

ПЯТАЯ ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Несмотря на существующие проблемы, малый бизнес развивается и вносит все больший вклад в экономику России. За последние годы предпринимательскому сообществу удалось добиться должного внимания к этой сфере со стороны государства, региональных и муниципальных органов власти, представителей крупного бизнеса. Существенный вклад вносят ежегодные Всероссийские конференции представителей малых предприятий.

Глубокая проработка ключевых проблем развития малого бизнеса, консолидация предпринимательского сообщества, привлечение к этим проблемам внимания властных структур и выработка конкретных рекомендаций являются стимулом для дальнейших действий в данном направлении.

Проведение Всероссийских конференций по проблемам административных барьеров, регулирования предпринимательской деятельности, ресурсной поддержки малого предпринимательства, взаимодействия малого и крупного бизнеса позволило привлечь к ним внимание государства и добиться принятия соответствующих решений.

Однако на практике принятые решения выполняются не полностью, а по ряду направлений приводят не к улучшению, а к ухудшению условий развития предпринимательства.

Поэтому, учитывая, что приступает к работе новый состав Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и предстоят выборы Президента России, необходимо оценить результаты государственной политики в сфере поддержки малого предпринимательства, наметить меры на будущее, сформировать предпринимательский наказ новому составу Государственной Думы и кандидатам в Президенты России.

Организация проведения Пятой Всероссийской конференции представителей малых

предприятий является важной акцией предпринимательского сообщества, направленной на реализацию Концепции государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства в Российской Федерации и Программы Торгово-промышленной палаты Российской Федерации «Первоочередные действия по развитию малого предпринимательства».

Особое внимание на конференции будет уделено вопросам повышения роли малого предпринимательства в ускорении роста экономики России и преодолении бедности, за чертой которой сегодня находится значительная часть населения.

Цель конференции — создание условий для эффективного развития малого предпринимательства в интересах общества и государства.

Задачи конференции:

- выявление ключевых проблем, мешающих малому предпринимательству реализовать свой потенциал и внести достойный вклад в экономику России; выработка рекомендаций по преодолению этих проблем;
- повышение социальной ответственности бизнеса перед обществом;
- обобщение опыта и поиск новых возможностей для активного участия малого предпринимательства в решении задач, связанных с преодолением бедности.

Организаторы конференции:

- Торгово-промышленная палата Российской Федерации;
- Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства;
- объединения предпринимателей.

Оргкомитет конференции сформирован на базе постоянно действующего Оргкомитета Всероссийских конференций представителей малых предприятий. Его возглавляют Президент Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Е.М. Примаков и Ми-

ИССЛЕДОВАНИЕ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКИХ
ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

И.Б. Рутковская, канд. техн. наук, ст. научн. сотр.

нистр Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства И.А. Южанов.

В состав Оргкомитета входят представители крупного бизнеса, руководители профильных комитетов ТПП РФ, представители федеральных органов законодательной и исполнительной власти, органов власти субъектов Российской Федерации и региональных структур поддержки предпринимательства.

Конференция состоится 10-11 марта 2004 г. на базе Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. В пленарных заседаниях примет участие до 300 человек.

В период подготовки конференции состоится заочная научно-практическая конференция «Малый бизнес и ускоренное развитие экономики: проблемы и перспективы», в которой смогут принять участие все желающие.

Участники заочной научно-практической конференции могут направить свои доклады в адрес Исполнительной дирекции. Авторам

наиболее интересных докладов будет предложена возможность выступить на заседаниях конференции.

Информация о конференции будет размещена на web-сайтах www.smb-support.ru, www.summit.siora.ru, www.tpprf.ru.

Оргкомитет призывает объединения предпринимателей принять активное участие в подготовке и проведении Пятой Всероссийской конференции представителей малых предприятий.

*Исполнительная дирекция
Пятой Всероссийской конференции
представителей малых предприятий*

**Материалы просим направлять по адресу:
113054, г. Москва, ул. Зацепы, д. 41
Академия Менеджмента и рынка, В.Ш. Каганов
E-mail: kaganov@smb-support.org**

ИНТЕРВЬЮ



Зоя Васильевна Шипова,
главный эксперт Департамента по
работе с объединениями предпринимателей
Торгово-промышленной палаты РФ

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Объединения предпринимателей являются неотъемлемой частью гражданского общества и важнейшим инструментом обратной связи между бизнесом и государством, предпринимателями и обществом. Так, Торгово-промышленная палата Российской Федерации является одним из крупнейших объединений предпринимателей, имеющим интегрирующий характер и реально действующим в России на протяжении многих лет.

Членами ТПП РФ являются 132 объединения предпринимателей федерального уровня, представляющие весь спектр российской экономики, и 24 коммерческие организации, осуществляю-

щие свою деятельность на федеральном и региональном уровнях.

Важнейшие направления деятельности ТПП РФ во взаимодействии с членами ТПП РФ — объединениями предпринимателей и коммерческими организациями:

- содействие развитию экономики Российской Федерации, ее интегрированию в мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной, финансовой и торговой инфраструктуры, созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности;

- консолидация усилий, направленных на расширение участия деловых кругов в законотворческой и нормотворческой деятельности, представление и защита прав

На протяжении последних пяти лет исследование российских объединений предпринимателей (ОП) является важной частью проектов, реализуемых Институтом предпринимательства и инвестиций при финансовой поддержке Фонда Евразия.

В результате проведенной работы была создана электронная база данных и в 2001 г. издан справочник «Российские объединения предпринимателей», в котором были представлены данные о 325 ОП, действующих в различных регионах России.

Эти данные были получены в результате анкетирования, позволившего сформиро-

вать представление о видах и характеристиках ОП, основных направлениях их деятельности, целевых установках, источниках финансирования и проч.

В настоящее время база данных российских ОП размещена на web-сайте www.smb-support.ru. Она содержит информацию более чем о 400 ОП, и эта информация постоянно пополняется и обновляется.

Анализ современного состояния российских ОП, проведенный в результате мониторинга базы данных «Российские объединения предпринимателей», показывает, что 41% ОП составляют общественные органи-

и интересов российских организаций, предпринимателей и их общественных объединений в вопросах регулирования и государственной поддержки предпринимательской деятельности в органах законодательной и исполнительной власти;

- взаимодействие с территориальными ТПП в вопросах мониторинга региональных проблем и действующего законодательства, устранения необоснованных ограничений и бюрократических барьеров при осуществлении предпринимательской деятельности;

- содействие развитию всех видов предпринимательской деятельности с учетом анализа социально-экономических процессов, экономических интересов субъ-

ектов Российской Федерации, отраслей народного хозяйства и предприятий;

- информационно-аналитическая работа, создание баз и банков данных, содействие установлению деловых контактов российских и зарубежных предпринимателей.

Что им уже удается делать?

Только совместными усилиями деловое сообщество может эффективно влиять на формирование и реализацию государственной политики, непосредственно участвовать в законодательных процессах, затрагивающих предпринимательство, увязывать в единый комплекс интересы государства и деловых кругов, вести решительную и бескомпромиссную борьбу за высокую репутацию рос-

сийского предпринимательства. Поэтому необходимо отметить успехи российских ОП, в первую очередь, именно в этой области.

