



## ЧТО НУЖНО МАЛОМУ БИЗНЕСУ?

На этот вопрос все отвечают по-своему. В Петербурге, например, установили на улицах щиты с призывом городских властей «Смелее!», подразумевающие, что малому бизнесу не хватает смелости. В Индии действует государственная Консультация по малому бизнесу, располагающая несметными объёмами юридических, статистических и прочих полезных сведений – опасаются, что у начинающих бизнесменов нет информации. В Китае холлы мебельных выставок заклеены телефонами чиновников, отвечающих за развитие малого бизнеса в данной области, городе и районе – явный намёк на отсутствие у предпринимателей достаточного количества административных контактов.

Своё мнение относительно главной потребности малого бизнеса имелось и у двух молодых экономистов из Калифорнии, супругов Мэтта и Джессики Флэннери, на протяжении ряда лет консультировавших межправительственные финансовые проекты стран Восточной Африки. Они были твёрдо убеждены в том, что малому бизнесу в первую очередь потребны деньги – причём, поскольку бизнес малый, то и деньги ему потребны малые. Иногда просто микроскопические, особенно по американским меркам.

Будучи людьми дела, Мэтт и Джессика реализовали своё убеждение на практике: вернувшись после завершения африканского контракта домой, они создали осенью 2005 года онлайн-коммерческую компанию «Кива» (в переводе с суахили это слово означает «содружество»), целью которой стало предоставление беспроцентных микрокредитов предпринимателям из развивающихся стран. В первые месяцы своего существования «Кива» занималась тем, что сводила располагающих 25 долларами (минимальный личный взнос) калифорнийских друзей семьи Флэннери с африканскими друзьями той же семьи, которые действовали в качестве местного представительства «Кивы», отыскивая трудолюбивых бедняков, желающих открыть собственный бизнес.

В сети новости разносятся быстро, поэтому уже к концу того же 2005 года предложения «одолжить четвертак на хорошее дело» стали поступать к Мэтту и Джессике не только из Калифорнии, но из Канады, Западной Европы, Австралии, Новой Зеландии, Израиля. А добровольные представительства «Кивы», помимо Африки, появились в Латинской Америке, Азии, Восточной Европе.

Принцип работы «Кивы» несложен: сначала на сайте появляются фотография, адрес и краткое изложение мечты будущего должника. Например: «Грейс Аяя из Уганды, мать троих детей, хочет одолжить \$475, чтобы купить машины для производства дизайнерской ткани, которую она сейчас делает вручную». Или: «Ангелу Асенову, цыганскому кузнецу из Болгарии нужно \$850 на открытие мастерской по ремонту велосипедов».

Или: «Хесус Альмейро, подмастерье из Эквадора, нуждается в \$280, чтобы купить у соседа-пенсионера набор инструментов для реставрации мебели» – и так далее.

Средства на предоставление долгов могут поступать от одного кредитора, но чаще собираются какой-то группой, члены которой «скидываются» по 25 долларов. Наиболее активны в этом плане студенты, полицейские, военнослужащие и прихожане церквей. Долги должны быть возвращены за год, после чего любой кредитор вправе получить свой взнос обратно, либо вновь одолжить его другому нуждающемуся энтузиасту малого бизнеса из той же самой или иной части света.

Существует ли риск дефолта? Да! Но он ничтожно мал, определяясь только форс-мажорными обстоятельствами (политические перевороты, цунами, извержения и т. п.). Из 3.236.535 долларов, собранных кредиторами проектов «Кивы», не вернулось лишь 0,2% – компания супругов Флэннери подтвердила справедливость вывода лауреата Нобелевской премии, банкира из Бангладеш Мухаммада Юнуса, которого «Мебельщик» цитировал год тому назад: «Мы доверяем бедняку – клиенту, который не подвёл нас ни разу за все тридцать лет работы моего банка. Слушая о таком, коллеги, работающие с очень состоятельными людьми, только вздыхают».

Деятельность «Кивы» получает всё больший отклик во всём мире. Ей посвятил специальное телевыступление американский экс-президент Билл Клинтон, о ней пишут лондонский «Экономист» и японская «Асахи», которые отмечают, что инициатива двух калифорнийских добровольцев сумела сделать для становления малого бизнеса развивающихся стран едва ли не больше, чем все комиссии ООН и Всемирного банка вместе взятые. К тому же, у «Кивы» стали появляться подражатели за пределами США – главным образом, из числа членов профессиональных гильдий и ассоциаций (правда, в отличие от «всеядных» калифорнийцев, гильдии кредитуют в основном «своих»: парикмахеры – парикмахеров, столяры – столяров, кондитеры – кондитеров).

В России подобных аналогов пока не возникло. Хотя лишние «четвертаки» наверняка и здесь имеются – вон, на одни праздничные фейерверки их столько выбрасывают, что весь эквадорский малый бизнес можно было бы осчастливить! Не говоря уже о собственном российском.

