабатывать сразу по прибытии.
- ✚ В-третьих, большинство обсуждаемых бизнесов могут быть куплены при относительно небольшом задатке или же полностью профинансированы предыдущим владельцем. В большинстве случаев такие бизнесы можно начать, затратив менее чем \$250,000.
- ✚ В-четвертых, большинство этих предприятий обычно имеют постоянный и легко предсказуемый уровень дохода, что совершенно необходимо для построения новой жизни на новом месте.
- ✚ В-пятых, спрос на оказываемые услуги обычно весьма велик, в том числе и среди самой эмигрантской общины, что делает маркетинг сравнительно простым и значительно сокращает вероятность провала бизнеса.
- ✚ В-шестых, обсуждаемые виды компаний могут стать семейными бизнесами, где каждый из членов семьи вносит свой посильный вклад. Такие бизнесы устраняют потребность в нанимании чужих людей на работу, тренинге персонала и делают управление бизнесом совершенно прозрачным, уменьшая потери, причиняемые участием незаинтересованных лиц в каждодневных операциях.
- ✚ Наконец, сфера услуг часто предполагает тяжелый физический труд и сверхурочную работу. С одной стороны, это увеличивает возможность получения прибылей на уровне выше среднего, а с другой, предоставляет эмигрантам возможность работать в тех отраслях, где они могут успешно конкурировать с коренным населением.

Для того, чтобы предоставить какие-либо рекомендации по поводу того, что необходимо сделать для роста собственного бизнеса, мы должны прежде всего проанализировать личную мотивацию и основные движущие силы развития малого бизнеса. Какими же уникальными преимуществами, способствующими повышению конкурентоспособности и росту бизнеса, обладает община эмигрантов из бывшего Советского Союза? Какие характерные качества или особые манеры поведения присущи в этой общине хозяевам бизнесов? Какие заключения можно сделать о

среднестатистическом русскоязычном бизнесмене в США? Следующий список послужит хорошим началом для ответа на эти вопросы.

- ✚ **Бережливость** – прежде чем появится реальная возможность начать собственное дело, большинство эмигрантов вынуждены экономить каждый лишний цент, чтобы накопить достаточно средств для первоначального капитала.
- ✚ **Рабочая этика** – большинство малых бизнесов в сфере услуг требует больших трудозатрат.
- ✚ **Способность адаптироваться** – готовность к постоянному приобретению новых навыков, изучению языков, открытость к пониманию разных культур и т.д.
- ✚ **Консервативность** – предпочтение отдается более стабильным и проверенным временем бизнес-моделям, а не новомодным веяниям.
- ✚ **Напористость** – представителям русскоязычной общины присущи определенные общественные и культурные представления, которые не позволяют им сдаваться и заставляют доводить начатое дело до конца при любых условиях. Это свойство значительно сокращает количество случаев банкротства по сравнению со среднестатистическим американцем.
- ✚ **Привычка делать все возможное и невозможное** – средний бизнесмен из среды эмигрантов практически всегда сделает все от него зависящее, чтобы превзойти ожидания клиента. Уровень оказания услуг и внимания к клиенту часто превышает уровень подобных услуг, предлагаемых местными бизнесменами.
- ✚ **Амбициозность** – хотя эта черта является побочным эффектом, возникшим вопреки общей официальной направленности советского общества, она характерна для любой эмигрантской среды, в которой дух конкуренции обычно более силен, чем среди коренного населения. Это становится очевидным, если принять во внимание тот факт, что эмигранты готовы преодолеть труднейшие препятствия, когда отправляются за новой жизнью за границу.
- ✚ **Готовность к риску** – выше среднего; это означает, что хотя предпочтение отдается стабильности, предсказуемости дохода и проверенным бизнес-моделям, склонность к организации нового бизнеса среди русскоязычного населения (что уже само по себе является более рискованным занятием, чем стабильная работа на чью-то компанию) гораздо более высока, чем среди всех остальных существующих меньшинств в США.
- ✚ **Целеустремленность** – недостаточно просто определить перспективные возможности для начала нового бизнеса. Нужно также предпринять шаги в правильном направлении, чтобы эти возможности реализовать, что является характерной чертой, присущей эмигрантской среде вообще и русскоязычному населению США в частности.
- ✚ **Предприимчивость** – причиной, побудившей большинство бывших советских граждан на эмиграцию в США, было желание начать новую лучшую жизнь, в которой существовала бы возможность взять все в свои руки. Люди, склонные к предпринимательству, были особенно склонны и к эмиграции. Это, как правило, более предприимчивые люди, у которых не было возможности реализовать свои наклонности в бывшем СССР.

Необходимо более глубоко проанализировать эти факторы и найти им применение для того, чтобы позволить нашим согражданам преуспеть на их новой родине. Каким образом можно извлечь выгоду из этого перечня качеств и использовать их для наиболее эффективного развития бизнеса? Постараюсь ответить на этот, а также на некоторые другие вопросы в следующей ежемесячной колонке.

Также прошу вас обратить внимание на будущие выпуски, в которых мы подробно рассмотрим возможные стратегии для роста и расширения малого бизнеса, характерного среди русскоязычного населения:

- |  |  |  |
|--|--|--|
| ✚ финансирование                         | ✚ международная деятельность             | ✚ операционная эффективность                     |
| ✚ планирование бизнеса                   | ✚ оценка стоимости предприятия           | ✚ распределение ответственности                  |
| ✚ франчайзинг                            | ✚ наём персонала                         | ✚ выбор партнеров                                |
| ✚ совместный брендинг                    | ✚ юридическая структура                  | ✚ модернизация предприятия                       |
| ✚ формирование стратегических партнерств | ✚ определение перспективных возможностей | ✚ мотивирование персонала                        |
| ✚ распределение доходов                  | ✚ удовлетворение запросов покупателей    | ✚ правила и ошибки при подготовке налоговых форм |
| ✚ электронная коммерция                  |  | ✚ купля-продажа.                                 |
| ✚ маркетинг                              |  |  |

Ваш личный бизнес консультант.

-----  
Автор: Александр Агинский

Г-н Агинский является управляющим директором международной консалтинговой компании – AGINSKY CONSULTING GROUP (ACG - [www.aginskyconsulting.com](http://www.aginskyconsulting.com)). Персонал компании состоит целиком из выпускников лучших бизнес-школ и позволяет ACG предлагать широкий ряд услуг клиентам по всему миру. С вопросами обращайтесь по адресу: [info@aginskyconsulting.com](mailto:info@aginskyconsulting.com).



**AGINSKY CONSULTING GROUP**  
YOUR GLOBAL PARTNERS IN GROWTH

#### BIBLIOGRAPHY

<sup>i</sup> Aginsky Consulting Group primary research within mortgage broker community

<sup>ii</sup> U.S. Census Bureau: [http://factfinder.census.gov/servlet/QTTable?\\_bm=y&-geo\\_id=01000US&-qr\\_name=DEC\\_2000\\_SF3\\_U\\_DP3&-ds\\_name=DEC\\_2000\\_SF3\\_U&-lang=en&-sse=on](http://factfinder.census.gov/servlet/QTTable?_bm=y&-geo_id=01000US&-qr_name=DEC_2000_SF3_U_DP3&-ds_name=DEC_2000_SF3_U&-lang=en&-sse=on)