Представители ТПП РФ и многих отраслевых объединений предпринимателей входят в состав Консультативного совета по таможенной политике при ГТК России, Правительственной комиссии по транспортной политике, Комиссии Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности, Координационного совета по разработке государственной политики в области пищевой и перерабатывающей промышленности при Минсельхозе России, Попечительского совета Федерального фонда поддержки мало-

зации, 32% — ассоциации и союзы и 27% — некоммерческие партнерства. Больше половины ОП (55%) являются межотраслевыми, 45% составляют отраслевые ОП.

Анализ качественного состава членской базы по видам деятельности членов ОП показывает, что в местных и региональных объединениях преобладают торговые предприятия, составляющие, соответственно, 45% и 39% членов.

Производственные предприятия составляют 28% членов местных ОП и 31% членов региональных ОП, а предприятия сферы услуг — соответственно, 13% и 11% членов местных и региональных ОП.

Для межрегиональных и общероссийских ОП характерно практически равномерное распределение предприятий, действующих в сфере производства товаров, оказания услуг и торговли.

Динамика изменения количественного состава членской базы ОП характеризуется тремя периодами интенсивного роста —

это 1990-1991 годы, 1996-1997 годы и 1999-2000 годы.

В остальные периоды количественный состав ОП оставался относительно стабильным.

Анализ информационных потребностей ОП показал, что только 9% опрошенных считают, что имеют возможность получать всю необходимую им информацию; 66% опрошенных имеют возможность лишь частично удовлетворить свои потребности в актуальной информации и 25% опрошенных не имеют такой возможности.

При этом большинство ОП (80%) имеет постоянный доступ в Интернет; 14% ОП — «от случая к случаю» и 6% не имеют такой возможности.

Наибольший интерес вызывает информация о специальных программах поддержки российских ОП и эффективных методах работы бизнес-ассоциаций.

Высокую заинтересованность опрошенные проявили в получении контактной инфор-

го предпринимательства и др. Опрос объединений предпринимателей — членов ТПП РФ показал, что почти 2/3 из них за последние год-полтора принимали участие в заседаниях Правительства Российской Федерации, коллегий министерств и ведомств.

Кроме того, ОП успешно используют такой эффективный инструмент совершенствования взаимодействия бизнеса и власти, как все-российские и региональные конференции и «круглые столы», организатором которых часто выступает ТПП РФ. Рекомендации, выработанные участниками этих мероприятий, направляются Президенту, Правительству, федеральным и региональным органам исполнительной и законодательной власти

и самим объединениям предпринимателей.

Успешной является деятельность ТПП РФ и российских ОП по разработке проектов законов Российской Федерации, затрагивающих интересы предпринимателей, в которой ТПП и ОП принимают непосредственное участие. Кроме того, Палата наделена правом осуществлять независимую экспертизу проектов нормативных актов в области экономики, внешнеэкономических связей, а также по другим вопросам, затрагивающим интересы бизнеса. ТПП РФ прилагает все усилия для того, чтобы с максимальной эффективностью использовать данную функцию для совершенствования законодательства в сфере предпринимательства.

Что им пока не удается и почему?

Не всегда законопроекты, разработанные ТПП РФ, объединениями предпринимателей, находят поддержку в Государственной Думе. Торгово-промышленная палата Российской Федерации исходит из того, что для изменения ситуации в сфере совершенствования законодательства необходимы последовательные действия всех заинтересованных сторон — Федерального Собрания Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, федеральных и региональных органов исполнительной и законодательной власти, органов местного самоуправления, объединений предпринимателей. ■

мации об ОП, действующих в других регионах России, а также информации о практике работы российских ОП, нормативно-правовом регулировании их деятельности и об опыте работы зарубежных бизнес-ассоциаций.

Менее всего ОП заинтересованы в получении информации об истории российских бизнес-ассоциаций.

В качестве желаемых способов получения информации 58% опрошенных назвали адресную рассылку по электронной почте; 49% предпочитают получать информацию на специализированном web-сайте; 42% желали бы получать по почте информационный бюллетень.

Значительное количество опрошенных (62%) хотело бы получать интересующую их информацию на семинарах, конференциях, «круглых столах» и других подобных мероприятиях; 47% опрошенных заинтересованы в получении консультаций.

Все это говорит о том, что, несмотря на обилие информационных ресурсов и нали-

чие у многих объединений доступа в Интернет, подавляющее большинство ОП (91% опрошенных) испытывает трудности с получением нужной им информации и хотело бы воспользоваться специализированными информационными ресурсами, ориентированными на потребности российских ОП.

Более 75% ОП выразило заинтересованность в распространении информации о своем объединении среди ОП и других организаций. Это создает для них дополнительные возможности в установлении деловых контактов и в получении интересующей их информации.

Проведенный анализ убедительно показал необходимость информационной поддержки российских ОП и актуальность создания информационных ресурсов для этой аудитории.

Все это свидетельствует о своевременности проводимых мероприятий и о правильном выборе форм информационной поддержки путем создания специализированно-

ИНТЕРВЬЮ



Владимир Викторович Був, генеральный директор Национального института системных исследований проблем предпринимательства, президент АНО «Информационно-консультационный центр «Бизнес-Тезаурус» и группы компаний «Тезаурус», главный редактор делового журнала «Первая гильдия России».

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Объединения бывают разными. Представляется, что те, которые построены по отраслевому принципу, сегодня более необходимы и эффективны, поскольку они более четко выражают деловой и профессиональный интерес, который объединяет их членов.

При «кучковании» по принципу размера бизнеса эффективным защитником (лоббистом) интересов членов объединений почему-то оказывается только «верхний» слой, объединяющий крупнейший и крупный бизнес.

Объединения среднего и малого бизнеса, особенно «раскрученные», к сожалению, в сегодняшних условиях

либо слишком политизированы, либо решают собственные проблемы без учета интересов своих членов.

Предпринимательские объединения нужны только для одного — защиты интересов своих членов: прежде всего, для защиты тех прав, которые уже предоставляет действующее законодательство, затем — для влияния на законодательство таким образом, чтобы оно эти права не ущемляло.

Какими они должны быть?

Неискусственными. Они должны вырастать снизу, иметь поддержку «сверху» — желательно, а в некоторых случаях (чаще — критических) даже обязательно, но основа, «базовый ин-

го web-сайта, формирования электронной базы данных и издания информационного бюллетеня.

Это позволяет обеспечить максимальный охват адресной аудитории и свободный доступ к актуальной информации.

Изучение потребностей руководителей и персонала ОП в обучении (повышении квалификации) показало, что 98% опрошенных выразили заинтересованность в обучении. Наибольший интерес у руководителей ОП вызвали следующие направления (темы) обучения:

- механизмы представления и защиты интересов членов ОП в органах власти;
- формирование положительного имиджа ОП и работа со СМИ;
- маркетинговое планирование деятельности ОП.

Значительное число опрошенных (65%) считает полезным привлечение к проведению семинаров зарубежных специалистов, от которых они хотели бы получить более

подробную информацию о способах взаимодействия ОП с органами власти в странах Европы и создании механизмов саморегулирования.

Их также интересуют вопросы стратегического планирования, работа со СМИ и опыт зарубежных бизнес-ассоциаций.

Результаты проведенных опросов позволили оценить современное состояние российских ОП и определить основные направления поддержки для повышения их эффективности и укрепления роли в саморегулировании частного сектора. ■

За дополнительной информацией обращайтесь к директору проекта И.Б. Рутковской по адресу: 113054, г. Москва, ул. Зацепы, д. 41, Институт предпринимательства и инвестиций Тел.: (095) 955-7937/38 E-mail: rut@smb-support.org

терес» должны быть «низкими».

Первоначально же, как, наверное, и в других сферах деятельности, должно быть какое-то командное «ядро», вокруг которого завертится жизнь, и объединение начнет развиваться.

Это «ядро» должно быть финансово самостоятельным и не иметь потребности в извлечении дохода из деятельности общественного объединения.

Прибыль должна зарабатывать в собственных фирмах членов «ядра», иначе предпринимательское объединение просто не состоится, а превратится в обычную коммерческую компанию с красивым прикрытием в виде названия и некоммерческой организационно-правовой формы.

Каковы они сейчас?

К сожалению, большинство объединений предпринимателей в настоящее время — это искусственные организации, созданные «сверху» под определенные политические цели и финансируемые также «сверху», прямо или косвенно из бюджетов различных уровней.

Ряд объединений малого бизнеса, основанных на бюджетных деньгах, как раз и функционирует как структуры, извлекающие доходы из бюджета или коммерческих операций. Бизнесу от них «ни холодно ни жарко».

Что им уже удается делать?

Им удается включаться и поддерживать «пиар», когда приближаются выборы,

в связи с чем к ним начинают проявлять определенный политический интерес различные уровни власти.

Это, кстати, тоже плюс — проблемы предпринимательского сообщества хотя бы «фонят» в общественном сознании.

Что им пока не удается и почему?

Со времени появления легальных форм бизнеса в стране прошло почти 15 лет.

Результат, как говорится, «налицо».

Что нужно сделать для наиболее полного раскрытия потенциала объединений предпринимателей?

Что они могут и должны сделать сами?

РАЗВИТИЕ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ БИЗНЕСА В РОССИИ

П.В. Крючкова, канд. экон. наук

1. Что такое саморегулирование?

Саморегулирование хозяйственной деятельности — это регулирование определенных рынков и сфер деятельности самими участниками рынка, без вмешательства государства.

Если рассматривать саморегулирование в координатах «свободный рынок» — «государственное регулирование», то, в отличие от свободного рынка, саморегулирование предполагает установление определенных «правил игры» участников рынка, включая санкции за нарушение этих правил, механизмы разрешения конфликтов между самими участниками рынка, а также между участни-

ками рынка и потребителями. При саморегулировании это осуществляется самими участниками рынка без прямого вмешательства государства. Для этого они создают так называемые «организации саморегулирования», которым делегируют определенные полномочия и часть прав экономических агентов, в том числе право контроля над соблюдением «правил игры», применение санкций за нарушение этих правил и разрешение споров. Чаще всего организации саморегулирования представляют собой ассоциации с фиксированным членством.

Бизнес-ассоциацию можно считать организацией саморегулирования, если ее участ-

Чем им можно и нужно помочь?

Лучше просто не вмешиваться в их деятельность, в их развитие. Как идеал — отказаться от бюджетного финансирования в любых формах, что, понятно, сегодня вряд ли возможно (кто же просто так откажется?).

Финансироваться объединения предпринимателей должны только за счет членских и целевых взносов их участников, грантов, благотворительных пожертвований, т.е. их внебюджетных и некоммерческих источников.

Тогда и «заказчиком» работы объединений предпринимателей реально будут их члены. А неэффективная работа объединения по защите интересов предприни-

мателей будет приводить к сокращению его членской базы.

Появится конкурентное поле для возникновения эффективных, имеющих правильные целевые установки объединений предпринимателей.

Кстати, и «поле» станет более конкурентным, не будет разрушаться бюджетными и коммерческими влияниями в «нужные», но пустые структуры.

В свою очередь, развитие рынка, дальнейший отход государства от ряда функций в пользу саморегулирующихся предпринимательских организаций будут приводить к развитию объединений предпринимателей различных масштабов и форм. ■

Жизнь — это искусство извлекать значительные выгоды из незначительных обстоятельств

С. Батлер

Здравый смысл — это реализованный опыт.

В. Швельбель

ники делегировали ей право на выполнение следующих функций:

- разработку системы правил и стандартов деловой практики;
- мониторинг соблюдения этих стандартов и правил;
- разработку и применение системы санкций за нарушение правил;
- разработку собственной процедуры внесудебного разрешения споров как между членами ассоциацией, так и с аутсайдерами (прежде всего, с потребителями).

Одной из целей организаций саморегулирования является также представительство и защита интересов делового сообщества (отраслевого или бизнеса в целом) во взаимоотношениях с государством и с другими общественными силами. В российских условиях защита интересов бизнеса во взаимоотношениях с государством чрезвычайно важна.

По сравнению с государственным регулированием саморегулирование обладает рядом потенциальных преимуществ:

- нормы саморегулирования, как правило, гибче норм, устанавливаемых государством, легче адаптируются к изменяющимся обстоятельствам и позволяют быстро заполнить имеющиеся пробелы в действующем законодательстве;
- участники рынка имеют больше возможностей воздействовать на нормотворчество и политику организаций саморегулирования, чем на политику государственных органов, в том числе путем выборов руководителей организаций саморегулирования и «голосования ногами» (если членство в организации саморегулирования является необязательным);
- механизмы разрешения споров, предусмотренные организациями саморегулирования, как правило, дешевле для сторон и занимают меньше времени, чем судебное разбирательство;
- процедуры разрешения споров лучше адаптированы к условиям конкретной сферы, чем стандартные судебные процедуры;

ИНТЕРВЬЮ



Герман Геннадьевич Князев,
заместитель председателя Совета
Некоммерческого партнерства
фармацевтических предприятий
«Партнер» (г. Нижний Новгород)

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Прежде всего, для отстаивания профессиональных интересов предпринимателей. Как показывает практика, на сегодняшний день государство не нацелено на защиту предпринимателей, поэтому для выживания, развития и процветания представителям малого и среднего бизнеса приходится самим отстаивать свои права. Но в одиночку предпринимателю трудно, а порой и небезопасно быть услышанным, поэтому самый разумный выход — объединяться для лоббирования своих интересов, решения профессиональных задач и совместного обучения честной цивилизован-

ной конкуренции. Появление объединений предпринимателей — хороший признак «выздоровления» общества.

Какими они должны быть?

Наиболее целесообразно объединяться по профессиональному признаку. У каждого бизнеса свои проблемы, а, следовательно, и свои тонкости их решения — это во-первых.

Во-вторых, объединения предпринимателей должны иметь вес и авторитет в своем секторе. А это не просто. Для этого нужны реальные победы.

Что им уже удастся сделать? Что пока не удастся и почему?

- для государства возможна экономия бюджетных средств, если определенные функции государственных органов передаются организациям саморегулирования, финансируемым самим бизнесом;
- создание организаций саморегулирования может позитивно сказаться на отношении общества к бизнесу, в том числе благодаря повышению прозрачности бизнеса;
- санкции, применяемые организациями саморегулирования к нарушителям установленных правил, при определенных условиях вызывают меньше отторжения, чем санкции, применяемые государством (нет противостояния «хороший бизнес» — «плохое государство»).

Схемы саморегулирования могут быть чрезвычайно разнообразными. Можно выделить, как минимум, три типа таких организаций, действующих в России в настоящее время:

- организации, создаваемые на основании нормативных актов, предусматриваю-

щих создание подобных организаций в определенных сферах и наделяющих такие организации определенными правами и обязанностями;

- отраслевые ассоциации, создаваемые вне специальной законодательной базы для продвижения коллективного бренда группы компаний. К таким организациям относятся, например, объединения риэлтеров, ассоциации прямых продаж и т.п.;
- межотраслевые организации, создаваемые преимущественно на уровне отдельных городов для регулирования отношений с конечными потребителями (аналоги американских Better Business Bureau). Подобные организации действуют в Санкт-Петербурге, Магнитогорске, Перми и в ряде других городов Российской Федерации.

2. Нормативная база саморегулирования

За пределами отраслевого законодательства организации саморегулирования действуют в России по принципу «разре-

Пока нам не приходится обольщаться — мало что удастся. Чиновники до сих пор воспринимают «в штыхы» сам факт существования объединений предпринимателей. Бывают случаи, когда попытка объединения решить ту или иную проблему воспринимается как «бунт на корабле». Добиваться положительных результатов в такой ситуации чрезвычайно сложно. Но все же это возможно.

Например, в 2002 году НПФП «Партнер» лоббировало на региональном уровне вопрос о снижении коэффициента вида деятельности при расчете единого налога на вмененный доход (ЕНВД). Ситуация была такова, что хлеб и молоко считались социальными товарами, и для них коэффици-

ент вида деятельности при расчете ЕНВД был равен 0,3, тогда как у аптек он был равен 1. Нашему Партнерству удалось доказать, что лекарства являются социально значимым товаром, и на 2003 год этот коэффициент для аптек был снижен в три раза.

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

Для полного раскрытия потенциала объединений предпринимателей должна созреть «среда». Гражданское общество в России должно стать цивилизованным. От самих объеди-

нений требуется активность, инициативность, открытость и желание учиться. Нужно перенимать уже имеющийся громадный опыт зарубежных бизнес-ассоциаций. Нужны тренинги и семинары для руководителей объединений предпринимателей. Не мешает и финансовая поддержка со стороны различных фондов. К слову сказать, на сегодняшний день деятельность объединений предпринимателей, получающих не только финансовую, но и информационную, и консультационную помощь, более заметна и приносит реальные плоды, в то время как остальные объединения находятся в «зародышевом» состоянии. ■

шено все, что не запрещено». С правовой точки зрения организации саморегулирования не отличаются от других бизнес-ассоциаций. Единственным законом, предоставляющим организациям саморегулирования вне зависимости от их отраслевой принадлежности особые права, является Закон РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)», вступивший в силу 11 августа 2001 года.

Закон определяет саморегулируемую организацию как «**некоммерческую организацию, созданную путем объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей и имеющую своей основной целью обеспечение добросовестного осуществления профессиональной деятельности членами саморегулируемой организации**» (статья 2).

Статья 7 данного закона устанавливает льготный режим проверок для членов са-

морегулируемых организаций, предусматривающий проверку не всех хозяйствующих субъектов данной организации, а только 10% ее членов, которых выбирает контролирующий орган. Право на особый режим контроля имеют лишь те саморегулируемые организации, уставными документами которых предусмотрена субсидиарная ответственность за ущерб, причиненный членами организации вследствие несоблюдения обязательных требований.

Пока рано говорить, насколько эта норма применима на практике. Однако анализ уставных документов действующих организаций саморегулирования показывает, что столь жесткая форма ответственности членов организации перед третьими лицами фактически не используется.

Кроме того, подзаконных актов (инструкций и проч.), подробно описывающих процедуру такого контроля (надзора) пока нет, так что организации саморегулирования даже при введении соответствующих положе-

ний в свои уставные документы могут столкнуться с проблемами, пытаясь обеспечить для своих членов упрощенный режим проверок. Помимо общих норм, положения, касающиеся деятельности организаций саморегулирования, содержатся в ряде отраслевых законодательных актов.

Существование организаций саморегулирования **в области рекламы** было установлено ст. 28 Закона РФ от 18 июля 1995 № 108-ФЗ «О рекламе». В этом законе организации подобного типа названы «организациями саморегулирования».

Закон РФ от 29 июля 1998 года № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» устанавливает правовые основы деятельности саморегулируемых организаций **в сфере оценочной деятельности**.

Деятельность организаций саморегулирования **в области аудиторской деятельности** регулируется Законом РФ от 7 августа 2001 года № 119-ФЗ «Об аудиторской

деятельности». Хотя в этом законе не используется термин «саморегулирование», профессиональные объединения аудиторов, по сути, выполняют функции саморегулируемых организаций.

Наиболее детальную регламентацию в российском законодательстве получила деятельность организаций саморегулирования **на рынке ценных бумаг**. Правовой базой для деятельности этих организаций являются: Закон РФ от 22 апреля 1996 года № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» и Постановление Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 1 июля 1997 года № 24 «Об утверждении Положения о саморегулируемых организациях профессиональных участников рынка ценных бумаг и Положения о лицензировании саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг». До ноября 2000 г. членство профессиональных участников рынка ценных бумаг в таких организациях было обязательным,

ИНТЕРВЬЮ



Юрий Алексеевич Игнатьев,
генеральный директор некоммерческого партнерства «Бюро Безупречного Бизнеса Санкт-Петербурга»

Зачем нужны объединения предпринимателей?

Объединения предпринимателей создавались ещё во времена античности и средневековья для защиты корпоративных интересов ремесленников.

По мере развития рыночных отношений в европейских странах стали появляться объединения предпринимателей, организованные не только по профессиональному признаку.

Это связано с общественно-экономическим развитием и необходимостью структурировать бизнес для упрощения его взаимоотношений с государством и обществом.

Государству выгодна структуризация бизнеса, и чем она более совершенна, тем больше полномочий государство

может передавать объединениям бизнеса.

Для стран с развитыми экономическими отношениями многие функции саморегулирования давно отданы объединениям предпринимателей, в то время как в России только недавно стал обсуждаться проект закона «О саморегулируемых организациях».

Объединения предпринимателей нужны самим предпринимателям, которые объединяются для защиты своих интересов перед государством и перед другими предпринимателями.

Они необходимы потребителям для предъявления претензий к членам таких объединений.

В Европе давно сложилась практика урегулирова-

ния конфликтов между потребителями и предпринимателями посредством обращения в соответствующие профессиональные объединения предпринимателей.

Объединения предпринимателей нужны другим общественным организациям для согласования мероприятий социального характера, в которых может участвовать бизнес.

Какими они должны быть?

Объединения предпринимателей должны иметь чётко сформулированные уставные цели и задачи, по которым предприниматель может сделать вывод о целесообразности своего вступления в данное объединение. Надо также чётко формулировать ответы на вопрос:

«Что даёт предпринимателю членство в данном объединении?».

Опыт показывает, что погоня объединения за расширением членской базы приводит к ослаблению внимания к уже имеющимся членам и несоблюдению взятых перед ними обязательств. Следствием этого может стать выход предпринимателей из объединения.

Очевидно, существует оптимальное соотношение между количеством штатных сотрудников аппарата управления, суммой финансовых поступлений от членских взносов, количеством членов объединения и услугами, предоставляемыми объединением своим членам.

Важным является формирование заинтересованности

предпринимателей в членстве в объединении, переход от ситуации «администрация — член объединения» к ситуации «предприниматель — объединению».

В настоящее время многие российские объединения предпринимателей страдают болезнью «перетягивания одеяла на себя», которая проявляется в высоком сомнении и создании своего приоритета в том или ином направлении.

К сожалению, пока бывает трудно доказать, что главным является сотрудничество объединений, а не их взаимное поглощение и создание неуправляемых «монстров».

На наш взгляд, для региональных рынков эффективными могут быть небольшие по численности объединения,

затем указом Президента РФ это положение было отменено.

3. Перспективы принятия в России специального законодательства о саморегулировании

Как уже было сказано выше, за исключением ряда отраслевых законов и закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора)» в российском законодательстве отсутствуют нормы, стимулирующие создание организаций саморегулирования, как нет и норм, которые бы тормозили или запрещали этот процесс.

В последний год активно обсуждается необходимость принятия специального законодательства о саморегулировании либо в виде отдельного нормативного акта, либо в виде поправок к Закону РФ «О некоммерческих организациях» и к Гражданскому кодексу РФ.

По мнению разработчиков, такое законодательство должно включать:

- критерии саморегулируемой организации (требования по минимальному количеству участников, ограничения по виду и территории деятельности и т.п.);
- права и функции саморегулируемой организации (объем делегирования полномочий членами организации; добровольность членства и т.п.);
- механизм делегирования полномочий государственных органов саморегулируемым организациям (обязательность или необязательность передачи полномочий по тем или иным вопросам регулирования, механизм контроля и проч.);
- механизм создания и деятельность органа по внесудебному разрешению споров между членами саморегулируемой организации, а также между членами такой организации и третьими лицами.

Эти вопросы активно обсуждаются как действующими организациями саморегулирования, так и иными заинтересованными сторонами, однако общее мнение по этим вопросам пока не выработано. ■

оперативно решающие уставные задачи.

Обязательной для любого объединения должна быть деятельность, соответствующая Кодексу добросовестной деловой практики.

В основу «Кодекса чести предпринимателя Санкт-Петербурга» положены рекомендации Европейской Ассоциации Этики Бизнеса.

Эти рекомендации требующие соблюдения этики взаимоотношений с партнёрами по бизнесу, с конкурентами, потребителями, органами власти, наёмными работниками, общественными объединениями и организациями.

Что уже удаётся делать объединениям предпринимателей?

Бесспорной является польза от консультационной помощи предпринимателям по различным вопросам их деятельности. Иногда объединениям удаётся отстаивать корпоративные интересы предпринимателей в органах власти.

Они содействуют уменьшению доли теневой экономики, улучшению качества товаров и услуг (в том числе за счёт взаимодействия с общественными организациями потребителей), повышают квалификацию предпринимателей и способствуют повышению общественного рейтинга предпринимательства.

Что им пока не удаётся и почему?

Небольшой процент предпринимателей, объединён-

ных в союзы и ассоциации, пока является основной причиной их слабого влияния на общественные институты, в том числе и на властные. Объединения пока не могут охватить большинство предпринимателей. Возможно, причина такого положения дел состоит в том, что пока наш бизнес только начинает становиться цивилизованным, постепенно выходит из тени (а что будет, если «новая волна» его опять уведет в тень?).

Пока предприниматели боятся вступать в какие-либо объединения, опасаясь, что их деятельность (подчас теневая и, может быть, не очень честная по отношению к государству) должна будет стать более прозрачной.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

МОСКОВСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Московская Ассоциация предпринимателей (МАП) является одной из старейших российских общественных организаций предпринимателей. Она была создана в 1989 году, когда рыночные преобразования в России только начинались.

Однако уже тогда наиболее дальновидные представители бизнеса осознавали, что для успешного развития предпринимательства необходимо объединение усилий, направленных на решение общих проблем — создание благоприятных внешних условий, формирование позитивного общественного мнения и взаимодействие с властными структурами.

Многие начинания Ассоциации были первыми в новейшей истории российского предпринимательства. Это и первый бизнес-клуб,

созданный в 1989 году, и первая корпоративная бизнес-газета, и первый Музей истории российского предпринимательства, и подписание первого договора о сотрудничестве между объединениями предпринимателей.

Ассоциация приняла активное участие в издании первого в России 25-томного учебного пособия «Энциклопедия малого бизнеса», а в 1999 году — к своему 10-летию юбилею — выпустила первый в России «Атлас оценки земель г. Москвы».

С 1991 года название «московская» означает не региональную принадлежность предпринимателей, являющихся членами Ассоциации, а место «прописки» её штаб-квартиры.

В настоящее время МАП развивается как межрегиональная организация, объединяю-

Характерным примером является ответ одного из предпринимателей, торгующих бытовой техникой: «Я не могу войти в «Бюро Безупречного Бизнеса», хотя вижу пути расширения рынка продаж через членство в этой организации, так как моим коллегам известно, что мы используем «серые» схемы получения товара».

Что нужно сделать для наиболее полного раскрытия потенциала объединений предпринимателей?

Что они могут и должны сделать сами?

Чем им можно и нужно помочь?

Прежде всего, необходимо доводить до каждого члена объединения преимущества участия в данном объе-

динении. Для пропаганды своей деятельности объединения должны иметь возможность проведения PR-мероприятий, которые требуют значительного финансирования.

Результаты проведения таких мероприятий должны доводиться до всех членов объединения. Показателем раскрытия потенциала объединения может служить активное участие большинства членов в деятельности объединения.

Объединения предпринимателей должны иметь стандарты своей деятельности:

- критерии членства,
- правила приёма, договор взаимных обязательств,
- сформулированную миссию,

• атрибутику (логотип, свидетельство о членстве в объединении).

На начальном этапе объединения предпринимателей нуждаются в оказании им финансовой помощи для реализации конкретных проектов, которые в дальнейшем могут стать самоокупаемыми. ■

шая более деловых людей, чья предпринимательская активность, энергия, профессионализм и нравственные качества являются основной движущей силой решения долгосрочных экономических задач страны.

Ассоциация сотрудничает с Администрацией Президента РФ, Правительством Российской Федерации, Правительством Москвы, Комитетами Государственной Думы и Совета Федерации, аппаратами полномочных представителей Президента РФ в федеральных округах, исполнительными и законодательными органами власти субъектов федерации, объединениями предпринимателей.

Сегодня это сильная общественная организация, способная защитить интересы своих членов на всех этапах развития бизнеса.

Представителей бизнеса более чем 50 регионов России, ближнего и дальнего зарубежья объединяют 27 комитетов Ассоциации. Большая членская база МАП позволяет удерживать членские взносы на достаточно низком уровне.

Ассоциация помогает предпринимателям в получении заказов, привлечении инвестиций, оказывает консалтинговые, аудиторские, юридические услуги, помогает в оптимизации бухгалтерского учета, разработке бизнес-планов, ТЭО, ведет работу по подбору и оформлению в аренду или в собственность нежилых помещений, оказывает помощь в финансировании предпринимательских проектов, в организации и налаживании бизнеса и в обеспечении его безопасности.

Совместно с зарубежными партнерами МАП реализует специальную программу кредитования, обеспечивающую поставку оборудования, в том числе с использованием лизинговых схем, а также оказывает услуги по продвижению российских товаров на зарубежный рынок.

Сформированная база данных спроса и предложений членов Ассоциации позволяет им осуществлять целевой поиск российских и зарубежных партнеров. Интернет-база инвестиционных проектов МАП позволяет пользователям бесплатно размещать свои предложения на сайте www.ivr.ru, который ежедневно посещают сотни специалистов инвестиционной сферы.

Ведущие специалисты комитета МАП по банковской деятельности, имеющие многолетний опыт работы в банковской сфере, консультируют предпринимателей по различным вопросам, возникающим в процессе хозяйственной деятельности или связанным с получением кредитов для реализации перспективных проектов.

При Ассоциации работает третейский суд, который обеспечивает оперативное и компетентное рассмотрение споров.

Пластиковые карты, выдаваемые при вступлении в МАП, обеспечивают её членам значительные скидки при авиаперелетах, в торговых и сервисных предприятиях, гостиницах и ресторанах, расположенных более чем в 30 городах России и за рубежом.

Ассоциация активно участвует в реализации крупномасштабных проектов и программ как на российском, так и на международном уровнях.

Только за последние три года были проведены инвестиционные и экономические конгрессы в США (Лас-Вегас), Австралии (Сидней), Мексике (Акапулько) и Израиле (Эйлат), Инновационный форум представителей стран Азиатско-тихоокеанского региона (АПЕК) в Москве, встреча руководителей православных государств в Вифлееме, посвященная вступлению в третье тысячелетие, и другие мероприятия.

Под эгидой Ассоциации проводятся различные конкурсы, такие как конкурс «Лучшие из лучших», «Лидер в разработке высоких технологий», конкурс среди детей на лучшую работу по экономической тематике с вручением специальных призов.

Комитет по вручению ежегодной Премии деловых кругов, созданный решением президиума Союза журналистов г. Москвы и Совета МАП, награждает журналистов, объективно освещающих вопросы экономики и предпринимательства.

Комитет по выставочной деятельности организует выставки продукции отечественных предприятий, которые проходят как в России, так и за рубежом.

Ассоциация издает ежегодные каталоги, ежемесячную газету «Московский предприниматель», тематические журналы «ИСОТ»,

«Интеграл», «Канцелярское дело», «Секретарь», информационно-методическую литературу по организации собственного дела и другим направлениям экономики и бизнеса.

Ассоциация регулярно проводит благотворительные акции, такие как вручение в День города подарков воспитанникам детских домов Москвы, которое сопровождалось массовым запуском детьми воздушных шаров с занесением этого «действия» в Книгу рекордов Гиннеса; проведение совместно с мэрией Нью-Йорка благотворительного аукциона, посвященного событиям 11 сентября 2001 года, с перечислением всех средств в фонд помощи пострадавшим.

Организуются благотворительные марафоны на ТВ в пользу детей, нуждающихся в поддержке; оказывается помощь соотечественникам за рубежом; проводятся другие мероприятия.

Пресс-служба и Клуб Ассоциации организуют деловые встречи с известными политиками, руководителями министерств и ведомств, проводят эффективные информационно-рекламные кампании. Традиционными стали ежегодные Новогодние балы в Кремлевском Дворце съездов, бизнес-пикники, проводимые в парковых ансамблях столицы (Кусково, Царицыно, сад «Эрмитаж», парк «Кузьминки» и других).

На подобных мероприятиях члены Ассоциации общаются не только между собой (что очень важно для установления деловых контактов), но и с представителями политической, деловой и культурной элиты России, руководителями органов власти всех уровней.

Совместно с Музеем истории отечественного предпринимательства Ассоциация проводит такие общественно значимые мероприятия, как вручение Ордена Славы России, который входит в реестр государственных наград.

Фонды Музея располагают экспонатами, отражающими не только прошлую, но и со-

временную историю российского предпринимательства. За время своего существования Музей стал центром, объединяющим специалистов РАН, потомков известных российских предпринимателей — Морозовых, Абрикосовых, Фирсановых, Сорокоумовских, Прохоровых, Хлудовых, Зиминных и других.

Музей принимает участие в организации научных семинаров и конференций, в подготовке телевизионных документальных фильмов, накопив большой опыт формирования позитивного отношения общества к российскому предпринимательству.

Под эгидой Ассоциации развивается Музей современного русского искусства, коллекция которого насчитывает более 300 полотен, прошедших через аукционы США и Европы.

Среди важнейших результатов деятельности Ассоциации — подготовка федеральных и региональных нормативно-правовых актов, улучшающих условия деятельности предпринимателей.

Накопленный Ассоциацией опыт решения проблем и оказания помощи предпринимателям, промышленникам и банкирам, отлаженный механизм взаимодействия с органами законодательной, исполнительной и судебной власти, общественными и предпринимательскими структурами, представителями политической и деловой элиты страны позволяют Московской Ассоциации предпринимателей и сегодня оставаться одним из ведущих российских объединений предпринимателей.

Президент Московской Ассоциации предпринимателей — Поденок Андрей Евгеньевич. ■

**Контактная информация: 109004, Москва, ул. Малая Коммунистическая, д. 22, стр. 2
Тел.: (095) 911-3839, 911-3695, 912-3976
Факс: (095) 911-3695, 912-3264
E-mail: www.rusbusiness.ru**

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ «ПАРТНЕР»

НПФП «Партнер» создано в начале 2001 года по инициативе частных и муниципальных предприятий Нижнего Новгорода, заинтересованных в упорядочении фармацевтического бизнеса и в сбалансированном подходе к формированию цен на лекарственные средства, налогообложению аптек и другим вопросам государственного регулирования этой сферы. В настоящее время Партнерство объединяет 34 юридических и физических лица, которым принадлежит около 17% аптек и аптечных пунктов, обеспечивающих более 20% розничного товарооборота фармацевтического рынка Нижегородской области.

Основными целями НПФП «Партнер» являются повышение инвестиционной привлекательности фармацевтического рынка, распространение передовых технологий и повышение качества услуг, защита прав и законных интересов предпринимателей. На общих собраниях Партнерства обсуждаются самые болезненные вопросы — формирование цен, налогообложение аптечных предприятий, отраслевые стандарты. С декабря 2003 года Партнерство ведет постоянную рубрику в нижегородской газете «Мир фармации и медицины», где представлены юридические консультации и рекомендации специалистов, обсуждаются самые острые проблемы фармацевтических предприятий.

Партнерство стремится защитить интересы участников фармацевтического рынка и наладить диалог между предпринимателями и органами власти. По его инициативе были внесены изменения в законы Нижегородской области и постановления Главы Администрации Нижнего Новгорода, в 2002 году состоялся и был выигран судебный процесс между Министерством антимонопольной политики Нижегородской области и Нижегородским областным центром контроля качества лекарственных средств по фактам поборов со стороны чиновников. Партнерство добровольно взяло на себя функции по координации

деятельности аптек (в том числе муниципальных), осуществляющих отпуск лекарственных средств по льготным рецептам. Нужно отметить, что из частных аптечных предприятий только члены Партнерства имеют разрешения на отпуск лекарств по льготным рецептам.

По результатам конкурса, проведенного в рамках целевой программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей», Партнерство получило грант на реализацию проекта «Разработка и внедрение механизма организации диалога между властью, предпринимателями и населением с использованием технологий саморегулирования». Цель проекта — повышение эффективности работы НПФП «Партнер» как действенной формы самоорганизации малого бизнеса и организация конструктивного диалога на фармацевтическом рынке Нижегородской области. Проект направлен на развитие фармацевтического рынка посредством создания равных условий для функционирования всех аптечных предприятий независимо от формы собственности. Важной задачей является защита рынка от недобросовестных и непрофессиональных участников, подрывающих доверие населения к частному аптечному бизнесу. Для решения этих задач Партнерство намерено объединить усилия частных аптек против неправомерных действий органов власти и организовать публичный диалог между властью, бизнесом и заинтересованной частью населения на страницах нижегородской СМИ.

Председатель Совета НПФП «Партнер» — Судденков Василий Иванович. ■

**Контактная информация: 603006,
г. Нижний Новгород, ул. М. Горького, д. 226,
Тел./факс: (8312) 36-45-19
E-mail: piknn@rol.ru
Http://www.farmpartner.nnov.ru**

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

БЮРО БЕЗУПРЕЧНОГО БИЗНЕСА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: АССОЦИАЦИЯ ЭТИЧНОГО БИЗНЕСА

Некоммерческое партнерство «Бюро Безупречного Бизнеса Санкт-Петербурга» было создано в 1997 г. по инициативе Общества потребителей г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Одной из уставных целей Бюро стало формирование этики отношений между бизнесом и потребителями — физическими лицами. Родиной такого типа объединений бизнеса являются США, где скоро будет отмечаться столетний юбилей национальной системы The Better Business Bureau.

В настоящее время одной из причин сдерживания экономического развития России является кризис доверия между основными субъектами потребительского рынка — предпринимателями, потребителями и институтами власти. Поэтому вопросы этики бизнеса постепенно выходят на первый план и становятся приоритетными для дальнейшего развития потребительского рынка.

За прошедшие годы «Бюро Безупречного Бизнеса Санкт-Петербурга» разработало основные элементы саморегулируемой модели взаимоотношений между предпринимателями и потребителями. Разработаны и применяются на практике этические стандарты, такие как «Кодекс чести члена объединения этического бизнеса», критерии членства в объединении, процедура проведения потребительского аудита кандидата в члены объединения, регламент внесудебного урегулирования конфликтов между предпринимателями и потребителями. На основе заключенных соглашений с общественными организациями потребителей и отделом по защите прав потребителей Администрации г. Санкт-Петербурга создана база данных жалоб потребителей, организована информационно-консультационная служба и «горячая линия» для потребителей «Советуйся до покупки!». Информация, получаемая из базы данных, передается в государственные органы контроля по

тиводействия деятельности недобросовестных производителей и продавцов, совершенствования качества товаров и услуг. Посредством СМИ Бюро регулярно информирует горожан о состоянии потребительского рынка товаров и услуг Санкт-Петербурга.

Система мониторинга потребительского рынка позволяет Бюро контролировать поведение своих членов на потребительском рынке и выполнение ими взятых на себя обязательств по обеспечению качества товаров и услуг. Тем самым приводится в действие механизм, обеспечивающий «прозрачность» членов Бюро по отношению к потребителям. В то же время это способствует продвижению на рынке участников системы добросовестного бизнеса и позволяет защищать их от неправомерных претензий потребителей.

Этика бизнеса не ограничивается взаимоотношениями предпринимателей с потребителями и охватывает взаимоотношения предпринимателей с партнерами по бизнесу, конкурентами, органами власти, наемными работниками и местным сообществом. В сотрудничестве с Санкт-Петербургским государственным университетом Бюро разработало «Кодекс чести предпринимателя Санкт-Петербурга», который в апреле 2003 года был принят на Форуме предпринимателей Санкт-Петербурга.

В сентябре 2003 года Бюро получило грант Фонда Евразия на реализацию проекта «Применение этических норм в развитии системы саморегулирования отношений между объединениями бизнеса и потребителями. Модель взаимодействия субъектов рынка». В рамках проекта создаются база данных и консультационно-информационная служба «Репутация фирмы», которые будут отслеживать поведение участников рынка по отношению к другим субъектам хозяйственной деятельности. Задача эта чрезвычайно сложная, но, учитывая

ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ КАК ИНСТИТУТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

уже накопленный опыт, она будет постепенно решаться.

Ежегодно Бюро проводит около 10 семинаров и «круглых столов» по вопросам этики предпринимательства и хозяйственной деятельности предприятий на потребительском рынке Санкт-Петербурга.

Опыт деятельности Бюро показал, что в российских условиях американская модель объединения предпринимателей такого типа может служить лишь методической основой. Само название объединения, основанное на американской модели, непривычно для России. Поэтому в настоящее время принято решение об учреждении Ассоциации Этичного Бизнеса, в составе

которой действует Бюро Безупречного Бизнеса, выполняющее информационно-консультационные и образовательные функции.

Генеральный директор некоммерческого партнерства «Бюро Безупречного Бизнеса Санкт-Петербурга» — Игнатьев Юрий Алексеевич. ■

**Контактная информация: 193060,
г. Санкт-Петербург, Смольный,
6-ой подъезд, офис 355,
Тел.: (812) 271-13-14, Факс: (812) 276-10-23
E-mail: bbb@atlant.ru**

ПОДДЕРЖКА

СЕМИНАР «МЕХАНИЗМЫ ЛОББИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ»

С 26 по 30 января в Москве состоится семинар «Механизмы лоббирования интересов предпринимателей». Это первый из четырех семинаров, проводимых в Москве в рамках целевой Программы Фонда Евразия «Содействие развитию российских объединений предпринимателей», проект «Обучение лидеров и персонала объединений предпринимателей». Ранее в четырех регионах Российской Федерации — в Томской, Нижегородской, Новгородской областях и в г. Санкт-Петербурге были проведены семинары по фандрайзингу и ключевым вопросам деятельности бизнес-ассоциаций, в которых приняли участие более 200 человек, в том числе 164 представителя ОП.

Основными участниками семинаров в Москве станут представители объединений предпринимателей, получивших гранты Фонда Евразия по результатам проведенного конкурса. На семинары приглашаются также представители других объединений предпринимателей из вышеназванных регионов и из Московской области.

Цели семинара:

- получение знаний и практических навыков по лоббированию интересов предпринимателей на местном уровне;
- подготовка предложений по использованию предпринимательского ресурса в разработке и реализации стратегических планов социально-экономического развития муниципальных образований (в соответствии с Законом РФ № 131-ФЗ от 6 октября 2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», ст. 17, ч. 1, п. 6);
- знакомство с опытом работы российских бизнес-ассоциаций в области представления и защиты интересов предпринимателей на федеральном, региональном и местном уровнях.

В программе семинара — лекционные занятия, тренинг «Подготовка предложений по разработке концепции социально-экономического развития муниципального образования», «круглые столы», встречи с представителями федеральных органов власти и руководителями крупных объединений предпринимателей. ■

В последние годы в России все чаще говорят о гражданском обществе как о «панацее» от всевластия бюрократии. В системе общественных институтов, составляющих основу гражданского общества, объединения предпринимателей занимают особое место. Они представляют наиболее активную часть общества — предпринимателей, способных самостоятельно решать свои проблемы и помогать решению проблем других людей».

Обладая определенными ресурсами, организованные предприниматели могут не только призывать общество к участию в решении тех или иных социальных проблем, но и оказать реальную помощь в их решении. Эта работа не сводится к разовым благотворительным акциям, хотя и они важны.

Социальная ответственность бизнеса заключается в его активном участии в решении самых разных проблем: от благоустройства территории и организации досуга до таких острых и болезненных, как бездомность, безпризорность, наркомания и проч.

Особая роль объединений предпринимателей заключается в том, что они являются «катализаторами» формирования в России гражданского общества. По мнению специалистов, в современной России термин «гражданское общество» носит скорее теоретический, чем практический характер.

Одной из причин является длительное господство государства над обществом. Граждане и созданные ими общественные организации практически отстранены от участия в подготовке и принятии жизненно важных для них решений.

В этой ситуации объединения предпринимателей выгодно отличаются от других общественных организаций, поскольку чаще всего они создаются для организации взаимодействия предпринимателей с государством и активного участия в подготовке нормативных

документов, определяющих условия предпринимательской деятельности. Решая эти задачи, они становятся своеобразной «школой» общественного управления, помогая гражданам приобрести бесценный опыт социальной активности и осознать возможность преодоления бюрократических барьеров.

На практике социальная ответственность объединений предпринимателей проявляется в том, что они так или иначе участвуют в решении социально-экономических проблем территории, на которой действуют. Особенно это заметно в малых городах, где местные бюджеты не способны обеспечить решение этих проблем, и власть «в добровольно-принудительном порядке» привлекает к их решению предпринимателей.

Чтобы не оказаться в положении «дойной коровы», объединениям предпринимателей необходимо систематизировать эту работу и осознанно определить свои место и роль в решении социально-экономических задач.

Одним из путей является активное участие объединений предпринимателей в разработке и реализации стратегических планов социально-экономического развития муниципальных образований. В ряде регионов России такая работа уже ведется, но сейчас это особенно актуально в связи с принятием Закона РФ № 131-ФЗ от 6 октября 2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Согласно статье 17 этого Закона, органы местного самоуправления должны принять и организовать выполнение «...планов и программ комплексного социально-экономического развития муниципального образования», обязательным компонентом которых должны стать конкретные предпринимательские проекты.

Задача объединений предпринимателей — не допустить того, чтобы эти планы были сформированы без их участия, и использовать эту возможность для лоббирования интересов местных предпринимателей, которые таким образом получают дополнительные возможности для развития бизнеса и удовлетворения потребностей населения.

Позиционируя себя как институт гражданского общества, объединения предпринимателей открывают новые возможности для формирования положительного отношения к бизнесу и предпринимателям.

Предлагая проекты, направленные на решение социальных задач, они могут обращаться за финансированием в зарубежные благотворительные организации, которые специализируются на поддержке таких проектов.

Все это позволяет объединениям предпринимателей наиболее полно реализовать свою миссию и способствовать построению в России гражданского общества.

*И.Б. Рутковская,
канд. техн. наук, ст. научн. сотр.*

АРЕНДА НЕДВИЖИМОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

А.И. Мишин, генеральный директор Центра бизнеса «Бенефит-Консалт»

Малый и средний бизнес чаще всего размещается на арендованных площадях. Насколько сложна процедура получения в аренду недвижимости, и как помочь предпринимателю в решении этой задачи? Поиск ответов на эти вопросы стал целью проекта «Содействие упрощению процедуры получения в аренду объектов недвижимости субъектами малого бизнеса», который реализовал Центр бизнеса «Бенефит-консалт» при поддержке Фонда Евразия. Авторы попытались выяснить, как предприниматели, государственные служащие и эксперты оценивают доступность и полноту информации о сдаваемой в аренду недвижимости, затраты времени и денег на оформление документов, осведомленность предпринимателя о процедуре оформления арендных отношений и возможность оптимизации этого процесса.

Для этого в Москве (Зеленоградский АО) и в Воронеже был проведен анкетный опрос предпринимателей, представителей госструктур и экспертов по вопросам аренды недвижимости. Как и ожидалось, мнения разошлись. Чиновники и эксперты, как правило, оценивали ситуацию более оптимистично, чем предприниматели. Однако и те, и другие сошлись во мнении, что процедура оформления аренды слишком сложна и запутанна, требует от предпринимателя больших затрат времени и денег, а результат

трудно прогнозировать. Случается, что, уже потратив значительные средства, предприниматель на одном из этапов получает отказ и вынужден начинать все сначала. Ситуация усугубляется невозможностью заранее получить всю необходимую информацию и четко спланировать свои действия.

Одним из путей решения проблемы является создание единой структуры для оформления всех необходимых документов по принципу «одного окна». Авторы предложили несколько схем, позволяющих оценить целесообразность создания такой структуры на базе действующей системы поддержки предпринимательства или специального государственного унитарного предприятия. По результатам исследований подготовлены методические рекомендации с описанием процедуры оформления арендных отношений и возможных проблем на каждом этапе.

Рекомендации размещены на сайте www.smb-support.ru и включают перечень нормативных актов, образцы необходимых документов и проч.

**Дополнительную информацию можно получить
в Центре бизнеса «Бенефит-Консалт»
Тел.: (095) 436-0339
E-mail: benefit@mars.rags.ru**