

Л. Слуцкий,

кандидат экономических наук,

заместитель председателя Комитета по межгосударственным делам

Государственной думы РФ

О НОВЫХ ФУНКЦИЯХ АССОЦИИРОВАННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В МАЛОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Необходимым элементом институциональной среды малого предпринимательства являются разнообразные общественные объединения его субъектов, посредством которых обеспечивается их горизонтальная интеграция. За рубежом подобные образования получили широкое распространение, объединяя около 60 % малых предприятий. Традиционными функциями ассоциаций малых предприятий (АМП) являются поддержка определенных направлений деятельности своих членов и представительство их интересов в органах государственного управления. Они координируют развитие малого предпринимательства на общенациональном и региональном уровне, обеспечивают информационную, консалтинговую и рекламную поддержку, участвуют в распределении централизованной помощи со стороны государства, организуют общества взаимного кредита и страхования, а также выполняют множество иных функций.

В России ассоциированные объединения возникли уже на ранней стадии становления малого предпринимательства. Первой такой организацией стал Московский союз кооперативов, учрежденный в августе 1988 года. В конце 1992 года в Воронеже состоялась учредительная конференция первой в стране региональной АМП – Ассоциации малых предприятий центрально-черноземного региона. За годы развития малого предпринимательства в стране сформировалась разветвленная сеть ассоциированных объединений. Наиболее крупной из них является Российская ассоциация развития малого предпринимательства, региональные отделения которой существуют в 66 регионах страны. Другой крупной общероссийской организацией является Союз малых предприятий России. Представители малого предпринимательства участвуют в работе других объединений, сформированных по отраслевому (Российское общество оценщиков, Аграрный союз, Российская ассоциация туристических агентств и т.п.) или региональному («Европейский Север», «Сибирский Союз» и др.) признакам. Всего же в России только на феде-

ральном уровне действуют около 20 ассоциированных объединений предпринимателей.

Вместе с тем, факт присутствия в сфере малого предпринимательства значительного числа ассоциированных объединений сам по себе не является свидетельством эффективности их функционирования. Решающим аргументом выступает активность участия малых предприятий в их работе, которая в нашей стране значительно уступает аналогичным зарубежным показателям. Обобщенные результаты проведенных опросов¹ показывают, что в среднем по России в деятельности каких-либо ассоциаций или союзов сегодня участвует 10-11% малых предприятий (т.е. в шесть раз меньше, чем за рубежом), а в некоторых регионах – не более 3%. Настораживает также динамика рассматриваемого показателя. В 1994 году он составлял около 22-24%, т.е. налицо сокращение активности предпринимателей более чем в два раза.

Между тем зарубежный опыт убедительно доказывает, что в рассматриваемой области предпринимательской деятельности потребность в существовании подобных объединений очень велика. Она вытекает из самих особенностей малого предпринимательства. Ограниченные собственные ресурсы не позволяют его субъектам действовать в современном рыночном пространстве так же автономно, как представителям крупного бизнеса.

В современных отечественных условиях интеграция в сфере малого предпринимательства особенно актуальна, что определяется рядом внешних и внутренних факторов:

- неразностью институциональной среды;
- ограниченностью и низкой эффективностью государственной поддержки;
- недостаточным уровнем вертикальной интеграции с представителями крупного бизнеса;
- неблагоприятной конъюнктурой и информационной непрозрачностью ресурсных рынков;
- постоянным давлением со стороны коррумпированных чиновников и криминального мира;
- низким уровнем общей культуры малого предпринимательства.

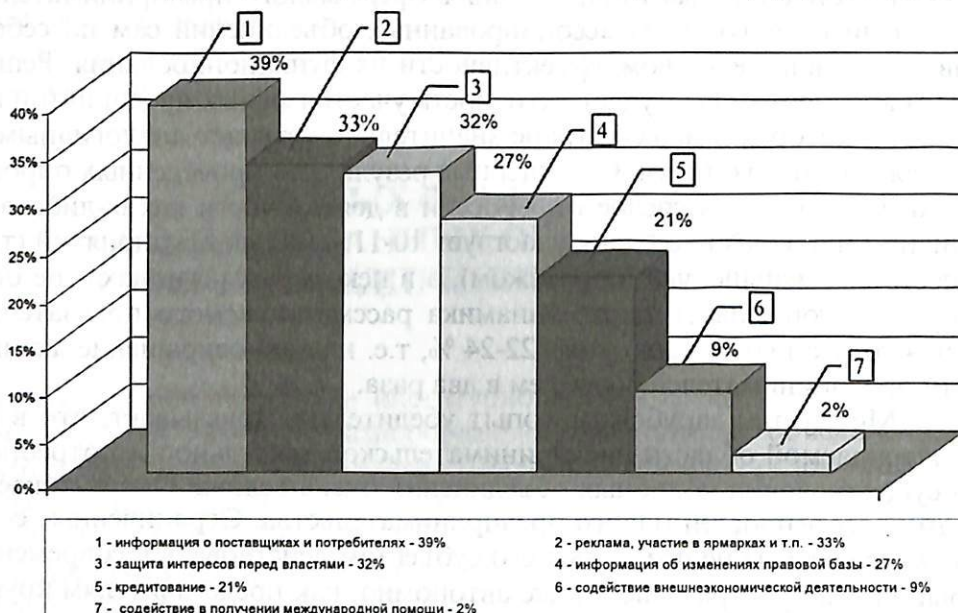
Действие перечисленных факторов ощущают все без исключения предприниматели. Большинство из них признает потенциальную целесообразность вхождения в состав специализированного ассоциированного объединения. Результаты проведенных опросов² позволяют приблизительно определить сложившуюся в настоящее время структуру спроса на соответствующие услуги ассоциации, которая представлена в следующей диаграмме.

¹ Малый бизнес в России. Аналитическое пособие. – М.: КОНСЭКО, 1998. С.330-331.

² Малый бизнес в России. Аналитическое пособие. – М.: КОНСЭКО, 1998. С.332-333.

ДИАГРАММА

Рейтинг видов поддержки со стороны общественных объединений предпринимателей



Возвращаясь к вопросу низкого уровня участия малых предприятий в деятельности АМП, можно выделить основную его причину, давно отмеченную самими предпринимателями. Опыт собственного взаимодействия или пример партнеров по бизнесу показал большинству из них невозможность получения декларируемой помощи, или ее низкую эффективность.

Попытаемся сформулировать несколько предложений, реализация которых будет способствовать изменению позиции большинства субъектов малого предпринимательства в отношении своего участия в АМП. Данные предложения касаются общих требований к организации ее работы, а также конкретных функций, направленных на использование не раскрытого в должной мере потенциала общественных организаций в рассматриваемой сфере предпринимательства.

Главным методическим требованием является, по нашему мнению, изменение самого принципа построения структурной организации АМП. Пример Российской ассоциации развития малого предпринимательства и Союза малых предприятий России показывает, что сегодня в рассматриваемой области преобладает традиционный для государственного или партийного строительства принцип «иерархической пирамиды власти». Первоначально формируется центральный аппарат (вершина пирамиды) и далее сеть региональных или отраслевых ячеек. Подобный вариант формирования организационных структур автоматически порождает бюрократические тенденции на всех уровнях управления. Штабные ин-

станции превращаются в замкнутые самодостаточные системы, ориентированные на решение собственных проблем, а не задач, поставленных перед ними членами ассоциации.

Поэтому создание АМП нового типа должно начинаться с создания территориальных организаций. Только после того, как они докажут свою состоятельность, охватив не менее 25-30 % малых предприятий города или района, можно переходить ко второй задаче и создавать региональную ассоциацию на уровне субъекта федерации. Их объединение на общегосударственном уровне будет третьим шагом. При этом штабные аппараты регионального и федерального уровня приобретают статус не «вышестоящих инстанций», а полностью подотчетных территориальным АМП координационных центров.

Схема 1

Типовая организационная структура отраслевой Ассоциации малых предприятий



самофинансируемые ведомственные структуры Ассоциации

Второе требование связано с выбором принципа объединения субъектов малого предпринимательства в ассоциацию. Нам представляется целесообразным следующий вариант. В городах и районах со значительной насыщенностью малыми предприятиями различного профиля, более

оправдан отраслевой принцип. При его реализации АМП формируется по признаку отраслевой специализации членов и имеет организационную структуру, представленную схемой 1.

В случае, если конкретный город или район имеет ограниченное число разнопрофильных малых предприятий, более целесообразно использовать межотраслевой принцип организации. Он предполагает наличие наряду со штабными и специализированными обслуживающими службами отраслевых комитетов, через которые организуются необходимые соответствующим малым предприятиям коммуникации с АМП. Этот же принцип можно использовать при формировании координационных центров регионального и федерального уровня (в случае подтверждения целесообразности этого шага). Данный вариант отражен в схеме 2.

Подробное описание рекомендуемых вариантов организационных структур не является целью настоящей статьи. Задачи некоторых входящих в них подразделений будут уточнены при рассмотрении конкретных функций АМП.

Третье требование касается определения подхода к финансированию работы аппарата АМП. Сегодня для этих целей используется два источника – членские взносы и, что особенно возмущает предпринимателей, средства выделяемые государством для поддержки малого предпринимательства. Нам представляется, что основным источником финансовых поступлений АМП нового типа должна стать плата за конкретные услуги, оказываемые как собственным членам, так и сторонним пользователям. В предложенных выше проектах организационных структур мы специально выделили «самоокупаемые» подразделения. Реализация данного предложения позволит решить несколько «больных» вопросов:

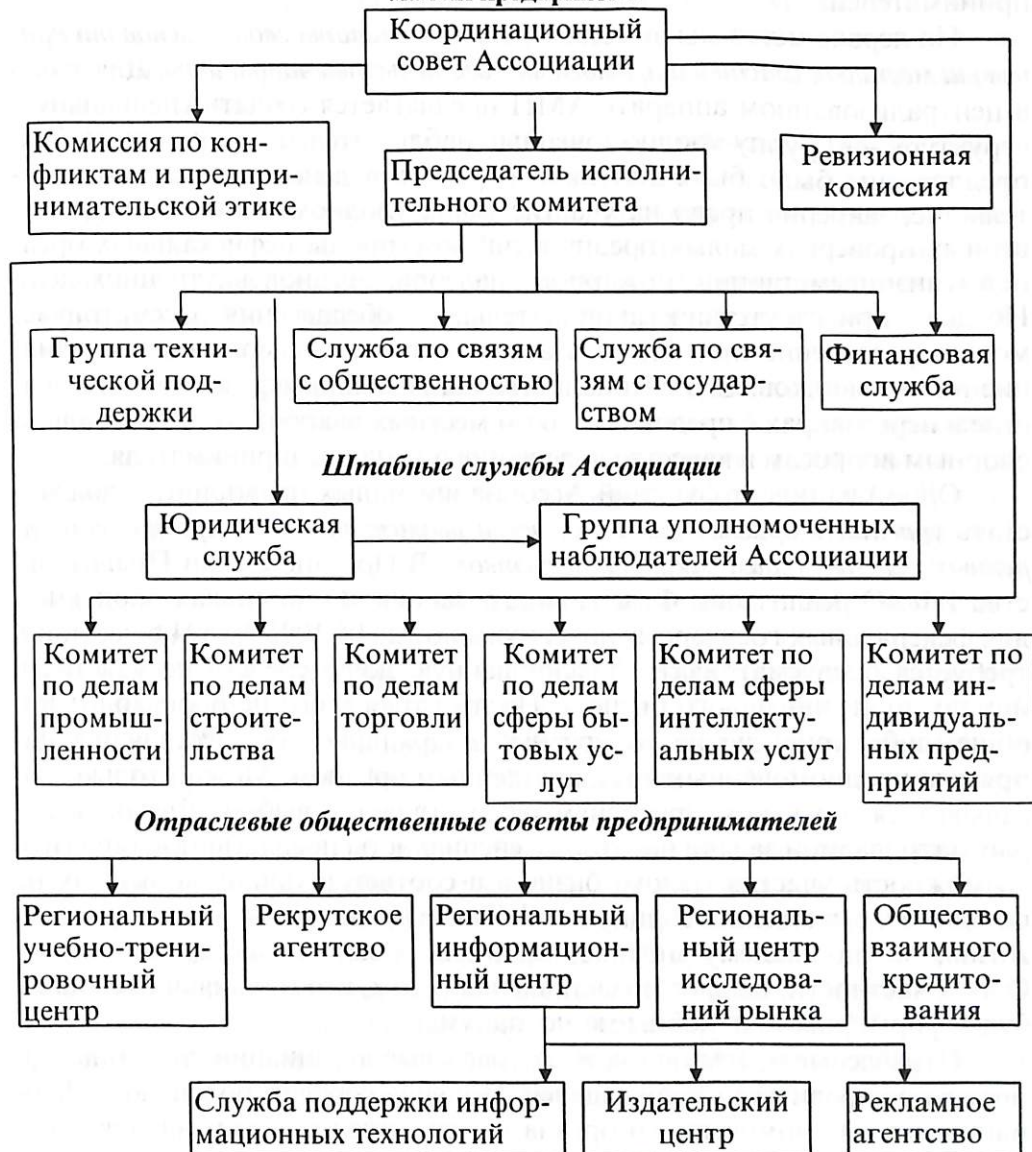
- уменьшить размеры членских взносов, сделав их доступными даже для индивидуальных предпринимателей;
- снять имеющиеся противоречия между членами АМП и ее централизованным аппаратом по поводу нецелевого использования членских взносов;
- обеспечить реализацию принципа «экономической справедливости» при получении услуг членами ассоциации («плачу только за то, что получаю»).

Четвертое требование связано с обеспечением простоты и оперативности взаимодействия малых предприятий с подразделениями ассоциации. В качестве одной из второстепенных причин отказа от членства в подобных объединениях предприниматели называют недостаток времени. Поэтому при организации структурных подразделений аппарата АМП необходимо предусмотреть возможность взаимодействия на заочной основе, например, с использованием компьютерных коммуникаций. Они пригодны не только в деятельности информационных центров в со-

стве ассоциации. Интернет успешно решает проблему оперативных ответов со стороны соответствующих служб АМП на конкретные запросы ее членов. Его можно использовать для проведения тематических конференций, голосования по текущим вопросам деятельности ассоциации, размещения рекламно-информационных материалов и т.п.

Схема 2

Типовая организационная структура региональной Ассоциации малых предприятий



самофинансируемые ведомственные структуры Ассоциации

Следующей нашей задачей является *определение приоритетных функций АМП*, отражающих имеющийся спрос со стороны существующих и потенциальных членов. Мы намеренно абстрагируемся от рассмотрения традиционных и в достаточной степени исследованных направлений деятельности – информационного обслуживания, содействия в подготовке кадров, маркетинговых, юридических услуг и т.п. Нас будут интересовать несколько новых функций, которые могли бы значительно повысить привлекательность членства в АМП для многих предпринимателей.

На первое место мы выводим *функцию защиты своих членов от произвола местных властей и прямого вымогательства чиновников*. Для этого в централизованном аппарате АМП предлагается создать специальную структуру – «Группу уполномоченных наблюдателей Ассоциации». Это предложение было бы желательно отразить в действующем законодательстве, закрепив право на участие таких уполномоченных в ведомственных проверках малых предприятий со стороны нефискальных органов (санэпидемстанции, пожарного надзора, органов внутренних дел). Но даже при отсутствии законодательного обеспечения рассматриваемое подразделение способно оказать определенное сдерживающее влияние на чиновников. Его специалисты могут, например, принимать участие в переговорах с представителями местных властей по потенциально спорным вопросам в качестве доверенного лица предпринимателя.

Одной из новых функций Ассоциаций малых предприятий должно стать *участие в привлечении ее членов к реализации ряда мер, предусмотренных действующим законодательством*. В Постановлении Правительства РФ «О реализации Федерального Закона «О поставках продукции для федеральных государственных нужд» от 26.06.1995 № 594 в части п.8 требуется предусматривать фиксированную долю средств на участие в них предприятий малого бизнеса. На практике этого не происходит вообще, либо привлечение конкретных подрядчиков осуществляется напрямую уполномоченным государственным органом. Можно только догадываться, по каким критериям осуществляется выбор. Для решения рассматриваемой задачи некоторые специалисты предлагают «допустить возможность участия малого бизнеса в соответствующих конкурсах не по одиночке, в виде консорциумов»¹. Такое предложение имеет право на жизнь, но, по нашему мнению, сформулировано недостаточно четко. Оно, в частности, не дает представления о том, кто и на каких условиях будет формировать подобные консорциумы.

Отраслевые и, тем более, межотраслевые ассоциации способны эффективно справиться с этой задачей. Получив соответствующую информацию от уполномоченного органа государственного управления о на-

¹ Глазатова М., Бухвальд Е., Виленский А. Малый бизнес в системе государственных и муниципальных закупок. – ЭКО, № 5, 2000. С.111.

личии и условиях государственного заказа, АМП самостоятельно организует тендер среди своих членов под контролем незаинтересованных в нем членов Координационного совета. При необходимости она же организует консорциум и распределяет поступивший заказ между его членами.

Очень актуальной функцией АМП может стать формирование и организация деятельности обществ взаимного кредитования, возможность существования которых уже определена действующим законодательством¹. Они хорошо зарекомендовали себя во многих странах мира, облегчая доступ малых предприятий к кредитным ресурсам. В отечественных условиях появление такого источника особенно актуально и, вместе с тем, совершенно немыслимо без участия крупных ассоциированных объединений.

На аналогичной основе при АМП могут создаваться фонды взаимного страхования, решающие сразу несколько актуальных для малого предпринимательства проблем – возмещение конкретных потерь ее членов от наступивших коммерческих или иных рисков, а также выплата единовременных компенсаций предпринимателям при ликвидации своего бизнеса по собственной инициативе. Подобный опыт имеется, в частности, в Японии².

Еще одной функцией АМП может стать организация экспертизы инвестиционных проектов, реализуемых ее членами. По мере укрепления финансовых позиций малых предприятий объективно усложняются реализуемые ими инвестиции в собственное капитальное развитие. В качестве примера можно привести «классическую» схему развития торговой фирмы – торговля с рук, аренда палатки, выкуп ее в собственность, строительство павильона или магазина. В последнем случае уже возникает потребность в технико-экономической экспертизе. Отказ от нее грозит финансовыми потерями из-за ошибок проектировщиков, завышения смет, использования недоброкачественного оборудования и т.п. Самостоятельное общение предпринимателя с экспертными органами связано с большими расходами. Поэтому данная функция АМП представляется вполне актуальной.

Другим примером функций технологической поддержки является содействие в автоматизации управления. Экономическая целесообразность реализации соответствующих технологий достаточно очевидна. Можно лишь повторить уже использованный аргумент о возможности снижения соответствующих затрат в случае централизованной организации этой работы силами и под техническим контролем АМП.

В заключение мы хотим коснуться еще одной возможной функции АМП – надзора за соблюдением ее членами предпринимательской этики и

¹ Федеральный Закон о государственной поддержке малого предпринимательства. Статья 12. – Закон, № 3, 1998. С.11.

² См., например, Экономист, № 12, 1993. С.83.

содействия повышению общей культуры бизнеса. Она не столь выгодна конкретным предприятиям, но полностью отвечает интересам малого предпринимательства и общества в целом. Эта проблема неоднократно обсуждалась самими предпринимателями. Так, в октябре 1994 года в Москве состоялась российско-австрийская конференция «Культура бизнеса: Россия и мировой опыт»¹, тема которой говорит сама за себя.

Очевидно, что обеспечить практическую реализацию задачи по «реморализации» российского малого предпринимательства не способно ни государство, ни образовательные учреждения, ни средства массовой информации. Решить ее в состоянии только сами предприниматели, оказывая друг на друга соответствующее прямое и косвенное воздействие. Необходимые организационные предпосылки способна обеспечить АМП, в состав штабного аппарата которой мы предлагаем ввести комиссию по конфликтам и предпринимательской этике. Этот общественный орган, формируемый из наиболее авторитетных членов ассоциации, способен выполнять несколько прикладных функций:

- организацию соответствующей идеологической работы;
- улаживание конфликтов между членами ассоциации, связанных с нарушением ими взаимных обязательств;
- предметное обсуждение конкретных фактов нарушения предпринимательской этики с правом выноса рекомендации об исключении виновного из членов ассоциации (отметим, что последняя функция известна в Европе уже более пяти столетий, со времен появления профессиональных гильдий, в средние века исполнявших, в том числе, и судебные функции).

Сформулированные предложения позволяют решить две важнейшие задачи. Во-первых, их реализация будет способствовать качественному развитию институциональной среды малого предпринимательства. Во-вторых, АМП могут, наконец, превратиться в реальную силу, способную стать фактором экономического и политического воздействия на государство в масштабах отдельных регионов, а затем страны в целом.

¹ Резниченко Л. Культура бизнеса. – Общество и экономика, 1995, № 1, с.42-47.