

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

«Призвать предпринимателей России к согласованным совместным действиям. Только объединившись, предприниматели смогут отстаивать свои права и законные интересы, способствуя возрождению экономического могущества, независимости и политического авторитета Российской Федерации».

*Из резолюции Второго Всероссийского съезда
представителей малых предприятий*

В последние годы российские объединения предпринимателей (ОП) играют все более заметную роль в диалоге между бизнесом и властью. Результаты опросов представителей малых предприятий показали, что неблагоприятные условия развития бизнеса побуждают предпринимателей к объединению для совместной защиты своих прав и законных интересов. Объединения стремятся все более активно участвовать в принятии решений, определяющих условия развития малого предпринимательства.

Государство также проявляет заинтересованность в конструктивном диалоге с бизнес-сообществом для повышения эффективности мер по поддержке и развитию предпринимательства и формирования устойчивого электората в лице лояльных и цивилизованных предпринимателей. Таким образом, развитие ОП, способных консолидировать интересы предпринимателей и выступать посредниками в диалоге между бизнесом и властью, является одной из актуальных задач построения цивилизованных рыночных отношений.

Важным условием развития ОП является возможность получения информации по различным вопросам своей деятельности. Исследование российских ОП, проведенное Институтом предпринимательства и инвестиций, показало, что недостаток информации является острой проблемой для большинства объединений, особенно для региональных и местных ОП. Результаты анкетирования показывают, что для ОП на-

более интересна информация об эффективных методах работы бизнес-ассоциаций и специальных программах поддержки, а также о практике работы российских ОП и нормативно-правовом регулировании их деятельности. Несколько меньший интерес вызывает информация об опыте работы зарубежных бизнес-ассоциаций и истории российских ОП. Последнее вызывает особое сожаление, поскольку российские объединения проходят те же этапы развития, что и их предшественники в России и за рубежом, и незнание этого опыта приводит к низкой эффективности деятельности ОП и значительно увеличивает период их становления.

В своих анкетах и интервью представители ОП особенно сетуют на несвоевременное получение ими информации об изменениях нормативно-правовой базы, затрагивающей интересы предпринимателей. Возможность получения такой информации еще на этапе подготовки новых законодательных актов необходима для успешного выполнения одной из главных задач ОП — защиты интересов членов объединения. Важным условием развития ОП является также возможность установления контактов с коллегами для обмена актуальной информацией и опытом работы.

Проект «Информационная поддержка объединений предпринимателей» реализует Институт предпринимательства и инвестиций в рамках целевой программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей» при финансовой под-

держке Агентства США по международному развитию (USAID).

Цель проекта — содействие развитию российских ОП посредством информационной поддержки их деятельности.

К настоящему времени в рамках проекта:

- создан специализированный сайт www.smb-support.ru, ориентированный на потребности российских объединений предпринимателей;

- сформирована и постоянно пополняется электронная база данных, которая содержит подробные сведения об ОП, действующих в различных регионах Российской Федерации;

- проводится анкетирование ОП для уточнения их информационных потребностей и потребностей в обучении — повышении квалификации лидеров и персонала исполнительных органов объединений.

Одной из задач проекта является издание и распространение информационного бюллетеня, в котором будут представлены

основные результаты проекта и информация о программах поддержки ОП. Необходимость издания бюллетеня вызвана, прежде всего, тем, что далеко не все региональные и местные ОП имеют постоянный доступ к интернет-ресурсам. Бюллетень позволит существенно расширить аудиторию проекта и сделает эту информацию доступной для большинства ОП.

Предлагаем вашему вниманию первый номер информационного бюллетеня для российских объединений предпринимателей. Мы надеемся, что он позволит вам больше узнать о работе российских и зарубежных бизнес-ассоциаций, познакомиться с мнением квалифицированных экспертов, получить информацию о программах поддержки ОП и их участии в решении задач по созданию благоприятных условий для развития бизнеса и формированию цивилизованных рыночных отношений.

Ирина Рутковская, директор проекта

ИНТЕРВЬЮ



Андрей Геннадьевич Цыганов,
заместитель Министра РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства

Зачем нужны объединения предпринимателей (ОП)?

Объединения предпринимателей решают самые разные задачи. С точки зрения самих предпринимателей, ОП — это та площадка, на которой они общаются и решают те деловые проблемы, которые их интересуют. С точки зрения государства, ОП важны как инструмент диалога бизнеса и власти, способ доведения до государственных органов не индивидуальных проблем какого-то предпринимателя в отдельности, а некоей совокупности интересов, будь то регион, профессия, отрасль, в которой работают предприниматели. Это одна из задач. Вторая задача, которая буквально сегодня

оказалась на повестке дня: учитывая общую политику по дерегулированию экономики, необходимо заменять методы государственного регулирования, которыми мы так любим и умеем пользоваться, на некие методы саморегулирования предпринимательской деятельности, основанные на общих стандартах по ведению бизнеса. Контроль над соблюдением этих стандартов может постепенно передаваться ОП. И это не просто идеал. На сегодняшний день это уже реальная практика.

Что им пока не удается и почему?

Здесь есть несколько причин. Одна из объективных причин заключается в том, что предпринимательское

ИЗ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЙ

И.В. Чичмели, канд. экон. наук

С тех пор как люди узнали, что работать сообща для достижения общих целей намного эффективнее, чем делать это в одиночку, частью человеческого опыта стали ассоциации — общественные организации, основанные на взаимной личной заинтересованности каждого члена в совместном решении общих проблем.

В широком смысле слова, **ассоциация** — это добровольное объединение людей на основе общего интереса для достижения общей цели.

Бизнес-ассоциации — пожалуй, один из самых старых феноменов в этой области. Достаточно вспомнить древние торговые караваны, союзы ремесленников, средневековые це-

ха, гильдии и корпорации. К современным бизнес-ассоциациям относятся торговые палаты, торгово-промышленные группы, профессиональные объединения, федерации производителей, ассоциации работодателей, объединения представителей малого бизнеса и т.д.¹

В демократическом обществе с рыночной экономикой бизнес-ассоциации играют важную роль и активно участвуют в процессах, направленных на улучшение экономической, политической и социальной среды национального и мирового рынков. В результате коллективных действий, реализуемых через ассоциации, обычные люди приобретают больше возможностей для активного участия в принятии решений, отвечающих потребнос-

ностям в России очень молодое. Если учесть, что частному бизнесу в России максимум лет 15, то говорить о том, что есть какие-то ярко выраженные стандарты поведения, есть стремление объединяться и выражать свои общие интересы, пока рано. Поэтому происходит взаимодополняющий процесс: во-первых, сами предприниматели понимают, что это им необходимо, а, во-вторых, и государство всячески стимулирует и поощряет процесс объединения предпринимателей. Например, если ремесленные или торговые палаты в странах Западной Европы существуют уже несколько столетий, сформировались определенные стандарты поведения, а бизнесмены, не будучи чле-

ном какого-либо сообщества предпринимателей, чувствует себя лишним, чужим, никому не нужным, то у нас часто бывает так, что предприниматели озабочены своими индивидуальными проблемами и не слишком стремятся вступать в какие-либо объединения. С другой стороны, для предпринимателя главным мотивом для вступления в объединение является авторитет этой организации и тот набор услуг, который она может ему предоставить. Поэтому сами ОП должны хорошо себя зарекомендовать и показать бизнесу, что они чего-то стоят, и только тогда предприниматели будут сами заинтересованы во вступлении в такие объединения. Например, уже много лет идет дискуссия по

поводу обязательного или не обязательного членства в торгово-промышленной палате. Наша позиция заключается в том, что обязательного членства быть не должно. Сам ТПП должны себя так зарекомендовать и оказывать такой набор услуг, чтобы предприниматели туда стремились. Только в этом случае можно будет говорить, что объединения функциональны и необходимы.

