

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АССОЦИАЦИЙ БИЗНЕСА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

А.Т.Насыров, соискатель Центра экономических стратегий

Ограниченные экономические ресурсы Кыргызской Республики создают острую необходимость поиска альтернативных источников развития доходной базы. Неустойчивые тенденции развития почти во всех отраслях национальной экономики нацеливают экономическую стратегию страны на дальнейшее развитие и укрепление частного сектора; содействие развитию производственной и рыночной инфраструктур; улучшение инвестиционного климата и создание благоприятной предпринимательской среды. В этом смысле, особая роль в формировании стабильной экономики государства, при имеющихся ограничениях, отводится развитию сектора малого и среднего предпринимательства.

За более чем 15-летний опыт развития сектор МСП в Кыргызстане столкнулся с рядом проблем политического,

экономического, и организационного характера, препятствующих ведению деловой активности. Несмотря на наличие в стране программ поддержки малого и среднего предпринимательства, условия ведения бизнеса по-прежнему являются неблагоприятными. Государственные программы зачастую носят декларативный характер и оторваны от бизнеса. Отсюда, очевидным становится необходимость укрепления существующей государственной поддержки путем усиления диалога государства и бизнес-сообщества. Как показывает зарубежный опыт, одним из эффективных механизмов

оптимизации отношений государства и бизнеса рассматриваются бизнес-ассоциации.

В последнее время интерес к ассоциациям бизнеса стремительно растет. Это объясняется, прежде всего, тем, что организации предпринимателей выступают в роли посредников, призванных вести диалог о проблемах бизнеса с разработчиками экономической политики государства, цивилизованно лоббировать и отстаивать интересы бизнес-сообщества.

Ассоциации бизнеса как форма коллективного действия субъектов рынка обладают двойственным институциональным статусом. С одной стороны, они являются составляющим звеном в механизме управления экономической системой. С другой стороны, ассоциации служат одной из форм организации защиты интересов бизнеса.

Можно выделить такие основные функции ассоциаций бизнеса, как рыночная координация, предоставление услуг членским организациям и представительство интересов членских организаций.

Среди конкретных разновидностей ассоциаций бизнеса принято выделять ассоциации бизнеса, торговые палаты и альтернативные формы организации интересов.

Ассоциации бизнеса - наиболее распространенный тип. Это добровольные объединения участников какой-либо отрасли или сектора экономики. Профильной функцией является регулирование горизонтальной конкуренции среди своих членов и вертикальной конкуренции между

участниками сбытовой цепочки. Конкретными проявлениями этой функции служат распределение экспортных квот, разработка профессиональных стандартов, повышение качества выпускаемой продукции. Часто выполняют функции представительства интересов. Достаточно однородная членская база позволяет гармонизировать интересы участников, даже между конкурентами на рынке, вырабатывать согласованные позиции и коллективные интересы, представлять и продвигать эти коллективные интересы в общественном мнении и органах власти. Ассоциации бизнеса занимаются также предоставлением селективных услуг своим членам, например, организацией обмена сырьем в масштабах отрасли, обеспечением разработки и соблюдения стандартов для продукции, выпускаемой в отрасли, этических норм ведения бизнеса и др.

Одной из часто встречающихся разновидностей является ассоциация малого или среднего бизнеса, которая объединяет мелких или средних предпринимателей и оказывает им профильные услуги. В последнем случае определяющим фактором членства служит не отрасль или функция, а размер фирмы.

Торговые или торгово-промышленные палаты создаются для представительства интересов предпринимателей какого-то географического региона, критерий членства - территориальный. В принципе, все предприятия соответствующего региона вне зависимости от отраслевой принадлежности, размеров и т.д. могут быть членами конкретной палаты. Членская база отличается принципиальной разнородностью. Палате приходится примирять конфликтующие интересы компаний самых различных категорий. Общую

позицию выработать особенно трудно. По этим причинам палаты концентрируются на предоставлении своим членам наиболее необходимых для них услуг. В то же время наличие широкой членской и региональной базы делает палату особенно удобной для выполнения функций, делегируемых правительством.

В зависимости от наличия специального закона, а также принципа добровольного или обязательного членства выделяют две основные модели палаты - «континентальная» и «англо-саксонская».

В континентальной модели палаты создаются на основе отдельного закона, а членство в них является обязательным. Палаты континентальной модели обладают публично-правовым статусом. Это наделяет их определенными привилегиями в отношениях с правительством, как правило, официальным правом на консультации и выполнение функций, делегируемых палате публичной властью (Торгово-промышленная палата Кыргызской Республики).

