



Объединения предпринимателей как источник внешнеэкономического консультирования в РФ

М.С. Захаров

(Всероссийская академия внешней торговли)

Гражданские институты стали основой устойчивого развития современных обществ. В экономике они являются площадкой для выражения единого мнения профессиональных объединений, защиты их интересов, обмена опытом между их членами и повышения квалификации. Наша страна не стала исключением, а профессиональные сообщества предпринимателей являются наиболее активными и организованными в защите своих интересов в наиболее значимых для них областях и по наиболее значимым проблемам. Одной из таких проблем стало участие России в процессах включения экономики страны в общемировую. Как следствие, объединения предпринимателей стали чаще уделять внимание внешнеэкономическим вопросам, организовывать рабочие комитеты для их изучения, вести интенсивный диалог с органами власти, то есть консолидировать усилия для защиты интересов своих членов в ходе глобальных процессов. Одним из элементов такой защиты стало повышение уровня их внешнеэкономической экспертизы и знаний заинтересованных членов. В данной статье мы рассмотрим профессиональные объединения предпринимателей как источник внешнеэкономического консультирования. Мы также попытаемся определить механизмы повышения эффективности внешнеэкономического консультирования, определить его характерные черты в среде профессиональных объединений предпринимателей, а также провести сравнительный анализ с зарубежной практикой.

В качестве объектов исследования рассматриваются наиболее известные общественные объединения предпринимателей: Тор-

гово-промышленная палата Российской Федерации, Российский союз промышленников и предпринимателей, а также Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства “Опора России”.

В систему ТПП входит 171 территориальная торгово-промышленная палата, 192 объединения предпринимателей, 68 коммерческих организаций федерального уровня, около 350 предприятий, созданных с участием палат, 16 зарубежных представительств в 15 странах мира и 5 смешанных палат, образованных с другими странами. В общей сложности палата объединяет около 36 000 предприятий и общественных организаций, что обеспечивает ей выход на представительную аудиторию делового сообщества самого широкого отраслевого спектра. 19 июня 2002 г. на четвертом съезде ТПП РФ ее Президент Е.М. Примаков в качестве одной из 3 основных задач определил содействие интеграции российского предпринимательства в мировое экономическое пространство, в частности, в подготовке России по присоединению к ВТО. В ее структуре выделен Комитет ТПП РФ по содействию внешнеэкономической деятельности. В его деятельности заявлены направления, которые напрямую можно классифицировать как элементы внешнеэкономического консультирования:

➤ заключение соглашений с торгово-промышленными палатами иностранных государств по обмену информацией касательно национальных экспортно-импортных режимов, нормативно-законодательной базы в части экспортно-импортных операций, таможенных,



налоговых особенностей и т.д. Такая информация становится доступной членам палат;

➤ составление баз данных по участникам внешнеэкономической деятельности с целью рекомендации благонадежных внешнеэкономических партнеров. В условиях непрозрачности экономики подобная консультация может быть одинаково полезна как для отечественных, так и для зарубежных участников рынка, которые получают дополнительную возможность снизить свои риски по внешнеэкономическим операциям;

➤ разработка предложений по государственной поддержке экспорта и разработка предложений по совершенствованию внешнеэкономической политики государства. Консультации данной группы направлены на органы государственной власти, которые отвечают за разработку и проведение внешнеэкономической политики страны. Такая направленность консультирования является характерной чертой общественных организаций как источника внешнеэкономического консультирования.

Можно также отметить Комитет ТПП РФ по вопросам экономической интеграции СНГ, который выполняет схожие функции, но его консультационная поддержка ограничивается внешнеэкономическими вопросами в рамках СНГ. Детально конкретные мероприятия комитетов за отчетный период и их планы на будущее можно проследить по документу «Информация о деятельности комитетов ТПП РФ в период 2002-2006 гг.», который находится в открытом доступе на сайте палаты. Анализ мероприятий, указанным вышеперечисленными комитетами в отчете будет дан ниже.

В организационной структуре ТПП РФ также выделен Департамент внешних связей, который выполняет организационно-административные функции в области внешних связей палаты. Но его организационные механизмы являются одновременно каналами предоставления внешнеэкономического консультирования. Среди наиболее значимых таких механизмов можно выделить:

Ш зарубежные представительства ТПП. Они делятся на штатные (17¹) и внештатные (7²). Разница заключается лишь в статусе, в то время как основные задачи и функции остаются схожими. На основании их положений³ они являются двусторонним каналом консультиро-

вания, то есть могут консультировать как отечественные, так и зарубежные лица. Российские члены ТПП в праве рассчитывать на следующие виды консультационной поддержки: получение данных по конъюнктуре рынков в стране присутствия, консультирование относительно внешнеэкономического законодательства, информирование о фактах недобросовестной конкуренции и неделового партнерства, а также подбор представительством партнеров для совместной деятельности. В свою очередь, зарубежные лица могут обратиться в представительства ТПП за информацией по вопросам сотрудничества с российскими предпринимателями, внешнеэкономического регулирования в России, мероприятиям с участием российских предпринимателей в стране присутствия представительства и т.д. Примечательно, что в Положении о Представительстве Торгово-промышленной палаты Российской Федерации за границей также записано, что в его обязанности входит «поддержание в рабочем состоянии русской и на языке страны пребывания страниц интернет-сайта..., регулярное обновление содержания основных его разделов.»⁴

➤ зарубежные организации, с которыми ТПП имеет партнерские отношения и которые можно поделить на 3 категории. К первой относятся общепризнанные международные организации, ориентированные на многостороннее сотрудничество: Международная торговая палата, Международный торговый центр ЮНКТАД/ВТО, Всемирный экономический форум и т.д. Ко второй категории относятся партнерские организации зарубежных стран, имеющие двусторонние соглашения о сотрудничестве с ТПП. Это, как правило, торгово-промышленные палаты других стран, которых насчитывается около 100: Австралийская торгово-промышленная палата, Белорусская торгово-промышленная палата, Болгарская торгово-промышленная палата и т.д. К данной категории также относятся двусторонние смешанные палаты, которых сейчас насчитывается 5: Болгаро-российская ТПП, Российско-Британская торговая палата, Итало-Российская торговая палата, Польско-Российская торговая палата и Македонско-Российская торговая палата. Наконец, сюда же относятся представительства зарубежных ТПП в РФ, которых сейчас 4: Американская торговая палата в России,



Торгово-промышленная палата г. Парижа, Коммерческо-техническое бюро при Посольстве Сербии и Черногории (Представительство Торгово-промышленной палаты Сербии) и Представительство немецкой экономики в Российской Федерации. Напоминаем, что данная группа подразумевает двустороннее сотрудничество с ТПП РФ, что закреплено соответствующими документами. Между всеми вышеперечисленными организациями и ТПП РФ созданы многочисленные каналы передачи данных, которые могут быть применены их членами в практическом ключе.

➤ Организации, с которыми ТПП работает в рамках СНГ. Всевозможные встречи, конференции и выставки в рамках этого сотрудничества дают массу аналитического материала, который может быть полезен отечественным компаниям с интересами в странах СНГ. Конечно, ее необходимо структурировать и подавать таким образом, чтобы она была полезна в выработке экономических решений. Также важна реакция и желание Департамента внешних связей палаты подавать такие данные по запросам ее членов.

Таким образом, административно-организационные механизмы Департамента (представительства и представители палаты за рубежом, многостороннее сотрудничество, двустороннее сотрудничество, организации по сотрудничеству в рамках СНГ) формируют аналитический массив по разным направлениям внешнеэкономической политики с ссылками на контактные данные, конкретные мероприятия, планы и т.д. Коэффициент полезного действия от использования такой информации зависит как от палаты, так и от самих субъектов внешнеэкономической деятельности, но мы вернемся к данному вопросу позднее. Необходимо отметить, что Департамент внешних связей старается предоставлять открытое информационное сопровождение своей деятельности. Она осуществляется за счет выкладки данных на страничке Департамента на общем сайте палаты. На его страничке представлены следующие разделы: основополагающие документы, многостороннее сотрудничество, двустороннее сотрудничество, сотрудничество в рамках СНГ и зарубежные представительства. Далее идет детализация каждого раздела. Например, в разделе “двустороннее сотрудничество” мож-

но бесплатно получить контактную информацию зарубежных организаций, с которыми у палаты есть двустороннее сотрудничество, а также контакты двусторонних смешанных палат. Если воспользоваться клавишей “страны”, то выстроится список государств в алфавитном порядке, переходя по которым можно отследить последние мероприятия палаты с их представителями. Такие системы можно классифицировать как автоматизированное внешнеэкономическое консультирование. Каналы для такой поддержки созданы на основе административно-организационных механизмов Департамента.

В мае 1990 г. 24 народных депутатов СССР обратились к общественности с призывом создать новую неполитическую организацию для защиты общих интересов промышленности и науки и создания паритетных отношений между правительством, профсоюзами и производством в период масштабных перемен в стране. А в июне 1990 г. был создан Научно-промышленный союз во главе с народным депутатом СССР Аркадием Вольским, сейчас организация известна как Российский союз промышленников и предпринимателей, одним из приоритетов которой на современном этапе заявлена внешнеэкономическая политика⁵. Стоит отметить, что РСПП занимает активную позицию в определении внешнеэкономической политики страны, в нем существуют механизмы выработки экспертных оценок и их дальнейшего транслирования в деловое сообщество и государственные структуры. Часть экспертной деятельности такого рода можно классифицировать как внешнеэкономическое консультирование, направленное непосредственно на членов Союза, деловое сообщество в целом и государство. Рассмотрим основные механизмы предоставляемого консультирования и постараемся охарактеризовать каждый из них.

РСПП открыто доводит свою консолидированную точку зрения по всем актуальным внешнеэкономическим вопросам на своем сайте в разделе “позиции”. В первом квартале 2008 г. в разделе были размещены следующие документы: “Позиция РСПП-UNICE о развитии торгово-экономических отношений Россия - ЕС” и “О позиции РСПП по вопросу присоединения России к ВТО”. В документах пред-



ставлен взгляд делового сообщества по упомянутым вопросам и рассматриваются сценарии развития в рамках каждого из них. А позиция РСПП-UNICE о развитии торгово-экономических отношений Россия-ЕС представлена на русском и английском языке. Подобная информация представляет сконцентрированную информационную поддержку, которой могут воспользоваться государственные органы, отвечающие за выработку и реализацию внешнеэкономической политики, а также зарубежные предприниматели. Первым она необходима, потому что все внешнеторговые переговоры на высшем уровне проходят с целью защиты интересов именно национального делового сообщества, а вторым по причине того, что им необходимо знать мнение и планы своих российских партнеров. Документы в разделы “позиции” носят концептуальный характер, но они отражают общий настрой отечественного делового сообщества, то есть те ориентиры, в соответствии с которыми оно выстраивает свою деятельность в контексте тех или иных событий.

Детализированный взгляд по внешнеэкономическим вопросам представлен в раздел “точка зрения”. В отличие от документов в разделе “позиции” в нем выражено мнение аффилированных с РСПП лиц, а не Союза в целом. Она представлена в виде аналитических записок, статей, тезисов докладов, например: “Россия стала номером шесть в Европе по объемам потребительского рынка”⁶, “Мы становимся свидетелями энергичного выхода российских компаний на канадский рынок”⁷, “Удорожание нефти - двойной эффект для России”⁸, “Тезисы выступления на Втором Российско-Китайском экономическом форуме на высшем уровне, 6 ноября 2007 года”⁹ и т.д. Консультационная ценность такой подачи информации выражена в следующем:

➤ информация представлена специалистами, которые специально занимались поднятой тематикой. Часто в их число входят члены экспертного совета РСПП, среди которых много известных экономистов. Такого рода информация может пояснять или детализировать внешнеэкономические вопросы, поднятые в документах, отражающих общую позицию РСПП. Точка зрения специалистов часто подкреплена фактологическим материалом, является заведомо качественной, пусть даже она напол-

нена субъективным мнением. Так как материалы находятся в открытом доступе, ими могут воспользоваться в качестве заочной консультации все участники рынка, имеющие отношение к поднятому вопросу;

➤ информация часто озвучена лицами, которые работают в известных отечественных компаниях или занимали ранее руководящие посты в системе государственной власти, то есть они непосредственно влияют или влияли на процессы, по которым дают информацию. Это дает возможность определить настрой в деловой среде, спрогнозировать рыночные процессы, которые будут происходить в контексте поднятой тематики, и, соответственно, оценить возможности и риски своей организации на рынке.

Таким образом, “точка зрения” является логическим продолжением информационной поддержки РСПП, оказываемой через раздел “позиции”. Если в обоих разделах поднят один и тот же вопрос, то посетитель сможет оценить общий настрой делового сообщества, спрогнозировать его дальнейшие шаги, что напрямую может иметь отношение к функционированию его собственного предприятия на рынке. Такая консультация обезличена и не рассчитана на конкретного потребителя.

Департамент по информационной политике и связям с общественностью РСПП периодически выпускает информационную подборку, которая представляет собой выборки статей или интервью по наиболее актуальным вопросам в экономической жизни страны. Подборка делается на основе статей или интервью известных специалистов в таких изданиях, как “Коммерсантъ”, “Российская газета”, “Эксперт” или из их интервью на радио, в частности на “Эхо Москвы”. Например, в выпуске, который охватывает временной отрезок с 21 по 25 января 2008 г. рассмотрен вопрос уязвимости российского рынка в условиях глобальной экономики. Представлен текст беседы с Е.Т. Гайдаром на радиостанции “Эхо Москвы”, где он выступил в качестве гостя в программе “Большой дозор”. В том же выпуске информационной подборки РСПП рассмотрены внешние угрозы инвестиционной деятельности в условиях мирового финансового кризиса¹⁰. Стоит отметить, что персональная консультация таких специалистов может быть недоступной представителям малого и среднего бизнеса, а



в информационной подборке они могут получить взгляд руководителей научных институтов и практиков с дальнейшим применением их мнения к перспективам своего предприятия. В месяц может выходить несколько таких подборок, что указывает на ее актуальность. Такие дайджесты позволяют сэкономить время, затрачиваемое предпринимателями в обычных условиях на подбор изданий, прослушивание новостей или интересующих их передач. Фактически, Департамент по информационной политике и связям с общественностью РСПП применил инновационный подход в подаче информации, не ограничиваясь в своей подборке печатными СМИ и предлагая их компиляцию. Субъекты внешнеэкономической деятельности могут быстро просмотреть заголовки таких дайджестов и выделить время на ознакомление с интересующими их вопросами. Отметим еще раз, что консультационные механизмы, представленные в разделах “позиции”, “точка зрения”, а также информационные дайджесты носят обезличенный характер, то есть они рассчитаны на широкое распространение информации среди делового сообщества без привязки к отдельному предприятию. Руководители или владельцы предприятий сами должны отсеивать предоставляемый им материал, выбирать необходимое именно им и в дальнейшем по своему усмотрению распоряжаться полученными знаниями. Такой подход оправдан, так как общественные организации созданы для объединения предприятий разных отраслей, а не для сопровождения проектной деятельности избранных.

Но в рамках таких объединений есть механизмы, которые дают возможность для адресной консультационной поддержки. Так, в разделе “партнеры” на главной странице сайта РСПП представлены партнеры Союза, среди них 12 зарубежных организаций: Американская торговая палата, Ассоциация крупных предпринимателей Эстонии, Всеобщая конфедерация германской промышленности, Восточный клуб Польши, Европейский деловой клуб, Конфедерация британской промышленности и т.д. Благодаря такому партнерству, консультирование может развиваться по 2 направлениям:

➤ Союз и партнерские организации обмениваются информацией относительно потенци-

альных партнеров в международных проектах, внешнеторговых режимов, законодательств, внешнеэкономической инфраструктуры, аналитических разработок и т.д. Эта информация необходима непосредственно членам организаций, которые используют ее в своей проектной деятельности. В условиях рынка им часто приходится обращаться за такими данными в юридические конторы, консультационные советы и специализированные агентства. В условиях рынка также не всегда можно гарантировать компетенцию консультации, а некоторые субъекты внешнеэкономической деятельности просто не хотят делиться информацией относительно своих стратегических планов на рынке. Налаженные каналы обмена такой информацией между Союзом и его партнерскими организациями должны помочь нивелировать вышеупомянутые недостатки и риски;

➤ члены партнерских организаций сами получают доступ к интересующей их информации на основании членства. Это наименее бюрократичный и оперативный способ консультирования, который может осуществляться за счет выкладки информации в свободном доступе на основе виртуальных технологий. Иными словами, вместо того, чтобы оформлять официальный запрос через координирующие органы своей организации, они напрямую посещают сайты, виртуальные хранилища, базы данных, которые делятся на соответствующие тематики и поддерживаются в актуальном состоянии. Формируются информационные кластеры, в которых, например, РСПП открывает доступ к такой информации относительно российского рынка для своих партнеров и наоборот.

Как было показано выше, на ресурсах РСПП широко освещаются внешнеэкономические вопросы. Часть из них доводится до открытого доступа Департаментом информационной политики и общественного мнения. Но центром консультативной деятельности по внешнеэкономической тематике и координации усилий по таким вопросам можно считать Комитет торговой политике и ВТО, по крайней мере, он наиболее полно и эффективно с организационной точки зрения ведет работу по наиболее актуальным внешнеэкономическим вопросам: определение приоритетов в освещении внешнеэкономических тем, упорядочивание



информационного потока и выкладка консультаций в открытом доступе. На страничке комитета выложен план работы на ближайшее время и выборка внешнеэкономических новостей, например: “II Международный конгресс «Россия в ВТО: надежды и стратегические возможности», “Об итогах Приволжского окружного Форума “Россия в ВТО: стратегические возможности”, “Консультации РСПП и Круглого стола промышленников России и ЕС”. Но основной механизм информационной поддержки и предоставления внешнеэкономического консультирования размещен на отдельном сайте Комитета¹¹, который является самостоятельным ресурсом, посвященным именно внешнеэкономической тематике. На нем освещается деятельность рабочей группы по вступлению России в ВТО и реформе таможенной политики. Одним из самых первых разделов, который видит посетитель, является “эксперты сайта”. Полный список содержит 16 высококлассных специалистов, включая руководителя Комитета Мордашова А.А., директора Департамента торговых переговоров Минэкономразвития России Медведкова М.Ю., а также известных ученых, среди которых представлены профессора Всероссийской академии внешней торговли Долгов С.И., Дюмулен И.И. и Шумилов В.М. Такое сочетание предпринимателей, государственных служащих и научного сообщества позволяет выработать комплексную сбалансированную консультацию, которая направлена как на государственные структуры, так и на самих участников внешнеэкономической деятельности.

Технически консультация реализуется через окно обратной связи, в котором необходимо указать свое имя, адрес электронной почты, выбрать из выпадающего меню эксперта и набрать текст вопроса. Чтобы адресовать свой вопрос наиболее компетентному эксперту, можно просмотреть их биографии и области их интересов. Раздел экспертов дополняют еще несколько: “ВТО”, “законодательство” и “практика”. Каждый раздел имеет выпадающие клавиши, по которым можно посмотреть содержание подразделов и при необходимости быстро перейти к ним. Раздел ВТО представлен следующими секциями: “бизнес и ВТО”, “Россия и ВТО”. Что касается раздела, посвященного законодательству, то в нем можно скачать тексты таможенного кодекса РФ, соглашения по

ЕЭП, других действующих законов, а также посмотреть практику применения ТК. Если интересует правоприменительная практика, то она освещена в отдельном разделе “практика”: “защитные меры ВЭД” и “экспортные ограничения”. Там же размещен список контактов торгпредств, которые по закону обязаны предоставлять консультации относительно внешнеэкономического регулирования в странах присутствия, если необходима детальная информация в отношении государств присутствия. Таким образом, Комитет РСПП по торговой политике и ВТО (рабочая группа РСПП по вступлению России в ВТО и реформе таможенного законодательства) не только имеет предпосылки формирования механизмов внешнеэкономического консультирования, но и активно внедряет их. В большинстве случаев такие механизмы носят автоматизированный характер, то есть они выкладываются на информационных ресурсах в открытом доступе, освещая наиболее частые вопросы. Но наряду с такого рода обезличенным консультированием были сделаны попытки сделать его персонализированным в том плане, что вопросы внешнеэкономического сообщества адресуются конкретным специалистам. Мы, к сожалению, не можем судить об информационной отдаче, но констатируем, что консультирование в данном ключе предоставляется бесплатно, а его разработки выкладываются в архивах, создавая прецедентную историю поднятых тем. Так накапливается информация, которая может быть использована в дальнейшем. В данном ключе также можно отметить Комитет по техническому регулированию, стандартизации и оценки соответствия РСПП. Он также имеет свой выделенный сайт, на котором представлена аналитика и документы в области, часто являющейся сдерживающим фактором при выходе предприятий на международный рынок.

Среди многочисленных разделов сайта для субъектов внешнеэкономической деятельности наибольший интерес могут представлять “зарубежный опыт технического регулирования” и “работа Комитета по новому европейскому законодательству REACH”. Концепция сайта схожа с ресурсом Комитета торговой политики и ВТО, то есть он также предлагает автоматизированное консультирование в открытом доступе. Основное отличие заключается в отсутствии персонализированной кон-



сультационной поддержки, то есть у посетителя нет возможности адресовать свой вопрос конкретному специалисту. Остальные комитеты также могут касаться внешнеэкономических вопросов и предоставлять консультации по ним, но они в меньшей степени оказывают влияние на качество внешнеэкономического консультирования Союза в целом.

Пока РСПП в массовом сознании ассоциируется с интересами крупных предпринимателей, так как представители почти всех известных промышленных и финансовых групп являются его членами или участвуют в его работе. Они же возглавляют его комитеты, в рамках которых ведут работу по системным вопросам взаимоотношения бизнеса, власти и общества. В то же время основой развитой экономики служит малый и средний бизнес (SME¹²), на него в ее условиях приходится львиная доля внешнеэкономических операций. В России он также создал институты защиты своих интересов, несмотря на то, что доля малых и средних предприятий в структуре ВВП оставляет пока 15%.

Одной из самых известных организаций такого плана является «ОПОРА РОССИИ». Она объединяет 100 некоммерческих организаций, у нее действует 80 региональных отделений по всей стране, ее представители регулярно участвуют в диалоге с властью, а ее деятельность часто освещается в средствах массовой информации. Именно предприятия, являющимися ее членами, должны стать основой диверсификации экономики и экспорта отечественной продукции, так как их деятельность менее всего увязана с экспортом сырья. С одной стороны, такая задача поставлена высшим руководством страны: «Российская экономика должна перестать зависеть от экспорта сырья, заявил Владимир Путин на встрече с российской бизнес элитой в марте 2007 г. Пора заняться переработкой и выходить на зарубежные рынки с высокотехнологичной продукцией.»¹³ В то же время малые и средние предприятия, на которые возлагается надежда по диверсификации экспорта, сталкиваются со сложными вызовами на зарубежных рынках. В настоящее время против отечественной продукции 17 стран применяют антидемпинговые меры, а также 8 видов защитных мер.¹⁴ Такие барьеры для российского экспорта действуют как в отношении крупных, так и средних пред-

приятий. Но у последних гораздо меньше ресурсов, чтобы преодолеть их, соответственно, они остро нуждаются во внешнеэкономическом консультировании, проще говоря знаниях, которые помогут разобраться в правилах регулирования международной торговли и таким образом защитить свои интересы: «Мировой рынок-это сложный механизм, реализация товаров на котором под силу лишь фирмам, обладающим знаниям и опытом».¹⁵ Здесь мы рассмотрим, какие механизмы повышения внешнеэкономической грамотности «ОПОРА РОССИИ» предлагает своим членам. Сразу отметим, что внешнеэкономическое консультирование никогда не заявлялось «ОПОРОЙ» в качестве одного из приоритетных направлений. Его необходимость просто вызвана поставленной задачей диверсифицировать экономику и экспорт, поэтому мы рассмотрим лишь потенциал и первые шаги организации в качестве источника внешнеэкономического консультирования для малых и средних предприятий.

На главной странице сайта «ОПОРЫ» представлены анонсы мероприятий, которые организация проводит для своих членов. Среди них фигурируют международные проекты, организуемые или проводимые при поддержке «ОПОРЫ». Они не представляют собой системного механизма внешнеэкономического консультирования, но позволяют понять, какая внешнеэкономическая тематика поставлена организацией в приоритет на данный момент. 6 февраля 2008 г. анонсировались следующие мероприятия: Российский экономический и финансовый форум в Швейцарии, проводимый компанией ФИНАНС при поддержке «ОПОРЫ», семинар на тему «Перспективы развития российско-швейцарского делового сотрудничества», Цюрих, а также Второй Российско-Индийский Форум по торговле и инвестициям на высшем уровне. Предприниматели могут получить предварительную информацию по заявленным темам мероприятий, а также условиям участия в таких проектах. Те, которые захотят участвовать в них, получают прямое консультирование по заявленным вопросам уже на семинарах или мероприятиях форума. В качестве примера можно привести Финско-российский бизнес форум, инициатором которого была «ОПОРА РОССИИ» и Федерация финских предпринимателей, а непосредственным организатором Северо-западное Бюро по надзору



за соблюдением прав предпринимателей при “ОПОРЕ РОССИИ”. Одной из главных задач проведения форума ставилось повышение информированности и заинтересованности в сотрудничестве между российскими и финскими предпринимателями. Консультирование в виде семинаров также активно использует Минэкономразвития России. Нам представляется, что Минэкономразвития России и “ОПОРА” не дублируют друг друга, так как у них разная тематика. А преимущество семинарских занятий деловых объединений заключается в том, что их члены могут активно влиять на заявленную тематику, то есть сами определять области и акценты консультирования для себя.

Также как и РСПП “ОПОРА РОССИИ” на своем сайте представляет аналитический материал, который часто готовится с участием или при поддержке других организаций, например ВЦИОМ, Центра предпринимательства США-Россия и компании “ИНТЕРРОС”. Но подборки по внешнеэкономической тематике практически нет. Редкое исключение составляют такие выкладки, как “История защиты малого бизнеса в США”, “Микрокредитование в США” в подразделе “международный опыт”. Примечательно, что “ОПОРА” ведет такой раздел на своем сайте. Анонсы, форумы и аналитические подборки являются персонифицированным внешнеэкономическим консультированием, то есть они рассчитаны на широкую аудиторию, представители которой в дальнейшем сами отбирают то, что им интересно. Но сайт “ОПОРЫ” также предлагает и механизм персонифицированного консультирования, которое реализуется через раздел “консультации”. Указав свое имя, электронный адрес и регион, в форме обратной связи можно задать вопрос. На него отвечают эксперты “ОПОРЫ”, которые являются профессиональными юристами. В разделе также можно посмотреть архив ответов на заданные вопросы. Механизм консультирования очень напоминает тот, что использует РСПП. Анализ архива приводит к выводу, что внешнеэкономические вопросы поднимаются очень редко, в большинстве случаев идет диалог по бухгалтерским и юридическим вопросам относительно национального рынка. Вопросы и ответы отсортированы по разделам, что позволяет быстро выйти на интересующую тему.

Консультирование по индивидуальным запросам может также осуществляться через за-

рубежные партнерские организации “ОПОРЫ”: Индийская федерация ТПП и промышленности, Конфедерация Малого и среднего предпринимательства (Франция, CGPME), Центр Международного Частного Предпринимательства (CIPE), Центр предпринимательства США – Россия, Словацкое агентство развития инвестиций и торговли (Словакия, SARIO) и т.д. Принцип действия таких механизмов тот же, что используют в рамках двухстороннего сотрудничества ТПП и РСПП, поэтому мы не станем еще раз останавливаться на нем. Вопрос предоставления любых услуг зависит их администрирования, или координационных звеньев. В составе “ОПОРЫ” можно выделить Комитет по таможенному регулированию, Комитет по международным связям и комиссию по странам СНГ. В разделе каждого из них на сайте освещаются новости, имеющие отношения к их деятельности. Возможно, они оказывают непосредственное консультирование по запросам отдельных членов, но по содержанию наполнению их страничек определить это трудно. В любом случае, они являются координационными звеньями, в которых концентрируется информация по внешнеэкономическим вопросам, а ее транслирование членам “ОПОРЫ” зависит от активности и политики самих звеньев. Главное, чтобы информация не просто накапливалась в них, а распространялась среди заинтересованных субъектов внешнеэкономической деятельности.

В структуре “ОПОРЫ” необходимо выделить два представительства организации в Китае (Пекин и Шанхай) и в Европе (Швейцария, Цюрих). Их задачи напрямую классифицируются как внешнеэкономическое консультирование: юридическая поддержка, поиск и подбор делового партнера, сбор необходимой информации о каждом поставщике (год основания, годовой оборот, количество работающих, партнеры, репутация), сопровождение переговоров по согласованию контракта, а также организация визита на отобранные предприятия. Это наиболее эффективный механизм внешнеэкономического консультирования, так как представительства работают на целевом рынке и практикуют индивидуальный подход к запросам членов “ОПОРЫ”. Также представительства предоставляют консультационную поддержку зарубежным предприятиям, которые хотят выйти на российский рынок. Одним из важнейших механизмов ее предоставления



являются сайты представительств “ОПОРЫ РОССИИ”.

Для примера рассмотрим сайт представительства в Европе¹⁶. Сайт имеет приятную навигацию и структурно поделен на 3 основных раздела: “о нас”, “бизнес в России” и “мероприятия”. В первом разделе выложено детальное описание, как “ОПОРА” может представить деловые интересы зарубежного предприятия в России, а именно какие услуги она может предоставить. Они симметричны тем, которые представительство предоставляет отечественным предприятиям в Европе. Там также есть подраздел “полезные ссылки”, в котором можно получить контакты российских государственных учреждений и ведомств, посольств и торговых представительств. В разделе “бизнес в России” можно выделить возможность скачать основное российское законодательство на английском языке, просмотреть обзоры рынков, а также инвестиционные возможности в России. Наконец, в разделе “мероприятия” запланирована информация по выставкам и деловым событиям, предусмотрен их календарь. При условии постоянного наполнения и актуализации всех вышеупомянутых разделов сайт мог бы превратиться в высококлассный механизм предоставления консультационной поддержки зарубежным предприятиям. Он сделан профессионально, удобен в пользовании и подразумевает практически все темы, которые могут интересовать зарубежные предприятия при выходе на российский рынок.

У каждой вышеупомянутой общественной организации есть свой уникальный механизм оказания внешнеэкономического консультирования, который отличает ее от остальных: специализированный и уникальный в своем роде сайт комитета РСПП по торговой политике и ВТО (рабочая группа РСПП по вступлению России в ВТО и реформе таможенной политике), качественные сайты представительств “ОПОРЫ РОССИИ” за рубежом, уникальные базы данных субъектов внешнеэкономической деятельности и развитое двустороннее сотрудничество ТПП РФ. Чем больше уникальных механизмов, тем лучше, так как они дополняют, а не дублируют друг друга, и позволяют оказать консультационную поддержку по разным направлениям внешнеэкономической деятельности. Отметим, что в рамках статьи мы

не рассмотрели целый ряд деловых объединений и проектов: общероссийская общественная организация “Деловая Россия”, Московское Агентство поддержки экспорта и инвестиций (МАПЭИ), Московская экспортная инициатива, инвестиционные ворота Москвы и целый ряд отраслевых организаций по всей стране. Некоторые из них являются новыми проектами и проанализировать их деятельность пока не представляется возможным, а часть организаций функционирует по тому же принципу, что и рассмотренные нами объединения. Мы считаем, что представленный нами срез из ТПП, РСПП и “ОПОРЫ” дает общий и сбалансированный взгляд на общественные организации как источник внешнеэкономического консультирования.

Однако общественным организациям еще необходимо совершенствоваться и дополнять используемые ими механизмы, чтобы стать полноценными и востребованными источниками внешнеэкономического консультирования. Ниже мы приведем несколько рекомендаций, которые могут способствовать им в этом, ссылаясь на международный опыт, где это возможно.

Во-первых, им необходимо обнулить стоимость консультационной поддержки для своих членов и по возможности для всех заинтересованных отечественных предприятий. В России пока нет сложившихся традиций обращения за консультационным обслуживанием, соответственно, большинство компаний не закладывает расходы на него в своем финансовом планировании. Кроме того, члены уже платят членские взносы, получают часть внешнеэкономической информации в свободном доступе и без острой необходимости не станут нести расходы на дополнительные услуги. В то же время такие услуги могли бы сильно помочь им в их внешнеэкономической деятельности, но они не опробуют их, не заплатив за них, то есть получается замкнутый круг. Создается иллюзия, что отечественные предприятия мало заинтересованы во внешнеэкономической информации и сосредоточены на внутреннем рынке. Возможность платного характера услуг зафиксирована в Постановлении о представительстве ТПП. А Центр деловой информации и консультаций ТПП РФ на коммерческой основе предлагает мероприятия по продвижению компаний на целевые рынки, раз-



мещение информации о предприятии в разделе виртуальных выставок и т.д. Если отечественная компания приняла решение продвигать свою продукцию на один целевой рынок, то она не сможет даже сделать почтовую рассылку в адрес представительств иностранных государств в РФ, посольств и торгпредств России за рубежом, заграничных представительств ТПП России, иностранных партнеров ТПП и зарубежных ТПП. Рассылка 5 писем по вышеуказанным каналам в течение 3 месяцев обойдется в 1000 евро, 10 писем в течение 4 месяцев в 1250 евро, а 15 писем за 5 месяцев 1500 евро. А если компания пожелает рассмотреть возможности других рынков, то ставки возрастают в несколько раз. Такие условия выложены на сайте Центра в разделе “Продвижение российских компаний на целевые рынки за рубежом”.¹⁷

Справедливости ради надо отметить, что при продвижении продукции через ТПП ряд услуг оказывается бесплатно, но они являются дополнением к платным, что не меняет сути. Получается, что уникальные возможности партнерских каналов ТПП выхолащиваются, если предприятие не захочет оплачивать часть услуг. Регистрация на многих семинарах и конференциях, проводимых при поддержке таких организаций, также не является бесплатной. Если мы обратимся к международному опыту, то увидим, что некоммерческие организации развитых стран не только не взимают плату за свои консультационные услуги, но, наоборот, выделяют финансовую помощь своим экспортерам. Например, австралийская организация Austrade оплачивает австралийским экспортерам их расходы по съему помещений, найму специалистов и многое другое в стране импортера.¹⁸ Аналогичные организации в России часто мотивируют оплату части услуг своими собственными расходами на организационную деятельность. Такие расходы надо признать, но они могут быть перенесены с их российских членов и предприятий в целом на зарубежные. Государство заинтересовано в положительном сальдо торгового баланса, соответственно необходимо в первую очередь поддерживать отечественного экспортера. Такой механизм переноса стоимости на зарубежных контрагентов уже применяется в ряде стран. В 2002 г. правительство Швейцарии инициировало создание клуба экспертов, Pool of

Experts, который представляет собой виртуальную базу данных консультантов, способных содействовать экспорту малых и средних предприятий Швейцарии и Лихтенштейна. Проект управляется несколькими организациями, но он поддерживается правительством Швейцарии, получает финансирование от аффилированных с ним источников и продвигается через посольства и торговые представительства Швейцарии по всему миру. Источником доходов этого консультационного пула являются финансовая поддержка правительственных структур Швейцарии и регистрационные взносы, которые оплачиваются консультантами со всего мира, желающими попасть в базу данных. Малые и средние предприятия Швейцарии и Лихтенштейна могут пользоваться базой данных на бесплатной основе, то же самое может делать и любой потенциальный экспортер из другой страны, так как база консультантов вообще находится в открытом доступе на сайте.¹⁹

Существенным недостатком многих общественных организаций является слабое или неполное информационное наполнение разделов сайта по внешнеэкономической тематике. Часто созданы необходимые разделы, но информационно они пока не наполнены. Например, на сайте европейского представительства “ОПОРЫ РОССИИ” минимально заполнены такие разделы, как: “инвестиционные возможности”, “обзоры”, “выставки в России” и “календарь мероприятий”. На главном сайте “ОПОРЫ” в разделе “аналитика” практически не освещается внешнеэкономическая тематика, раздел в целом содержит только 13 постов, некоторые из которых датированы 2004 и 2005 годом. Странички комитетов, имеющих отношение к внешнеэкономическим вопросам, содержат только контакты и краткое описание деятельности самих комитетов без информации, представляющей собой консультационную ценность для предпринимателей. Возможно, комитеты предпочитают общаться напрямую с каждым предприятием, но их странички не указывают на то, что комитеты могут предложить им, зачем предпринимателям в принципе обращаться к ним. За счет выкладки информации с функциональной значимостью происходит экономия времени, так как просмотр данных в Интернет гораздо быстрее и удобнее, нежели звонки в сами комитеты, сотрудники которых, возмож-



но, очень заняты и не всегда на месте. Информация с консультационной ценностью преследует также цель спровоцировать запросы заинтересованных предприятий, то есть их инициативу, без чего невозможно осуществление новых проектов. Также «ОПОРЕ» может быть рекомендовано представить своих консультантов, которые отвечают на вопросы предпринимателей через обратную связь в разделе «консультации». Таким образом поступает комитет по торговой политике и ВТО РСПП, что показывает на высокий уровень его рекомендаций через аналогичный механизм.

При информационном наполнении разделов сайта большое значение имеет формат информации и навигация ресурса (расположение меню, клавиш и т.д.). По возможности, данные не рекомендуется выкладывать в формате PDF, который является достаточно тяжелым и неудобным для использования. А главная задача навигации быстро сориентировать посетителя сайта по расположению информации в разделах. Недочеты в области информационного наполнения есть также у ТПП Р.Ф., и у РСПП (отсутствие контактной информации зарубежных партнеров Союза, неполный список торговых представительств на сайте комитета по торговой политике и ВТО и т.д.), «ОПОРА РОССИИ» является лишь показательным примером. В качестве зарубежного опыта обратимся к сайту Европалаты²⁰. Европалата представляет интересы более чем 19 миллионов предприятий из 45 европейских стран. Она объединяет национальные общественные организации, то есть ей приходится управлять большим информационным потоком, чтобы грамотно представить его на своих носителях, в том числе и на сайте. Однако при его посещении не создается впечатления перегруженности, что позволяет быстро найти интересующие данные. Что не менее важно, информация выкладываются на регулярной основе. Также активно используются динамические карты, которые воспринимаются гораздо удобнее, чем сплошной текстовый массив. Это не сложные и всем известные приемы, которые позволяют рационально распределять актуальную информацию и управлять ею. Они рассчитаны на посетителя и облегчают его поиск, то есть качество неперсонифицированного внешнеэкономического консультирования заметно повышается.

Следующий момент имеет прямое отношение к управлению информацией, языковая поддержка. Как уже было отмечено выше, внешнеэкономическое консультирование деловых объединений часто может быть направлено на зарубежные предприятия. В свою очередь, чтобы спровоцировать интерес с их стороны, необходимо вести англоязычную версию сайтов и других средств массовой информации. В целом в Интернете наблюдается острая нехватка источников деловой информации по России на иностранных языках, а до недавнего времени можно было говорить о монополии русского языка. Такое положение недопустимо, когда много говорится о большом значении иностранных инвестиций в российскую экономику, вступлении страны в ВТО, диверсификации народного хозяйства и т.д. Зарубежные контрагенты, которые являются непосредственными участниками всего вышеперечисленного, не станут терять времени и нанимать переводчиков для ознакомления с ресурсами деловых объединений. Такая ситуация типична даже для сайтов РСПП, которые находятся на очень высоком уровне по остальным показателям. Иногда слабая языковая поддержка действует против отечественных экспортеров. Например, сайт европейского представительства «ОПОРЫ РОССИИ», который имеет большую функциональную ценность, пока представлен только на английском языке. Получается, что зарубежные компании могут воспользоваться консультационной поддержкой сайта, а отечественные организации будут в этом ограничены, так как не у всех есть соответствующая языковая подготовка. Что касается зарубежных деловых объединений, особенно европейских, то у них считается нормой делать несколько языковых версий, причем английская является сопоставима с национальной, а информация на других языках может быть размещена в сокращенном виде.

Российским общественным организациям также хотелось бы порекомендовать зарубежную практику информирования предпринимателей относительно успешных проектов, которые были реализованы с их поддержкой. Такого рода информация всегда интересна потенциальным участникам внешнеэкономической деятельности, так как они могут изучить опыт своих коллег и лучше понять, как именно объединение может быть полезно им в качестве источника внешнеэкономического консультиро-



вания. Ведение такого раздела позволяет общественной организации доказать свою эффективность, повысить свой авторитет в деловом мире. Так поступают очень многие организации в Северной Америке и Европе. Например, на Swiss Business Hub (Швейцария), такой раздел называется “Success Stories”, или “Истории успеха”. Выше было также упомянуто, что деловые объединения активно взаимодействуют с государственными органами, часто позиционируя себя как посредники между бизнесом и властью. Фактически, часть их консультирования направлена именно на государство, поэтому они также могли бы информировать деловое сообщество о законопроектах или мероприятиях, которые были приняты в результате такого консультирования. С другой стороны, наибольший эффект будет достигнут, если государственные структуры и деловые объединения выработают совместные механизмы внешнеэкономического консультирования, направленного на экспортеров и импортеров. Уже сейчас деловые объединения делают попытки сотрудничества с посольствами, торговыми представительствами и при развитии общей инфраструктуры внешнеэкономического консультирования в России такие механизмы будут развиваться дальше.

Примечания:

¹ Количество указано на официальном сайте ТПП РФ на момент 30.01.08

² Количество указано на официальном сайте ТПП РФ на момент 30.01.08

Все количественные показатели в статье ссылаются на 30.01.08

³ Положение о Представительстве Торгово-промышленной палаты Российской Федерации за границей, утверждено приказом ТПП РФ от 26 декабря 2005 г. № 92 и Положение о внештатном представи-

теле Торгово-промышленной палаты Российской Федерации за рубежом, утверждено Приказом ТПП РФ № 43 от 15 апреля 2003 года

⁴ Раздел “Основные задачи представительства”

⁵ Первая позиция в списке приоритетов, раздел “приоритеты” на главной странице сайта РСПП www.rspp.ru

⁶ Е.Е. Гавриленков, член Экспертного совета РСПП, главный экономист инвестиционной компании “Тройка Диалог”

⁷ Президент РСПП А.Н.Шохин, Тезисы выступления на заседании Российско-Канадского делового совета, Оттава, 29 ноября 2007 г.

⁸ А.Л.Ведев, член Экспертного Совета РСПП, директор центра стратегических исследований Банка Москвы

⁹ Президент РСПП А.Н.Шохин

¹⁰ Дубинин С. Инвестиции: внешние угрозы росту./ «Ведомости» от 21 января 2008 г.

¹¹ www.rspp.ru

¹² Small and - medium enterprises (англ.)

¹³ Долгов С.И. Предисловие// Технологии внешне-торговых сделок. Отв. ред. К.В. Холопов, Ю.А. Савинов. - М.: ВАВТ, 2007, с. 8

¹⁴ Там же

¹⁵ Савинов Ю.А. Формы и методы международных коммерческих операций// Технологии внешне-торговых сделок. Отв. ред. К.В. Холопов, Ю.А. Савинов. - М.: ВАВТ, 2007, с. 64

¹⁶ www.oporaeurope.com

¹⁷ <http://www.ruschamber.org/services.php?art=6416>

¹⁸ Программа носит название “Export Market Development Grants Act 1997. Act No. 57 of 1997 as amended

¹⁹ www.poolofexperts.com

²⁰ www.eurochambres.eu