Что нужно сделать для наиболее полного раскрытия потенциала ОП? Что они могут и должны сделать сами? Чем им можно и нужно помочь?

С моей точки зрения, со стороны предпринимателей кроме определенной инициативы и заинтересо-

тям как самих членов ассоциации, так и всего сообщества в том регионе, где находится и действует эта ассоциация.

Итак, согласно общепринятому определению, **ассоциация**:

- состоит из **членов ассоциации** (физических лиц, юридических лиц или и тех, и других), отвечающих требованиям (признакам), которые установлены данной ассоциацией;
- является **юридически признанной (оформленной)** организацией, деятельность

В демократическом обществе с рыночной экономикой бизнес-ассоциации играют важную роль и активно участвуют в процессах, направленных на улучшение экономической, политической и социальной среды национального и мирового рынков.

которой регламентирована ее Уставом и Положениями;

- управляется **демократически избранным** правлением или дирекцией, которые оп-

ределяют политику и выбирают должностных лиц, реализующих эту политику².

Важным условием членства в ассоциации является уплата членских взносов установленного размера. В обмен на уплату членских взносов члены ассоциации получают возможность пользоваться услугами и льготами, предусмотренными ассоциацией для своих членов.

Высшим руководящим органом ассоциации является правление или дирекция; «собственниками» ассоциации являются её члены.

Все ассоциации являются **негосударственными саморегулируемыми организациями**.

Существует несколько **моделей ассоциаций**³.

Континентальная (европейская) модель, в которой прием в ассоциацию часто обусловлен наличием у потенциального члена ассоциации соответствующего диплома об академическом образовании, а процесс приема сильно формализован.

ванности в объединении для диалога с властью и с другими предпринимательскими структурами ничего не нужно. Если говорить о государственной политике, то уже подготовлен и находится на рассмотрении в Государственной Думе РФ закон о саморегулируемых предпринимательских организациях, поэтому в ближайшее время будут созданы определенные законодательные рамки, которые определяют те функции, которые государство сможет передавать либо возлагать на ОП. Например, сейчас постоянно сокращается количество видов предпринимательской деятельности, которые подлежат государственному лицензированию. Но многие предприниматели сами за-

интересованы в обладании некими свидетельствами признания их бизнеса, если не государством, то обществом. Например, мы впервые столкнулись с такой парадоксальной ситуацией, когда сами предприниматели просят восстановить лицензирование тех видов деятельности, которые ранее были исключены из списка. Это, прежде всего, те предприниматели, которые работают непосредственно с гражданами. Они говорят: «Понимаете, когда раньше ко мне приходили люди и видели у меня на стене лицензию, выданную полномочным государственным органом, они понимали, что мой бизнес легален, отвечает определенным стандартам и критериям качества, что я

несу ответственность перед государством и перед ними, потребителями, потому что меня могут лишиться этой лицензии, если я буду плохо работать. Сейчас таких символов у меня нет». Эти функции могут брать на себя отраслевые объединения предпринимателей, которые вырабатывают определенные стандарты поведения на рынке, оказания тех или иных услуг и жестко контролируют их соблюдение. Тогда может идти речь о передаче государством этих функций неким самоорганизующимся предпринимательским структурам. С моей точки зрения, основное направление развития предпринимательских объединений в России в этом и заключается. ■

Азиатская модель, отличающаяся более жесткой иерархией управления и отсутствием ротации должностных лиц (в противоположность американской модели).

Американская модель, ориентированная на поддержку активности членов ассоциации, отличается более открытым стилем руководства и гибким реагированием на кризисные ситуации и на предоставляющиеся возможности, а также более прагматичным подходом к решению возникающих проблем.

Особым типом ассоциаций являются палаты. **Палаты** объединяют бизнес-организации различного типа, которые, как правило, обслуживают конкретный географический регион⁴. В отличие от других ассоциаций, членство в которых является добровольным, палаты могут предполагать **обязательное** или **принудительное** членство.

В частности, на принудительном членстве основана **Континентальная (Европейская) модель** палаты. Эта модель была разработана во Франции и Германии. Правительство по

законодательству делегирует таким палатам определенные административные функции. В обмен на это всем частным бизнесам **вменяется в обязанность** стать членами таких палат и их финансовыми инвесторами. Правительство принимает на себя обязательства консультироваться с палатами перед принятием решений по вопросам бизнеса. Предполагается, что это дает льготы членам палаты,

В обмен на уплату членских взносов члены ассоциации получают возможность пользоваться услугами и льготами, предусмотренными ассоциацией для своих членов.

так как они получают возможность влиять на процесс принятия решений, относящихся к бизнесу. Общее количество палат в конкретном географическом регионе ограничено.

Англосаксонская модель палаты (Великобритания, США) основана на ином принципе. Правительство не передает палатам ка-

ИНТЕРВЬЮ



Александр Давидович Иоффе, президент Российской ассоциации развития малого и среднего предпринимательства

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Объединения предпринимателей малого и среднего бизнеса (далее — ОП) создаются по инициативе самих предпринимателей или по инициативе государственных органов.

Предприниматели объединяются с целью:

- налаживания диалога с органами власти, с другими контролирующими и регулирующими бизнес-структурами для улучшения (или сохранения) условий для предпринимательской деятельности;
- осуществления корпоративной поддержки своих инициатив;
- установления деловых контактов и налаживания информационного обмена между предпринимателями

для выработки общих решений;

- решения конкретных общественно-политических и юридических проблем (лоббирование решений в законодательных органах, устранение административных барьеров и нормативных ошибок, участие в избирательной кампании и т.п.);
- решения конкретных отраслевых или территориальных проблем своего бизнеса и корпоративных споров.

Таким образом, исходя из целей своего создания:

- ОП — институт коллективной защиты интересов малого бизнеса в органах государственной власти, контроля над властью, партнерства бизнеса и власти в выработке и реализации нужных стране социально-экономических решений;

кие-либо функции. В целом, они могут действовать по своему усмотрению. Членство и инициативы — добровольные. Взносы устанавливаются руководителями палат, против не-

Деятельность бизнес-ассоциаций приносит общественно полезные результаты и в таких областях, как профессиональная этика, экономические исследования, статистика и информационное обеспечение.

плательщиков не применяется никаких мер. Цели палаты не диктуются и не контролируются правительством.

Смешанная модель палат возникла в 90-е годы как попытка использовать положительные черты континентальной и англосаксонской моделей. Иными словами, это система добровольного членства в палате, при которой сохраняется выполнение палатой некоторых функций, делегированных ей правительством.

• ОП — важнейший институциональный элемент системы регулирования условий для предпринимательской деятельности;

• ОП — институт повышения ответственности и компетентности субъектов малого предпринимательства, формирования позитивной корпоративной этики ведения бизнеса, обеспечения добросовестной конкуренции;

• ОП — инструмент самоорганизации предприятий и решения частных проблем членов ОП в ведении бизнеса;

• ОП — важнейший участник системы социального партнерства.

Какими они должны быть?

ОП могут быть любыми по своей организационно-правовой форме или даже неформальными, могут быть

созданы для решения даже одной локальной задачи в содействии бизнесу своих членов или оказания им различного рода услуг. Но если ОП берут на себя задачу долгосрочного и разностороннего представления и защиты интересов группы предпринимателей, то такие ОП должны быть:

• представительными, т.е. выражать интересы значительной части предпринимателей какой-либо отрасли или территории;

• влиятельными, т.е. иметь достаточный авторитет среди предпринимателей и в органах власти для реализации своих решений;

• активными, открыто осуществляющими свою деятельность на демократических принципах, имеющими

Бизнес-ассоциация имеет долгую историю. На каждом этапе своего развития для них были характерны те или иные черты, которые эволюционировали и трансформировались по мере развития самих ассоциаций. Так, например, на раннем этапе развития бизнес-ассоциаций в США их отличали полная «отсоединенность» от правительства, самостоятельность (иногда чрезмерная) и склонность образовывать ассоциации по любому поводу⁵.

Современные американские ассоциации характеризуются силой, способностью приспосабливаться к изменениям, прагматичным лидерством, четкой сегментацией интересов, тенденцией к индивидуальному авторитету, ролью «ускорителя изменений», децентрализованным управлением и добровольной, а не навязанной правительством, реакцией на социальные проблемы и все возрастающие требования в области торговли и промышленности.

Можно сказать, что в широком смысле слова западные эксперты рассматривают со-

созданный аппарат управления.

Что им уже удается делать?

От имени своих членов ОП умеют заявить о своих проблемах и интересах в органах власти, в других организациях, на различных тематических конференциях. ОП представляют интересы бизнеса в различных комитетах, комиссиях, рабочих группах, т.е. могут участвовать в выработке решений органами власти, если сумеют быть услышанными и приглашенными к обсуждению. ОП могут оказывать широкий спектр услуг своим членам или оказывать им информационную поддержку. Иногда могут быть третьей стороной в деловых спорах своих чле-

временную ассоциацию как добровольное объединение лидеров бизнеса, профессиональных и общественных лидеров, которые по собственному желанию осуществляют совместную работу, направленную на улучшение функционирования коммерческих, правительственных и экономических структур⁶.

Однако помимо «внешней» эволюции ассоциации прошли и длительный путь «внутренней» эволюции, или эволюции структурной. По мнению Уолтера Шо, дипломированного специалиста по управлению ассоциациями, **структурную эволюцию** любой ассоциации можно разделить на следующие этапы⁷.

1. Создание ассоциации

Этот процесс не менялся более ста лет. Группа людей, объединенных общим интересом и/или общей сферой/видом деятельности, собирается для обсуждения общих проблем и интересов. Со временем эти собрания формализуются, образуется ассоциация. По мере роста и усложнения ассоциации ее процедуры,

Могут участвовать в избирательных кампаниях через поддержку своих кандидатов или партий. ОП могут влиять на общественное мнение силами своих СМИ.

Отраслевые организации МП показывают наибольшую дееспособность и самостоятельность, но только в своей узкопрофессиональной сфере.

Что им пока не удается?

Ни одному ОП в сфере малого и среднего бизнеса не удается стать массовым. Практически ни одно предпринимательское объединение не может строить свой бюджет на основе лишь членских взносов (из-за малочисленности организаций или неспособности их членов платить эти взносы). ОП в своем большинстве не мо-

правила и юридический статус легализуются через Устав и Положения. На начальном этапе развития ассоциации эти Положения включа-

Западные эксперты рассматривают современную ассоциацию как добровольное объединение лидеров бизнеса, профессиональных и общественных лидеров, которые по собственному желанию осуществляют совместную работу, направленную на улучшение функционирования коммерческих, правительственных и экономических структур.

ют в себя подробное описание не только общих обязанностей и ответственности членов ассоциации, но также бюджетные процедуры и правила управления офисом. Это связано с тем, что функции управления ассоциацией осуществляются добровольцами, и подробные инструкции должны обеспечить гарантии преемственности в выполнении следующими добровольцами той деятельности, которой занимались их предшественники. ■

гут взять на себя часть государственных функций контроля над предпринимательской деятельностью их членов, так как неспособны внешне строгие уставные условия членства в своей организации и нести ответственность за бизнес своих членов. Лишь незначительная часть ОП принимает участие в системе социального партнерства (трехсторонних соглашениях).

Очень трудно идет налаживание отношений ОП с федеральными властями. В этих взаимоотношениях намного больше деклараций, показухи, нежели реального партнерства в формировании и реализации эффективной общенациональной политики развития и поддержки малого предпринимательства.

Что нужно сделать для наиболее полного раскрытия потенциала ОП? Чем им можно и нужно помочь?

Надо предоставлять объединениям заказы на выполнение организационных, аналитических, методических и иных работ, используя (и этим повышая его!) значительный потенциал квалифицированных кадров (как аппарата управления ОП, так и «волонтеров», т.е. активных членов объединений).

Надо выполнять положения Закона РФ №88 в части поддержки ОП малого бизнеса:

«Государственная поддержка союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства должна осуществляться путем содействия в обеспечении их на льготных условиях помещениями и сред-

2. Появление наемного персонала

Впервые наемный персонал в ассоциациях появился в конце XIX века, когда деятельность ассоциаций стала более сложной. Первый наемный работник ассоциации часто называется **Секретарем** (с прописной «С»), и в его обязанности входит ведение учета членов ассоциации, оформление протоколов, осуществление финансового учета и оказание другой помощи руководящему органу ассоциации. Секретарь ассоциации может дополнительно нанять секретаря (обычного) для ответа на телефонные звонки и т.д. По мере роста ассоциации к Секретарю присоединяются **бухгалтер** и **сотрудник, ответственный за членскую базу** ассоциации. По мере развития технологии и усложнения торговли административные функции наемного персонала существенно расширяются. Так, например, возникает должность **Технического директора**, осуществляющего мониторинг исследований, отслеживание технологических или торговых разработок в соответствующей

сфере деятельности, организацию образовательных программ и т.д. **Технические директора**, как правило, назначаются «с мест», а их полномочия не зависят от Секретаря ассоциации.

3. Появление в штате ассоциации первого функционального специалиста

По мере увеличения объема технической и административной информации спрос на коммуникации перерастает возможности ограниченного по численности наемного персонала ассоциации. Первым функциональным специалистом ассоциации часто становится **специалист по публикациям**. Со временем, по мере расширения ассоциации, растет и углубляется профессиональная специализация персонала, который теперь выполняет функции от маркетинга и продаж до проведения исследований и управления собраниями. Возникают такие должности, как **контролер** (функции финансового контроля), **директор по учету**

ствами связи, необходимыми для деятельности указанных союзов (ассоциаций) и создаваемых ими предприятий, учреждений и организаций, а также для проведения организационных или публичных мероприятий, привлечения представителей союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства к подготовке проектов законов и иных нормативных правовых актов, программ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, предоставления возможностей для использования средств массовой информации в целях популяризации идей малого предпринимательства».

Надо также широко привлекать ОП к работе в системе государственно-общественной поддержки малого

предпринимательства (например, к участию в работе общественно-экспертных советов при главах администраций), к реализации государственных программ развития малого бизнеса.

Что они могут и должны сделать сами?

ОП должны выдвигать из своей среды наиболее квалифицированных и активных «лоббистов»; осуществлять поддержку предпринимательских инициатив; вести свою деятельность на демократических принципах; сохранять максимальную «прозрачность» в своей работе; активнее наращивать свою членскую базу; добиваться передачи объединениям хотя бы малой части контрольно-разрешительных функций. ■

«Самый лучший способ предугадать будущее — создать его самому»

Питер Друкер

«Каждое препятствие уступает твердому намерению»

Леонардо да Винчи

Кульминацией развития организационной структуры ассоциации является возникновение должности **Исполнительного директора ассоциации**. В последнее время, в связи с формальным расширением полномочий исполнительных директоров и их возросшей независимостью от избираемых должностных лиц ассоциации, эта должность трансформируется в **Исполнительного Вице-президента** или **Президента**. Во многих ассоциациях это лицо определяется как Главное штатное должностное лицо (CSO), отвечающее за операции и наемный персонал ассоциации. CSO является неофициальным членом Правления, обычно подбирается и назначается Правлением и несет основную ответственность за реализацию политики Правления.

Новейшей (по времени возникновения) и важнейшей для многих ассоциаций должностью является **Директор по связям с правительством/властными структурами**, отвечающий за влияние на правительство, предо-

ставление экспертной информации, обеспечение соблюдения членами ассоциации законов и нормативных актов.

Конечно, существуют и другие критерии определения «стадии зрелости» ассоциации. Однако приведенный выше структурный критерий является наиболее очевидным свидетельством того, что ассоциация достигла определенного уровня своего развития.

Независимо от того, к какой модели относится та или иная ассоциация и на какой стадии развития она находится, важной характеристикой, влияющей на эффективность ее деятельности, является **стиль управления и лидерства в ассоциации**.

Согласно исследованиям Дж. Данлопа, который на протяжении 10 лет изучал 400 американских ассоциаций, существуют три основных стиля управления ассоциацией, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки.

Эти стили предусматривают управление, осуществляемое **добровольцами**; управле-

ИНТЕРВЬЮ



Анастасия Овсянникова,
исполнительный директор Института национального проекта «Общественный договор»

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Во-первых, для защиты. Сам предприниматель не всегда в состоянии защитить свои права, особенно в отношениях с государством, ведь ему есть, что терять: положение на рынке, репутацию, активы, темп работы. А бизнес-ассоциации - это некоммерческие организации, которые, оспаривая незаконные действия государства в отношении бизнеса, не очень рискуют и не «подставляют» конкретных предпринимателей, в чьих интересах действуют. Так, Закон РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» дает бизнес-ассоциациям и не-

коммерческим организациям право на обращение в суд с иском в защиту неопределенного круга лиц по фактам нарушения защищенных этим законом прав предпринимателей.

Во-вторых, для оказания услуг, необходимых предпринимателям, таких, как консалтинг, организация выставок, взаимное кредитование и т.п. На базе ассоциаций могут создаваться кооперативы, предоставляющие такие услуги. За счёт некоммерческого характера деятельности они будут дешевле.

В-третьих, для представления интересов бизнеса в выработке норм и правил, существенных для предпринимателей, иными словами, для участия в выработке ус-

ние, осуществляемое **профессиональным персоналом**, и модель **сбалансированного лидерства** (с разделением функций руководства между добровольцами и персоналом).

1. Ассоциация, управляемая добровольцами

Преимущества: модель стимулирует интерес членов ассоциации к ее деятельности, их вовлеченность в эту деятельность и их чувст-

Независимо от того, к какой модели относится та или иная ассоциация и на какой стадии развития она находится, важной характеристикой, влияющей на эффективность ее деятельности, является стиль управления и лидерства в ассоциации.

во гордости за свою ассоциацию, характеризуется более высокой чувствительностью к потребностям членов ассоциации и более высокой степенью осведомленности об этих потребностях.

Недостатки: меньший рост членской базы и финансовых ресурсов, длительный процесс принятия решения, отсутствие организационного контроля, частое изменение политики, зависящее от выбора новых должностных лиц. Для таких ассоциаций характерен опережающий рост численности наемного персонала по сравнению с ростом членской базы.

2. Ассоциация, управляемая наемным персоналом

Преимущества: главные преимущества этой модели заключаются в опережающем росте членской базы по сравнению с ростом численности наемного персонала, высоких темпах роста доходов ассоциации, лучшей координации, быстром принятии решений и контроле над ресурсами.

Недостатки: снижение интереса членов ассоциации к её деятельности, уменьшение чувства «причастности» к ассоциации, трудности с вовлечением членов ассоциации в работу комитетов и комиссий; возникает опас-

ность непонимания и неправильной коммуникации между наемным персоналом и членами ассоциации.

3. Модель сбалансированного лидерства

Преимущества: потенциально эта модель обладает всеми преимуществами двух предыдущих моделей; она также наилучшим образом поддерживает стабильность наемного персонала и согласованность/преемственность политики и руководства ассоциацией.

Недостатки: помимо прочего, эта модель требует четкого разграничения обязанностей и ответственности главного выборного и главного штатного должностного лица ассоциации, при этом сохраняется потенциальная возможность конфликта, связанная с их личными характеристиками; эта модель требует присутствия во главе ассоциации сильного и эффективного лидера!

В разных регионах мира деятельность и методы работы бизнес-ассоциаций отличаются друг от друга. В первую очередь, это зависит

от существующего экономического фундамента. В странах с **централизованной плановой экономикой** и **государственным контролем** бизнес-ассоциации часто выполняют общественные функции и не принимают участия в программах по увеличению количества рабо-

Мировая практика свидетельствует о том, что бизнес-ассоциации являются эффективной формой самоорганизации делового сообщества и могут с успехом представлять интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, выступая посредниками в диалоге между бизнесом и властью.

чих мест в частном секторе экономики. В странах же, экономика которых основана на **рыночных отношениях**, ассоциации играют важную роль не только в формировании инвестиций и в процессе принятия решений, касающихся свободного предпринимательства, но и в решении других вопросов общественной политики, затрагивающих интересы бизнеса.

ловий общественного договора. В качестве примера можно привести вступивший в действие с 1 июля с.г. Закон РФ «О техническом регулировании», который устанавливает процедуру разработки и публичного обсуждения и экспертизы проектов технических регламентов, а также описывает полномочия саморегулируемых, отраслевых и иных предпринимательских организаций.

В-четвёртых, для саморегулирования, подразумевающего выработку стандартов деятельности на рынке, обязательных для членов саморегулируемой организации, контроль над их соблюдением, система санкций, применяемых к нарушителям, а также независимые (третейские) механизмы

разрешения споров. Без широкого развития саморегулирования сколько-нибудь заметный уход государства из сферы регулирования предпринимательской деятельности невозможен.

Какими должны быть объединения предпринимателей?

Во-первых, востребованными, то есть нужными, прежде всего, своим членам, а не грантодателям и не политикам.

Во-вторых, открытыми. Особенно это относится к организациям саморегулирования (СРО), для которых всегда существует опасность картелизации, «сговора» участников ассоциации против остального рынка, недобросовестного конку-

рентного поведения в отношении аутсайдеров. Другая опасность для СРО - превращение в «частное министерство», передача им властных полномочий, осуществлять которые может только государство. Для противодействия этим опасностям необходимо введение механизмов транспарентности в систему управления СРО, обеспечение публичности их деятельности, в частности, введение в состав руководящих органов представителей групп общественного интереса (например, экологов, объединений потребителей, представителей аутсайдеров, независимых экспертов сообществ и др.).

В-третьих, грамотно управляемыми. Кадров для работы в бизнес-ассоциа-

циях просто нет: специалисты, выдвигаемые на управленческие должности членами ассоциаций, разбиваются в проблемах отрасли, но ничего не понимают в специфике некоммерческой деятельности. Специалисты НКО, в свою очередь, ничего не понимают в бизнесе. Решать эту проблему, на мой взгляд, можно, лишь действуя одновременно в двух направлениях: сближая бизнес-ассоциации и «традиционные» НКО, «вталкивая» их в совместные проекты, в совместное участие в решении вопросов, представляющих общий интерес, и поддерживая создание обучающих программ, имеющих целью именно подготовку таких кадров.

Что уже удаётся делать объединениям предпринимателей?

Во-первых, «озвучивать», то есть формулировать и обнародовать нужды и интересы своих членов.

Во-вторых, на практике отстаивать их права. Так, Российская гильдия пекарей сыграла огромную роль в отмене одной из инструкций Хлебной инспекции, противоречащей законодательству о дерегулировании. К сожалению, пока таких примеров меньше, чем хотелось бы.

В-третьих, договариваться между собой. Например, одно время была остра проблема рекламы соков и косодержащих напитков: из-за неопределённости терминов «сок», «нектар», «напи-

ток» велась недобросовестная конкурентная борьба между производителями, а потребители получали недостаточную информацию. Проблема разрешилась тем, что ведущие производители смогли достичь соглашения о понятиях и о правилах поведения на рынке. Это соглашение выполняется и на практике.

В-четвёртых, начался диалог с другими секторами внутри гражданского общества по проблемам, представляющим совместный интерес (реформа ЖКХ, переход к системе накопительного пенсионного страхования, реформа системы государственного экологического контроля). Этот процесс только лишь начинается, и впереди ещё очень долгий путь.

В рыночной экономике такие действия ассоциаций приносят большую пользу обществу, причем эта польза является, в основном, результатом деятельности добровольных организаций, существующих за счет своих членов и защищающих их коллективные интересы. В смешанной экономике бизнес-ассоциации, профессиональные объединения и группы, вступающая в партнерские (по мнению западных экспертов) отношения с правительством, разрабатывают программы и оказывают поддержку общественной политике, направленной на расширение экономической базы. Кроме того, деятельность бизнес-ассоциаций приносит общественно полезные результаты в таких областях, как профессиональная этика, экономические исследования, статистика и информационное обеспечение.

О важности той роли, которую ассоциации играют в общественной жизни зарубежных стран, и об их силе свидетельствуют, в частности, данные Американского Общества должностных лиц ассоциаций, согласно которым:

- на сегодняшний день в США насчитывается 147000 разнообразных ассоциаций, представляющих практически каждую профессию, отрасль, хобби, интерес и т.д.;
- девять из десяти взрослых американцев принадлежат хотя бы к одной ассоциации, а один из четырех — к четырем и более ассоциациям;
- ежегодно в США возникает около 1000 новых ассоциаций;
- численность наемного персонала ассоциаций США составляет 295000 человек;
- американские ассоциации ежегодно тратят 5,6 миллиарда долларов на печатные издания и публикации (из них 3,2 миллиарда долларов — только на печатную продукцию); практически все ассоциации (95%) выпускают периодические издания, 39% ассоциаций издают книги;
- 2,2 миллиарда долларов ассоциации ежегодно тратят на технологию;
- 95% ассоциаций предлагают своим членам собственные образовательные программы;

В-пятых, начался диалог с государством. Правда, здесь надо отдать должное государству, во всяком случае, центральной власти, заявившей об отказе от политики «задней двери» в отношениях с бизнесом. Это способствовало росту и развитию целого ряда ведущих бизнес-ассоциаций.

Что и почему пока не удается объединениям предпринимателей?

Ответ и на этот вопрос можно было бы сформулировать в виде перечня обстоятельств. Но есть в деятельности всех ассоциаций, независимо от их размера, активности, успешности, отрасли и др., общая трудность, без преодоления которой им будет чрезвычай-

но сложно осуществлять крупные проекты. Речь идет о так называемой «проблеме безбилетника». Ассоциации создают «общественные блага», то есть блага, пользоваться которыми могут все (например, отмена незаконной инструкции силами ассоциации идет на пользу любому предприятию, на деятельность которого она распространялась). В то же время платят за создание общественных благ (в нашем примере затраты требуют, например, услуги юристов, информационная кампания и др.) всегда лишь немногие. В этой ситуации у каждого возникает вопрос: зачем я буду платить за другого? В результате поднять необходимые ресурсы не удастся, и

проблема, в решении которой заинтересованы все, так и остаётся нерешённой. Экономическая теория утверждает, что полностью устранить проблему безбилетника невозможно, однако существуют механизмы, помогающие её преодолевать в конкретных случаях, то есть можно создать ситуацию, в которой каждому заинтересованному участнику выгоднее будет заплатить, чем не платить.

Что нужно сделать для наиболее полного раскрытия потенциала объединений предпринимателей? Что они могут и должны сделать сами, а в чём им можно и нужно помочь?

Выше был перечислен ряд факторов, препятствующих

- 71% ассоциаций проводит отраслевые исследования или занимается сбором статистических данных. Статистические данные, которыми располагают ассоциации, часто являются уникальными и не могут быть получены из других источников, поэтому и бизнес, и правительство весьма заинтересованы в собранных и накопленных ассоциациями статистических данных.