К сильным сторонам палаты континентальной модели можно отнести высокую защищенность со стороны закона и публичной власти. Палата континентальной модели располагает гарантированным доступом в органы власти, монополией на региональное представительство и не испытывает конкуренции. В то же время континентальная модель обладает и существенными минусами: отсутствует добровольность, монополия на представительство и гарантированный доступ во власть подрывают мотивацию к эффективной работе и ориентации на спрос. Подразумеваемое обязательство представлять сбалансированную точку зрения приводит к утрате четкости в позициях, занимаемых палатой. «Патронаж» со стороны власти может

обернуться постоянным вмешательством в дела палаты.

В соответствии с англосаксонской моделью палата представляет собою добровольное объединение, не предполагающее никакого специального закона, регулирующего ее деятельность (Американская торгово-промышленная палата в Кыргызской Республике). Независимость, добровольное членство создают сильные стимулы к эффективной работе и ориентации на спрос (т.е. на интересы членских организаций); палата обладает свободой определять характер работы и набор конкретных функций, реализуемых ею. Существенным минусом является конкуренция с другими палатами за предоставление услуг и выполнение представительской функции, отсутствие надежных источников финансовых поступлений и отсутствие политического влияния.

Наряду с ассоциациями, существуют и **альтернативные формы организации интересов**. Функции представительства неорганизованных или слабо организованных интересов отдельных отраслей и секторов могут брать на себя министерства и другие правительственные ведомства. Или же в последнее время крупная фирма все чаще воспринимается как особая форма организации интересов, обладающих значительным весом в экономике и повышенной социальной значимостью. В данном случае фирма трактуется как сообщество связанных с нею разнородных участников-стейкхолдеров, в состав которых, как правило, включают акционеров, менеджмент, наемных работников, членов их семей, поставщиков и покупателей, жителей местных сообществ и т.д. Представительство интересов крупных компаний, как правило, осуществляется внутренними подразделениями соответствующего профиля министерства, так называемыми

«политическими отделами» или специализированными внешними посредниками - консалтинговыми компаниями (Отделы предпринимательства в государственных администрациях, Ассоциация нефтетрейдеров и др.).

Становление и развитие ассоциаций бизнеса в Кыргызской Республике представляется актуальным вопросом реформирования национальной экономики и имеет определенные трудности.

В Кыргызстане становление деловых сообществ и развитие ассоциаций бизнеса протекало в обстановке «тройного перехода» - к рынку, демократическим институтам, встраивания в глобальную экономику. Государство стало выступать монопольным строителем рынка и создателем сообществ бизнеса, в результате чего появилось множество слабых, фрагментированных и маловлиятельных ассоциаций бизнеса.

В развитии системы ассоциаций бизнеса в Кыргызстане условно можно выделить четыре этапа. На первом этапе (конец 1980-х - 1993 гг.) ассоциации бизнеса создавались «сверху» для центра и только потом распространялись на региональный и местный уровень, в секторы и отрасли. Но этот процесс не носил управляемого характера, а был преимущественно результатом личной инициативы. По данным Мирового банка, в первой половине 1990-х гг. немногим более половины «организаторов» ассоциаций бизнеса составляли бывшие чиновники министерств. Общепризнанная центральная ассоциация отсутствовала и между ассоциациями велась активная борьба за лидерство. Формирующееся сообщество и ассоциации бизнеса были расколоты на «новых предпринимателей» и «красных директоров». Ранние ассоциации отличались также невысоким уровнем охвата потенциальных членов.

Соперничество в отраслях и секторах соседствовало с перекрестным членством в конкурирующих ассоциациях. Большинство ранних ассоциаций представляло собой объединения, основу которых составляли узкие группы бизнесменов, сплотившиеся вокруг конкретного лидера. На первом этапе многие ассоциации бизнеса создавались как инструменты личного политического влияния своих руководителей. Ранние ассоциации отличались также низким уровнем институционализации, то есть отсутствием четкого правового статуса и легальных каналов взаимоотношений с государством.

Второй этап в развитии ассоциаций бизнеса (1994-1999 гг.) отличался особой противоречивостью. Вторая волна развития ассоциаций бизнеса принесла с собой новые тенденции. Преимущественное развитие получили отраслевые и секторные ассоциации, создававшиеся во многих случаях не «сверху», а «снизу». Соперничество между ассоциациями заметно ослабло, наметилось преодоление фрагментации в представительстве интересов в секторах и отраслях. В отличие от ранних ассоциаций ассоциации второй волны переориентируются на лоббизм интересов.

Несмотря на активное развитие ассоциаций, государство отказалось превратить их в основного посредника в отношениях с бизнесом. С середины 1990-х гг. был взят курс на легитимацию крупного бизнеса в качестве второго субъекта модернизации. Взаимоотношения государства и бизнеса стали выстраиваться преимущественно по неформальным каналам и в личных формах, что становилось источником политического фаворитизма и коррупции.

На третьем этапе (2000-2005 гг.) государству удастся вернуть себе функции ведущего агента модернизации и перевести крупный бизнес в категорию

партнера. Одновременно государство обратило внимание на ассоциации как посредника в отношениях с бизнесом. Наметились тенденции к выходу отношений с бизнесом за рамки неформальных каналов и личных форм: повышается значение ассоциаций, происходит корпоратизация, процедуры становятся более формальными или институциональными, а консультации - более регулярными в режиме совместных консультаций.

В то же время государство продолжало поддерживать выгодный для него политический баланс в отношениях с бизнесом. Были приняты превентивные меры по предотвращению появления центральной ассоциации бизнеса: на ранней стадии была остановлена попытка Союза предпринимателей Кыргызстана превратиться в представителя всех категорий бизнеса. Ниша представительства бизнеса в центре была сознательно разделена правительством между двумя ведущими ассоциациями, одна из которых была создана при содействии правительства Кыргызской Республики (Торгово-промышленная палата). Государство фактически отказалось от дальнейшей институционализации статуса ассоциаций бизнеса и отношений с бизнес-сообществом. В конечном итоге, не приняты основополагающие законы, регламентирующие деятельность ассоциаций бизнеса (Закон о союзах предпринимателей, Закон о лоббизме и др.).

Четвертый этап в развитии ассоциаций бизнеса (2005 г. и по настоящее время) начинается в связи с новым изменением политического баланса в пользу государства. После революции 2005 г. президентская власть обретает статус доминантного игрока. Начинается систематическое давление на бизнес, расширяется влияние государства в экономике, в экономической политике

правительства появляются «дирижерские» ноты. В новой модели частно-государственного партнерства бизнес лишается статуса партнера, ему отводится скорее роль поставщика ресурсов, а формулирование целей государство монопольно закрепляет за собой.

На долгосрочную перспективу отодвинута реализация проектов, предполагавших существенное повышение роли ассоциаций бизнеса: повсеместное создание саморегулирующих организаций с последующей передачей им части функций государственных органов.

Для ассоциаций бизнеса такая перспектива может означать усиление сотрудничества с государством при пониженной автономии от него. Это делает особенно актуальным освоение функций, связанных не столько с обслуживанием, сколько с развитием уже существующих секторов и сообществ. Альянс с государством, ориентированным на развитие, может выдвинуть на передний план роль ассоциаций как проводника вертикальной модернизации соответствующих отраслей и секторов (внедрение современных стандартов бизнеса, включая нормативы социальной ответственности) и производителя социального капитала (внедрение современных правил поведения внутри сообщества).

В целом кыргызские ассоциации бизнеса остаются маловлиятельными. Политическая слабость объясняется как внутренними изъянами деловых сообществ и самих ассоциаций бизнеса, так и политикой государства, стремящейся сохранить за собой роль ведущей силы в трансформационном процессе. Для отношений государства и ассоциаций бизнеса не характерна политика равноправного сотрудничества. Официальные структуры сотрудничества преимущественно выполняют

символические функции. В отношении государства к ассоциациям бизнеса реально доминирует политика сдерживания и контроля.

С другой стороны, возросший дефицит необходимых ресурсов приводит ассоциации бизнеса к потере автономии и влияния. Поэтому снижению неопределенности в этих вопросах может способствовать более четкое определение своей миссии с учетом новых возможностей и ограничений.

Очевиден факт, что в республике все еще нет государственного видения развития бизнес-ассоциаций, которое могло бы обеспечить эффективную систему государственной защиты и правового регулирования деятельности субъектов бизнеса. Проводимая государством политика в отношении бизнес-ассоциаций носит декларативный характер, предусматривает «косметические» и непоследовательные меры, которые несущественно влияют на положительный перелом в развитии ассоциаций.

Поэтому для решения проблем бизнеса и усиления роли бизнес-ассоциаций в обществе необходимо оптимизировать государственную политику и создать условия, стимулирующие развитие децентрализованных отношений государства и бизнеса, которые в свою очередь формируют соответствующее мировоззрение и поднимают престиж предпринимательства в обществе.

Библиография

1. Стратегия развития страны 2009-2011 // Специальный выпуск Администрации Президента Кыргызской Республики. - Бишкек, 2009.
2. Национальный опрос мнения предпринимателей Кыргызстана в рамках Программы ТАСИС «Развитие МСБ» // Отчет. – Б., 2006.

3. Определение нужд и потребностей бенефициариев программы ПРООН по сокращению бедности в области малого и среднего бизнеса для развития доходоприносящей деятельности // Отчет. – Б., 2006.

4. Предпринимательство и государство // Сборник научно-исследовательских проектов / Под общей ред. Л.А.Булочникова. – М., 2005.

5. Зудин А. Сравнительный анализ развития отношений на Западе и в постсоциалистических странах // Российское предпринимательство: проблемы роста. – М., 2006.

6. Паченков О., Олимпиаева И. Гражданские объединения предпринимателей в сфере малого и среднего бизнеса: