

ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА: СПАСЕНИЕ НЕ В ДОВЕРИИ, А В РЕПУТАЦИИ

Возвращаясь к теме кризиса, которую мы рассматривали в предыдущих трех номерах настоящего журнала, на этот раз постараемся рассмотреть тему выхода из кризиса.

Каковы основные уроки кризиса? Какой будет мир после кризиса? Что делать?

Особенности настоящего кризиса заключаются, во-первых, в том, что он имеет нефинансовую природу, во-вторых, он является по настоящему глобальным, а в-третьих, старые методы по выходу из кризиса не срабатывают.

С самого начала настоящий кризис был отнесен к разряду финансового, потому что он выглядел, как финансовый кризис. Кроме того, было желание увидеть простой выход посредством известных финансовых инструментов по преодолению кризиса. Но, по сути, он не был таковым. Истинное имя кризиса — кризис доверия. Как мы отмечали в предыдущих статьях, кризис был основан на глубинных социальных и демографических причинах, повлекших за собой новый инвестиционный бум конца 90-годов прошлого столетия и начала первого десятилетия настоящего века.

Именно благодаря новому инвестиционному буму резко увеличился круг вовлеченных лиц и организаций. В новый «экономический» рост были вовлечены те, кто не имеет достойной репутации. Жулики, коррупционеры, мошенники, спекулянты, откровенные бандиты и прочие криминальные элементы. Кроме того, были вовлечены и честные граждане, но не имеющие необходимых экономических возможностей и знаний. Стадное поведение вызвало мощный поток, который увлекал также и компании с репутацией, заработанной ими на протяжении многих лет. Эта масса и создала нечто подобное финансовой пирамиде, но в глобальном масштабе. Естественно, что при таких условиях кризис нельзя было избежать.

Кто же пострадал? Во-первых, те, кто привык жить



Ербол Есмуханов,
кандидат технических наук, аудитор IRCA,
PrCert, RR, ГСТР РК, зарегистрированный
в IRCA международный тренер

за счет «надутого» спроса. Это криминальные элементы, их жертвы, и те, кто хотел много заработать на спекуляциях. Про первых и так все понятно. Со вторыми и третьими все сложнее. Во время «экономического» подъема никто не хотел слушать о необходимости совершенствоваться, о репутации, о спекулятивных рисках и о необходимости сдерживать ажиотажный спрос. Мышление было узким и не системным. Например, вместо того, чтобы конкурировать посредством качества, многие стремились конкурировать посредством масштабов производства. Больше рынков, больше заводов, больше контрактов, больше сотрудников — любой ценой, таков был самый распространенный девиз. Качество, безопасность и репутация мешали этому, а потому о них забыли.

Губит компании не малый масштаб деятельности, а избыточные мощности! Все крупные автомобильные гиганты во время «экономического» бума создали избыточные производственные мощности, реагируя на ажиотажный спрос, а теперь не знают, как с ними поступить. Деньги уже затрачены на роботов и здания, которые продолжают амортизироваться, но при этом не приносят прибыли. Для преодоления этой системной ошибки используются много миллиардные государственные субсидии. Этот устаревший макроэкономический

подход усугубляет и без того непростую ситуацию. Это все равно, что тушить пожар бензином. Кризис вынуждает компании удалить накопленный «жир» в виде избытков мощностей, а государство пытается продолжить «жиронакопление» за счет налогоплательщиков.

Другая часть лиц и организаций пострадали от пренебрежения к вопросу репутации поставщиков. Они доверились криминальным элементам, либо под влиянием ажиотажа, либо под влиянием обмана. Многие так называемые инвестиционные проекты — это чистое жульничество, цель которого захватить чужие деньги и оставить довершившегося ни с чем. Например, в некоторых странах, пытающихся привлечь иностранных инвесторов на свои «проекты», прибегали к грубому обману. Стандартным инструментом лжи стало упоминание участия в тех или иных инвестиционных проектах Майкла Джексона, Мадонны, арабских шейхов и других VIP персон. Даже известный голливудский актер Брюс Уиллис попался на удочку обмана ценою в 2 с лишним миллиона долларов, когда ему сообщили в одной из стран Азии, что в том же проекте принимает участие бывший вице-президент США Альберт Гор, актер Мел Гибсон и другие известные люди планеты. Почему он доверился проходимцам и почему он просто не навел справки у того же Мел Гибсона?

Еще более трагичны ситуации у тех, кто инвестировал свои последние сбережения в «дутые» проекты, в основном по недвижимости. Не только у нас, но и в других странах, запросто обманывают дольщиков. Конечно, люди не настолько наивны, чтобы добровольно отдать свои последние накопления жуликам. Поэтому прибегают к разным методам обмана, часто используя государство или другие лица, которые заслуживают доверия. К примеру, масштабное жульничество с участием государс-

Теперь — главный урок настоящего кризиса: доверие без репутации смерти подобно. Потребителям нужно обращать первостепенное внимание на репутацию поставщика, а не на цену или обещания райских куш. Для этого служат сертификаты, отзывы потребителей, опыт успешной работы, но никак не реклама, которая может быть одной из формы лжи.

Руководителям организаций: не пора ли освободиться от балласта, нанятого в период «экономического» бума в связи с нехваткой трудовых ресурсов, и наконец-то заняться по настоящему развитием своего дела вместе с теми, кто заслуживает доверия? Разработать и установить процессы, отвечающие самым последним требованиям. Заняться внедрением новых технологий. Создать безопасные условия для сотрудников и для потребителей.

ственного телевидения в Китае было проведено некоей компанией Yilishen Group, которая обманом завладела деньгами по большей части безработных граждан этой страны. В результате все это вылилось в стихийную акцию протеста с участием полицейских.

Были жульничества и другого рода. Выдавали кредиты безработным или вообще на имя «мертвых душ». Жулики придумали ловкую схему «Кредиты без залога», используя системы потребительского кредитования. И эта схема хорошо работала, так как от желающих получить немедленные кредиты не было «отбоя».

В развитых странах Запада уже прибегли к старым методам борьбы с кризисами. Согласно макроэкономике для преодоления кризиса необходимы государственные денежные вливания посредством кредитования банков под низкие проценты. В свою очередь банки будут выдавать свои кредиты, что в целом повысит покупательскую активность и оживит экономику. Хотя уже затрачены миллиарды долларов, но это не срабатывает и кризис продолжается. Причина в том, что устаревший макроэкономический подход не учитывает качество связей, т.е. проще говоря — доверительные отношения. Теперь банки, получив из кризиса наглядный опыт, ни как не могут выдавать кредиты всем подряд, как это было ранее. Залоговое обеспечение также стремительно обесценивается, что не способствует росту доверия.

Правда, есть островки относительного благополучия. В Швейцарии репутация всегда ценилась выше денег, а потому их организации не вливались в безумные потоки, одержимые жадной наживы. Швейцарские банки выдержали первый приступ кризиса, хотя не без потерь. Для них главное — сохранить былую репутацию, а не прибыль. Япония также выглядит лучше других развитых стран, хотя экспорт сильно уменьшился.

Во-первых, в этой стране также ценят собственную репутацию превыше денег. Во-вторых, более высокая производственная культура позволяет извлечь из кризиса новую ценность, как это было ранее в истории Японии. Имя этой ценности — инновации. Вместо того, чтобы увольнять своих работников, ведущие компании Японии предпочитают вкладывать избыточный персонал в инновационные проекты для выхода из кризиса.

Теперь — главный урок настоящего кризиса: **доверие без репутации смерти подобно**. Потребителям нужно обращать первостепенное внимание на репутацию поставщика, а не на цену или обещания райских куш. Для этого служат сертификаты, отзывы потребителей, опыт успешной работы, но никак не реклама, которая может быть одной из форм лжи. Поставщикам нужно ценить свою репутацию выше денег. Качество, надежность и безопасность должно стать вторым именем компании. Государству нужно не кредитовать неудачников за счет честных налогоплательщиков, а создавать безопасную бизнес-среду, жестко преследуя жуликов и мошенников. Именно это позволит создавать надежные доверительные связи, защищенные от всяких проходимцев. Что в свою очередь станет основой новой экономики и выходом из кризиса. В новом мире будет большее размежевание между теми, кто честен и создает ценности, и теми, кто не хочет жить честно или деньги ставит выше своей репутации.

Многие задают себе вопрос: что делать, чтобы уберечься от кризиса? Кризис доверия привел к тому, что уже нет доверия банкам, фондам, застройщикам, недвижимости. В таких условиях совет может быть только один: **инвестируй в себя!** На здоровье, на образование, на отдых и т.д. Ведь эти инвестиции никто не сможет отнять, они приносят наибольшую отдачу и не-

Кто же пострадал? Во-первых, те, кто привык жить за счет «надутого» спроса. Это криминальные элементы, их жертвы, и те, кто хотел много заработать на спекуляциях. Про первых и так все понятно. Со вторыми и третьими все сложнее. Во время «экономического» подъема никто не хотел слушать о необходимости совершенствоваться, о репутации, о спекулятивных рисках и о необходимости сдерживать ажиотажный спрос. Мышление было узким и не системным.

посредственно влияют на ощущение «счастья». Чем нести жуликам свои с трудом накопленные сбереженья, не лучше ли потратить эти суммы на образование своих собственных детей?

Руководителям организаций: не пора ли освободиться от балласта, нанятого в период «экономического» бума в связи с нехваткой трудовых ресурсов, и наконец-то заняться по настоящему развитием своего дела вместе с теми, кто заслуживает доверия? Лучше всего заняться наведением порядка на своей территории. Разработать и установить процессы, отвечающие самым последним требованиям. Заняться внедрением новых тех-

нологий. Заняться обучением своих сотрудников. Создать безопасные условия для сотрудников и для потребителей. Разработать и внедрить процедуры, гарантирующие работу только с поставщиками, заслуживающими доверия. Перейти на экологические и энергосберегающие технологии. Решение таких задач, которые часто не решаются годами и которые невидимы в обычных условиях, требуют системного подхода. К счастью, для построения систем управления имеются руководящие стандарты, такие как ИСО 9001, ИСО 14001, ОHSAS 18001 и другие. По этим стандартам можно также пройти международную или национальную сертификацию. Наличие таких сер-

тификатов повышает репутацию организации и ее продукции в глазах потребителей и общественности, что очень важно теперь и в будущем после выхода из кризиса.

Для целей ускоренной и эффективной разработки, внедрения и сертификации систем управления рекомендуем воспользоваться услугами консалтинговых компаний, заслуживающих доверия. Например, консалтинговая компания «Казахстанская организация качества» лидирует в Казахстане

по системам менеджмента, имея около 400 успешно реализованных проектов. Связаться с этой компанией можно по телефонам 8 (727)2-60-87-68, 2-60-87-69.

Руководителям организаций: не пора ли освободиться от балласта, нанятого в период «экономического» бума в связи с нехваткой трудовых ресурсов, и наконец-то заняться по настоящему развитием своего дела вместе с теми, кто заслуживает доверия? Разработать и установить процессы, отвечающие самым последним требованиям. Заняться внедрением новых технологий. Создать безопасные условия для сотрудников и для потребителей.