Мировая практика свидетельствует о том, что бизнес-ассоциации являются эффективной формой самоорганизации делового сообщества и могут с успехом представлять интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, выступая посредниками в диалоге между бизнесом и властью. Это особенно актуально для стран с переходной экономикой, в которых традиции активного участия граждан в формировании цивилизованных рыночных отношений находятся в стадии формирования. В таких странах бизнес-ассоциации являются одним из наиболее реальных способов влияния на принимаемые решения с целью создания благоприятных условий для развития бизнеса. ■

¹ «Бизнес-ассоциация 21 века — Программа будущего». ЦМЧП, 1997. Гражданский кодекс Российской Федерации (ч. 1, параграф 5) трактует термин «ассоциация» более узко — как объединение, членами которого могут быть только юридические лица (если только физическое лицо не является учредителем данного объединения).

² Уолтер Шо. Справочник лидера Российской ассоциации.

³ Walter Schaw. CAE. «International Handbook on Association Management». ASAE, 1998, p. 6.

⁴ «Бизнес-ассоциация 21 века — Программа будущего». ЦМЧП, 1997, с. 14. В некоторых странах (например, в Египте) термин «торговая палата» применяется не к географической единице, а к конкретной промышленной группе (например, Текстильная торговая палата, Торговая палата деревообрабатывающей промышленности и т.д.). В других государствах такие палаты часто называют торгово-промышленными ассоциациями.

⁵ Walter Schaw. CAE. «International Handbook on Association Management». ASAE, 1998, p. 5.

⁶ Бизнес-ассоциация 21 века — Программа будущего. ЦМЧП, 1997, с. 14.

⁷ Walter Schaw. CAE. «International Handbook on Association Management». ASAE, 1998, p. 6-8.

ющих реализации бизнес-ассоциациями своего потенциала. При этом ни одна из указанных проблем не может быть решена, если ассоциации будут «вариться в собственном соку». Поэтому на первый план выходят задачи, если можно так выразиться, социализации объединений предпринимателей, то есть компетентного их включения в систему диалогов внутри общества и между обществом и властью.

Для этого необходимо нормативное закрепление процедур и правил взаимоотношений с властью, вовлечение бизнес-ассоциаций в широкие открытые коалиции сил гражданского общества, формирующиеся для решения конкретных

задач, информационная поддержка, серия обучающих программ и система консультационных услуг для бизнес-ассоциаций, что помогло бы им грамотно позиционироваться как в отношениях со своими членами, так и с внешними контрагентами, планировать свою деятельность как минимум в среднесрочной перспективе и эффективно управлять ею. Что касается ресурсного обеспечения, под которым понимаются не только финансы, но и институциональные, интеллектуальные, информационные и прочие ресурсы, то оно должно осуществляться на паритетных началах, с обязательным участием самих объединений предпринимателей. ■

«Пессимист видит трудности при каждой возможности; оптимист в каждой трудности видит возможности»

Уинстон Черчилль

Опыт — это название, которое каждый дает своим ошибкам

Оскар Уайльд

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России — добровольная общественная некоммерческая организация, создана в декабре 1997 года с целью консолидации усилий по преодолению кризисных явлений в мебельно-деревообрабатывающей отрасли и создания необходимых условий для ее развития. Ассоциация — это инструмент для осуществления диалога между государством и отраслью, помогающий принятию обоснованных, взвешенных решений на государственном уровне.

Членами Ассоциации являются предприятия, выпускающие более 65% российской мебели и более 50% древесностружечных плит, производители и поставщики комплектующих для мебельной отрасли, отраслевые научно-исследовательские институты и издательские дома, выставочные объединения и страховая компания.

Основными целями Ассоциации являются защита отечественного товаропроизводителя и обеспечение конкурентной способности российской мебели как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

В 1998 году Ассоциация, единственная из профессиональных союзов такого рода, созданных на территории стран бывшего соцлагеря, была принята в члены Европейской федерации производителей мебели (UEA). Членство в UEA дает возможность предприятиям отрасли получать информацию о состоянии дел на мировом рынке мебели, осуществлять согласованные действия по стандартизации и сертификации продукции, осуществлять поиск партнеров для сотрудничества.

В 1999-2000 годы при участии Ассоциации создан Центр промышленной кооперации, где в рамках программы TACIS были разработаны и реализованы проекты реструктуризации ряда российских мебельных предприятий.

В марте 1999 года Торгово-промышленная палата России приняла Ассоциацию в число

своих членов. Здесь развивается сотрудничество по поддержке экспортно-ориентированных предприятий отрасли.

Ассоциация является членом Российского союза промышленников и предпринимателей и определена в качестве отраслевого координатора в составе рабочей группы по подготовке тарифных предложений при вступлении России в ВТО и реформе таможенной политики. Аргументированные предложения Ассоциации по определению размера ввозных таможенных пошлин для мебельной отрасли заключаются в снижении пошлин на сырье, материалы, комплектующие и оборудование, которые не выпускаются российской промышленностью, или качество которых не соответствует мировым стандартам, и в сохранении пошлин на готовую мебель с учетом уровня доходов отечественных потребителей, то есть в той ценовой нише, где работает большинство российских предприятий.

Ассоциация постоянно проводит мониторинг и анализ ситуации в мебельной отрасли России, составляются обзоры и прогнозы развития российского и мирового мебельного рынка, оказывается методическая и техническая помощь предприятиям в решении их насущных проблем.

Деятельность Ассоциации открыта, результаты ее работы востребованы всеми участниками мебельного рынка.

Президент Ассоциации — генеральный директор ОАО «Мебельная компания «Шатура» Зверев Валентин Иванович. ■

Контактная информация:
109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 6
Тел./факс: (095) 926-31-53; 276-95-91
E-mail: amedoro.msk@g23.relcom.ru
URL: www.amedoro.com

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ: 7 ЛЕТ БОРЬБЫ И ПОБЕД

Профессиональный союз предпринимателей Томской области (ППТО) был создан в апреле 1996 года. Учредителями Профсоюза стали 5 физических лиц. В настоящее время он объединяет свыше 2000 индивидуальных предпринимателей и руководителей предприятий, имеет свои отделения в целом ряде муниципальных образований Томской области и является одним из самых влиятельных региональных межотраслевых объединений предпринимателей малого и среднего бизнеса.

Миссия Профсоюза — создание благоприятных условий для реализации предпринимательских инициатив объединившихся в него граждан.

Основные цели:

- объединение усилий всех томских предпринимателей для защиты их законных прав и отстаивания корпоративных интересов;
- организация продуктивного диалога с органами власти для учета интересов и мнений предпринимателей при выработке и осуществлении государственной социально-экономической политики;
- создание благоприятного делового климата посредством привлечения самих предпринимателей и всех заинтересованных структур к открытому обсуждению существующих проблем и формированию эффективной нормативно-правовой базы, регулирующей малый бизнес;
- организация общественного контроля над деятельностью властных структур, «курирующих» предпринимателей.

ППТО осуществляет свою деятельность по следующим направлениям: законотворчество, консалтинг и оперативное информирование предпринимателей по актуальным вопросам их деятельности, создание инфраструктуры поддержки предпринимательства, связи с общественностью.

Законотворческая деятельность

В своей деятельности ППТО активно использует возможность, предусмотренные действующим законодательством. В частности, он активно применяет на практике положения, закрепленные в статье 11 Закона Российской Федерации «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности», согласно которой органы государственной власти и местного самоуправления **обязаны** учитывать мнение профсоюзов при разработке и принятии нормативных правовых актов, затрагивающих социально-трудовые права и интересы граждан.

Устав Томской области наделяет Федерацию профсоюзных организаций Томской области, в которую входит ППТО, правом **законодательной инициативы**, то есть правом непосредственного внесения законопроектов в Государственную думу Томской области, которое Профсоюз неоднократно и успешно использовал.

За семь лет работы Профсоюз предпринимателей принял участие в подготовке более 100 нормативно-правовых актов органов государственной власти и местного самоуправления. Основные темы — налоги, регулирование проверок деятельности хозяйствующих субъектов, устранение административных барьеров, организация торговли и пассажирских перевозок, применение контрольно-кассовых машин, сертификация и лицензирование. Эта работа ведется представителями ППТО более чем в 20 коллегияльных совещательных органах, созданных при властных структурах регионального и местного уровней.

Пять депутатов Государственной думы Томской области во главе с ее председателем, Борисом Мальцевым, избранных при деятельном участии ППТО, активно, настойчиво и последовательно поддерживают за-

ПОДДЕРЖКА

ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА ФОНДА ЕВРАЗИЯ «СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ РОССИЙСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

конодательные инициативы, добиваются их принятия областной Думой.

В течение 2001-2002 гг. по рекомендации ППТО два его представителя были утверждены на должность арбитражных заседателей Арбитражного суда Томской области, еще один включен в состав квалификационной коллегии судей Томской области.

Если на первом этапе основная работа ППТО состояла в том, чтобы добиваться отмены или корректировки уже принятых решений, то сейчас он привлекается на этапе подготовки решений, дабы избежать возможного обострения социальной напряженности и учесть интересы томских предпринимателей.

Все чаще для решения существующих проблем ППТО выходит на федеральный уровень и обращается напрямую к Президенту РФ и в Правительство РФ. Нужно отметить, что обращения ППТО не остаются без внимания и учитываются при подготовке законов и иных нормативно-правовых актов.

Консалтинг и оперативное информирование

Много внимания ППТО уделяет повышению юридической грамотности своих членов. С этой целью регулярно проводятся семинары для предпринимателей, а также встречи с представителями органов государственной власти и местного самоуправления.

Создание инфраструктуры поддержки предпринимательства

В 1997-98 гг. ППТО добился открытия кредитной линии, позволяющей членам Профсоюза покупать автобусы и торговые павильоны. Всего за этот период было выдано свыше 30 кредитов. К сожалению, эту работу прервал финансовый кризис 1998 года. В 2001 году Профсоюз инициировал принятие Государственной думой Томской области Закона «О государственной поддержке кредитной кооперации граждан на территории Томской области». В настоящее время создан механизм взаимного кредитования субъектов малого предпринимательства на льготных условиях. В рамках этой програм-

мы томским «маршрутникам» уже выданы кредиты на покупку нескольких десятков автобусов. В настоящее время схема кредитной кооперации используется для кредитования предпринимателей на пополнение оборотных средств.

Что дает предпринимателю членство в ППТО?

- Возможность существенно снижать издержки, связанные как с уплатой налоговых и иных официальных и неофициальных платежей, так и с урегулированием отношений с потребителями за счет своевременного получения информации об изменениях в законодательстве и принятия необходимых мер в той или иной ситуации.

- Возможность обеспечивать защиту своих прав и лоббировать общие интересы в органах законодательной и исполнительной власти, органах местного самоуправления; вносить предложения и добиваться принятия решений по совершенствованию нормативно-правовой базы, в том числе — в сфере налогообложения.

- Возможность непосредственно влиять на выработку и проведение государственной политики в сфере поддержки малого предпринимательства, в том числе путем активного участия в формировании властных структур различных уровней.

- Возможность принимать участие в мероприятиях, проводимых ППТО или с его участием, в том числе — получать разъяснения по интересующим вопросам непосредственно от представителей органов государственного контроля и надзора, органов власти и управления.

- Возможность участвовать в осуществлении общественного контроля над деятельностью органов государственной власти и местного самоуправления. ■

Контактная информация:
634050, г. Томск, пр. Ленина, 55, оф. 67, 68.
Тел.: (3822) 53-15-55, 53-21-70, 53-21-32
Факс: (3822) 53-15-55
E-mail: predprinimateli@mail.ru,
URL: <http://www.trud.tomsk.ru/pred/>

Московское Представительство Фонда Евразия с 2001 г. реализует Целевую Программу: «Содействие развитию российских объединений предпринимателей». Программа финансируется из средств, предоставленных Агентством США по международному развитию (USAID).

В основу концепции Программы было положено исследование российских объединений предпринимателей (ОП), проведенное Институтом предпринимательства и инвестиций.

Цель программы — повышение эффективности объединений предпринимателей и их роли в развитии саморегулирования частного сектора.

Задачи программы

1. Повышение эффективности деятельности ОП в вопросах саморегулирования частного сектора.

2. Совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность малого предпринимательства.

3. Развитие механизмов взаимодействия ОП с органами власти с целью вовлечения предпринимателей в процесс принятия решений.

4. Создание системы информационной и методической поддержки деятельности ОП. Содействие формированию благоприятного общественного мнения в отношении малого предпринимательства и деятельности ОП.

Участники программы — российские некоммерческие организации — объединения предпринимателей (отраслевые и межотраслевые), основанные на фиксированном членстве, не менее 50% членской базы которых составляют субъекты малого и среднего предпринимательства.

Ярд мероприятий Программы, включая проведение обучающих семинаров и конкур-

сов проектов на получение грантов Фонда Евразия, проводится в четырех регионах РФ: городе Санкт-Петербурге, Нижегородской, Новгородской и Томской областях.

Реализация Программы проходит в несколько этапов.

Первый этап предусматривает сбор информации по целевым регионам, выбор стратегических партнеров, разработку и проведение тренинговых программ для лидеров и персонала ОП, создание web-сайта и информационного бюллетеня, исследование законодательной и нормативно-правовой базы.

Второй этап включает проведение конкурса и финансирование проектов региональных ОП, оценку промежуточных результатов этих проектов, создание региональных сетей и межрегиональной сети ОП, организацию взаимодействия ОП и органов власти.

Третий этап программы — мониторинг деятельности ОП по грантам и итоговая оценка эффективности Программы в целом.

Конкурс проектов

В соответствии с планом реализации Программы, Московское Региональное Представительство Фонда Евразия в период с марта по сентябрь 2003 г. проводит конкурс проектов на получение грантов. В конкурсе принимают участие российские объединения предпринимателей, зарегистрированные и действующие в четырех целевых регионах: г. Санкт-Петербурге, Нижегородской, Новгородской и Томской областях.

В рамках конкурса будут поддержаны проекты, направленные на:

повышение роли ОП в создании благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства посредством:

- создания эффективных механизмов защиты и представления интересов делового сообщества;

- совершенствования законодательной базы, регулирующей деятельность малого предпринимательства;

- разработки результативных форм организации диалога между бизнесом и властью;

- разработки и реализации инициативных программ, раскрывающих экономический и социальный потенциал малого предпринимательства и способных оказать влияние на формирование политики поддержки малого предпринимательства институтами власти;

- создания механизмов оперативного и постоянного информирования органов власти и местного сообщества о проблемах развития предпринимательства, состоянии рынков, представляемых членами объединения;

- создания новых или активизации действующих механизмов по устранению административных барьеров, препятствующих развитию малого предпринимательства;

- формирования положительного отношения к предпринимателям и их объединениям;

- участия в решении проблем местных сообществ и распространении позитивного опыта участия предпринимательства в решении этих проблем;

содействие институциональному развитию ОП посредством:

- привлечения новых членов и укрепления членской базы;

- расширения комплекса услуг, предоставляемых ОП своим членам;

- содействия развитию рынков, представленных членами ОП;

- развития саморегулирования ОП, в том числе разработки этических и профессиональных кодексов и профессиональных стандартов;

- повышения квалификации руководителей и персонала ОП, а также активистов, работающих в ОП на общественных началах;

- развития взаимодействия между ОП и другими организациями; создания региональных, межрегиональных сетей и коалиций;

- обеспечения финансовой устойчивости ОП;

- применения современных информационных технологий.

Обязательным требованием к проектам, представленным на конкурс, являются мероприятия по институциональному развитию ОП.

Ожидаемые результаты

Ожидается, что в результате реализации проектов:

- возрастет роль ОП в вопросах саморегулирования частного сектора;

- увеличится членская база ОП;

- улучшится качество и расширится набор услуг, предоставляемых членам ОП;

- повысится эффективность управления ОП и их финансовая устойчивость;

- будут созданы устойчивые механизмы представления и защиты интересов малых предпринимателей во взаимоотношениях с органами власти;

- повысится информированность органов власти о состоянии малого предпринимательства и реальных потребностях предпринимателей;

- будет налажено взаимодействие региональных ОП при решении задач по созданию благоприятных условий для развития малого предпринимательства, совершенствованию регионального законодательства, внедрению профессиональных стандартов и принципов деловой этики. ■

ОБУЧЕНИЕ ЛИДЕРОВ И ПЕРСОНАЛА ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

С сентября 2002 г. Центр «Возрождение предпринимательства» совместно с Институтом предпринимательства и инвестиций и Российским агентством поддержки малого и среднего бизнеса реализует проект, направленный на **содействие развитию российских ОП через повышение профессионализма их руководителей и персонала**. Проект реализуется в рамках Целевой программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей».

Задачи проекта

1. Разработка учебных программ и учебно-методических материалов по наиболее важным вопросам деятельности объединений предпринимателей.

2. Проведение «круглых столов» и тематических семинаров для руководителей

и персонала объединений предпринимателей.

3. Подготовка и издание учебного пособия.

4. Подготовка предложений по созданию системы повышения квалификации руководителей и персонала ОП.

Основные мероприятия пройдут в 4 регионах РФ: в г. Санкт-Петербурге, в Нижегородской, Томской и Новгородской областях, где для представителей ОП будут проведены семинары по основным вопросам деятельности бизнес-ассоциаций.

В реализации проекта примут участие иностранные специалисты – преподаватели и эксперты, которые познакомят участников с опытом работы зарубежных бизнес-ассоциаций как в странах с развитой рыночной экономикой, так и в странах, находящихся на переходном этапе. ■

«ФАНДРАЙЗИНГ: ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ РЕСУРСОВ БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЯМИ»

В период с ноября 2002 г. по февраль 2003 г. в городах Нижнем Новгороде, Томске, Великом Новгороде и Санкт-Петербурге для представителей объединений предпринимателей прошли семинары на тему: «Фандрайзинг: формы и методы привлечения ресурсов российскими бизнес-ассоциациями». Семинары были проведены в рамках Целевой Программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей», проект «Обучение лидеров и персонала объединений предпринимателей».

Цели семинаров:

- знакомство с технологией привлечения ресурсов для обеспечения деятельности ОП;

- информация об основных программах Фонда Евразия, требованиях к проектам и оформлению заявки на грант.

В семинарах приняли участие представители 62 объединений предпринимателей.

На «круглых столах» с участием представителей органов власти и региональных структур поддержки предпринимательства были обсуждены актуальные задачи развития ОП и основные направления взаимодействия с властью для решения проблем предпринимательского сообщества. ■



НОВЫЙ САЙТ ДЛЯ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Объединения предпринимателей занимают особое место в системе поддержки предпринимательства. Исследования, проведенные Институтом предпринимательства и инвестиций при финансовой поддержке Агентства США по международному развитию (USAID), показали, что одной из проблем, мешающих развитию ОП, является недостаток информации и ограниченные возможности для коммуникаций и обмена опытом работы. Решению этой проблемы будет способствовать новый web-сайт «Российские объединения предпринимателей» (www.smb-support.ru), созданный Институтом предпринимательства и инвестиций в рамках целевой программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей».

ЗАДАЧИ САЙТА:

- размещение информации, ориентированной на потребности российских объединений предпринимателей;
- создание условий для установления контактов между ОП;
- организация диалога по актуальным вопросам развития предпринимательства и объединений предпринимателей.

ПРЕДМЕТОМ ОБСУЖДЕНИЯ на сайте являются:

- место и роль ОП в системе поддержки предпринимательства;
- направления и перспективы развития ОП;
- проблемы, мешающие развитию предпринимательства и ОП, и возможные пути их решения;
- организация диалога между ОП и органами власти с целью создания благоприятных условий для развития предпринимательства и другие вопросы.

СТРУКТУРА САЙТА включает следующие разделы:

Новости — информация о текущих событиях в сфере поддержки предпринимательства и развития ОП;

Аналитика — анализ современного состояния ОП;

Опыт — практика работы российских и зарубежных бизнес-ассоциаций;

Презентации и интервью — подробный рассказ о конкретных ОП (история создания, членская база, внутренняя организация, внешние связи, направления деятельности, успехи и достижения); интервью с лидерами ОП и другими квалифицированными экспертами;

Поддержка — информация о программах поддержки ОП;

Законодательство — нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность ОП; новости законодательства по предпринимательству с комментариями специалистов;

Форум — возможность высказать свое мнение по актуальным вопросам предпринимательства и деятельности ОП;

База данных с возможностью поиска нужного ОП по названию и/или региону;

Библиотека — перечень изданий и публикаций по вопросам деятельности ОП и поддержки предпринимательства;

Ресурсы Интернет — перечень web-сайтов с информацией об ОП.

На сайте размещена **Анкета**, заполнив которую можно направить информацию о своем объединении в электронную базу данных.

Мы надеемся, что этот сайт станет надежным помощником российских ОП в решении стоящих перед ними задач.

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ВСЕХ, КОМУ НЕ БЕЗРАЗЛИЧНЫ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И РОССИЙСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ!