

ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИСКУССИИ

Перспективы участия российского бизнеса в содействии международному развитию в странах СНГ (на примере Киргизии и Таджикистана)

Исследовательская группа Фонда «Наследие Евразии» (под ред. Е.В. Козиевской, Е.Б. Яценко)

Басова Полина Сергеевна – к.ю.н., начальник отдела аналитических исследований Аналитического управления Аппарата Государственной думы Российской Федерации; E-mail: basovaps@duma.gov.ru

Борисенко Александр Игоревич – старший научный сотрудник Российского научно-исследовательского института экономики, политики и права (РИЭПП); E-mail: alx.borisenko@gmail.com

Емельянов Алексей Леонидович – к.псх.н., ведущий аналитик Коммуникационной группы «Актив-Медиа»; E-mail: ae2003@inbox.ru

Козиевская Елена Валерьевна – к.псх.н., директор по развитию фонда «Наследие Евразии»; E-mail: elenavk@fundeh.org

Яценко Елена Борисовна – к.т.н., президент фонда «Наследие Евразии»; E-mail: elenaby@fundeh.org

Ключевые слова: содействие международному развитию, доноры, эффективность содействия развитию, привлечение бизнеса к программам СМР.

Key words: international development assistance, donors, aid effectiveness, IDA business opportunities.

Исследование, проведенное Фондом «Наследие Евразии» в 2009 г., позволило определить состояние, перспективы и возможности, а также сферы взаимовыгодного сотрудничества между российским бизнесом и органами государственной власти в предполагаемых программах и проектах содействия международному развитию. В результате исследования выявлены основные барьеры и условия вовлечения российских компаний в программы СМР, а также запросы на оптимальные формы поддержки деятельности российского бизнеса в сфере международного развития. На основании проведенного анализа выработаны рекомендации для органов власти, российского бизнеса, неправительственных организаций и международного донорского сообщества по расширению участия российского бизнеса в программах СМР.*

Введение

Российский бизнес имеет долгосрочные проекты за рубежом, в том числе в странах СНГ (Содружества Независимых Государств¹), которые являются получателями различного рода международной технической и гуманитарной помощи. На территориях своего присутствия в странах СНГ российские компании стремятся соблюдать принципы корпоративной социальной ответственности (КСО), финансируя различные мероприятия социальной направленности. Однако эта деятельность не учитывается ни международными организациями, ни органами государственной власти самой России. Потенциал, наработанные зна-

ния и опыт российского бизнеса в настоящее время не востребованы для развития национальной программы содействия международному развитию (СМР) и не используются для продвижения общих интересов.

Бизнес и государство не рассматривают друг друга в качестве партнеров даже в формате решения конкретных задач, не говоря уже о стратегии совместной деятельности в СМР. Единичные попытки взаимодействия наталкиваются на недоверие сторон. Бизнес не верит в эффективность государственного аппарата и существующих процедур, а государство не готово выделять деньги на программы без соблюдения условия своего контроля и участия в проектах. При этом процедуры создания про-

* Перспективы участия российского бизнеса в содействии международному развитию в странах СНГ (на примере Киргизии и Таджикистана). Исследовательский проект по Контракту с ПРООН 00070881 «Содействие международному развитию. Подготовительный этап». URL: <http://www.fundeh.org/projects/41/> (дата обращения: 16.03.2011).

¹ Здесь и далее в связи с тем, что Грузия официально осталась участником большинства соглашений СНГ, предлагается не выделять ее отдельно и бывшие советские республики именовать странами СНГ.

ектов и выделения бюджетных средств на программы СМР с участием бизнеса в настоящее время не разработаны, и для того, чтобы в этой области произошли изменения, нужен прецедент, который невозможен без политической воли руководства страны.

Российский бизнес, особенно крупный, работающий, в частности, на территории Киргизии и Таджикистана, достиг такого уровня развития, который позволяет в целом говорить о возможности его привлечения к СМР. Российские компании переходят от разовых социальных рекламных и благотворительных акций к разработке стратегий социально-инновационных программ, вводят принципы прозрачности, пытаются учитывать местную специфику, реальные потребности стран, где развивают свою бизнес-активность.

Привлечение российского бизнеса к реализации задач в сфере СМР официально закреплено в Концепции участия Российской Федерации в СМР². В частности, Концепцией предусмотрено обеспечение «представителей частного сектора» информацией о возможностях развития партнерства со странами – получателями российской помощи, оказание поддержки инвесторам и экспортерам в установлении и поддержке связей с этими странами, создание условий для привлечения частного сектора к реализации проектов, осуществляемых в развивающихся странах по линии международных организаций.

В Концепции подчеркивается, что трансграничные интересы российского предпринимательства диктуют необходимость активизации его участия в СМР, особенно в странах, имеющих общие с Российской Федерацией границы, а также в странах Африки, расположенных южнее Сахары. В этой связи правительство Российской Федерации намерено координировать свои планы и действия в этих регионах с теми шагами, которые будут осуществлять российские предприниматели и их профессиональные объединения и ассоциации.

Таким образом, кроме общих фраз об оказании поддержки российскому бизнесу и не-

обходимости активизации его участия в СМР, в Концепции не определены ни механизм и формы государственной поддержки, ни меры по повышению заинтересованности тех самых «представителей частного сектора» путем предоставления преференций, ни порядок и объем предоставления информации по странам – получателям российской помощи, и т.д. До настоящего времени также ничем не регламентируются вопросы участия представителей деловых кругов в выборе приоритетных направлений помощи, в установлении каналов взаимодействия со странами – партнерами и международными организациями, в разработке механизмов доведения помощи, как на двусторонней, так и на многосторонней основе, а также в оценке результатов реализации программ помощи. Такое положение дел является вполне закономерным, если учесть, что законодательство, регулирующее вопросы поддержки российского бизнеса во внутриэкономической жизни страны, также еще далеко от совершенства.

Для того чтобы российский бизнес осознал свою заинтересованность и принимал участие в СМР, необходимо повысить эффективность использования выделяемых ресурсов, создать механизмы, интересные для всех российских акторов СМР.

Бизнес должен понимать, на какой основе он будет участвовать в программах, каков механизм их реализации, кто его партнеры в России и за рубежом при двустороннем взаимодействии со страной – получателем помощи и кто будет отстаивать национальные интересы, а следовательно, и интересы бизнеса в международных организациях при многостороннем формате.

Схема участия российского бизнеса в реализации программ СМР на сегодняшний день достаточно четко не выстроена и предполагает рассмотрение федеральными органами исполнительной власти (Минфином, Минэкономразвития, МЧС) предложений представителей бизнес-сообщества о включении в программу участия в СМР своих проектов либо об их участии в финансировании уже реализуемых или планируемых к реализации проектов. Согласно Положению о Правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции, Комиссия имеет право заслушивать представителей предпринимательского сообщества по вопросам, отнесенным к компетенции Комиссии.

² Проект Концепции разработан Министерством иностранных дел и Министерством финансов РФ, согласован с Министерством экономического развития РФ, 23 ноября 2006 г. проект был рассмотрен на заседании правительства РФ, после доработки утвержден президентом РФ 14 июня 2007 г.

Социальные практики российского бизнеса и возможности его подключения к программам содействия международному развитию (на примере Киргизии и Таджикистана)

Концепция участия Российской Федерации в содействии международному развитию включает российский бизнес в число национальных участников процесса СМР. При этом строгой классификации российского бизнеса по размеру, форме собственности, критериям соответствия участию в программах СМР и др. в Концепции нет.

Кроме того, в документе упомянуто об актуальности участия в СМР для бизнеса, который имеет предпринимательские интересы («трансграничные интересы российского предпринимательства») в странах, граничащих с РФ, а также странах Африки, расположенных южнее Сахары.

Несмотря на то что роль и место российского бизнеса в содействии развитию пока не определены, в отношении бизнеса Концепция предлагает:

- привлекать частный сектор к мероприятиям в сфере СМР, в том числе к проектам в странах-получателях и по линии международных организаций;
- определить области и формы взаимодействия с бизнесом в вопросах содействия развитию;
- реализовать первые (модельные) программы, в том числе с участием бизнеса;
- поддерживать инвесторов и экспортеров в партнерстве со странами – получателями российской помощи, предоставлять им информацию;
- координировать планы и действия правительства РФ с бизнесом в регионах предоставления помощи;
- прогнозировать объем средств, выделяемых на СМР российскими частными компаниями.

Таким образом, российский бизнес потенциально может участвовать в программах СМР в качестве партнера (на условиях софинансирования), подрядчика, источника информации, а также участника оценки эффективности проектов и процесса согласования потребностей страны – получателя средств и возможностей России как государства-донора.

Основные российские компании и их активность в Киргизии и Таджикистане

Интерес к Таджикистану и Киргизии проявляют крупнейшие российские компании:

- сырьевого сектора (ОАО «Газпром», ОАО «Газпромнефть»);
- обрабатывающей промышленности («Базовый Элемент», ОК «Российский алюминий»);
- потребительского сектора (ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания»);
- сектора услуг, или, применительно к этим двум странам, сектора высоких технологий (ОАО «МТС», ОАО «ВымпелКом», ОАО «МегаФон»), энергетики (ОАО «Интер РАО ЕЭС»/ ОАО «РусГидро»).

Несмотря на высокую привлекательность государств СНГ, уровень представленности российского бизнеса, темпы его проникновения на рынки таких стран, как Таджикистан и Киргизия, и степень бизнес-активности невысоки. А в последнее время далеко не все заявленные проекты российских компаний реализуются.

Некоторые компании (ОК «Российский алюминий») свернули начатые проекты и покинули эти страны, другие проекты не один год находятся в стадии обсуждения или разработки (ОАО «Интер РАО ЕЭС»/ ОАО «РусГидро»), третьи – попросту заморожены, находятся в подвешенном состоянии (разведка и разработка нефтегазовых месторождений).

Издержки неэкономического характера

Российский бизнес выходит на этот рынок, несмотря на имеющиеся значительные издержки неэкономического свойства, характерные для развивающихся государств. К таковым относятся:

- Политические амбиции национальной элиты государств присутствия бизнеса, которые часто не подкреплены ни экономическими, ни организационными, ни иными реалиями. Стремление использовать любую внешнюю помощь для реализации своих амбиций при игнорировании экономических оснований сотрудничества.
- Высокая конъюнктурность правящих элит в странах присутствия бизнеса, приводящая к тому, что малейшее изме-

нение политической ситуации в регионе зачастую приводит к отказу от ранее принятых обязательств и значительным рискам для бизнеса.

- Коррупция, которая даже при общем отношении бизнес-структур к этому явлению в странах своего присутствия как к накладным расходам, является значимым барьером для развития бизнеса, особенно в связи с финансовым кризисом.
- Завышенные ожидания руководства Киргизии и Таджикистана в отношении своей привлекательности для инвестиций, которые возникают из-за отсутствия у них актуальной информации. Фаворитизм при назначениях на должности приводит к тому, что чиновники боятся доводить до сведения лиц, принимающих решения в этих государствах, реальные данные о социально-политическом и экономическом состоянии государств, а независимый мониторинг отсутствует.
- Сложные психологические особенности восприятия местным населением современных реалий рыночной экономики. Они входят в противоречие с традиционным укладом жизни, со структурой общества, факторами психологического, культурного, традиционного, религиозного и другого порядка, которые регулируют сегодня взаимоотношения между различными сегментами этого общества.
- Отсутствие правоприменительной практики при существующем законодательстве.
- Отсутствие осознанной, понятной для всех участников процесса стратегии развития экономики с учетом облегчения развития бизнеса, в том числе для иностранных инвесторов.

Преимуществом российского бизнеса в этом регионе перед бизнесом третьих стран является отсутствие языкового барьера, общее историческое прошлое, зачастую общее советское образование, похожий менталитет, наличие близкой культуры ведения бизнеса и опыта его развития после развала единой страны.

Причины невысокой активности российского бизнеса

Причинами невысокой активности российского бизнеса, которые могут непосредственно влиять на степень привлекательности процесса СМР в отношении стран СНГ для российского

капитала, российского частного сектора в целом являются:

- несогласованность позиций ведомств Российской Федерации, влияющих на последовательность действий государства в отношении стран СНГ в целом;
- экстренный, чрезвычайный, избирательный, бессистемный и нерегулярный характер поддержки присутствия и действий российских компаний со стороны российского государства;
- непоследовательность и непредсказуемость органов государственной власти Таджикистана и Киргизии (нарушение договоренностей) как следствие так называемой многовекторной политики государств;
- конкуренция за рынок со стороны иностранных компаний других стран, пользующихся мощной государственной поддержкой (яркие примеры – Китай, Турция, Япония);
- в некоторых случаях непоследовательность российского бизнеса (сегодня есть интерес к региону, завтра – нет) и порой «колониальный» подход к странам СНГ («это не самостоятельные территории и не суверенные государства, а зависимые от внешних сил страны»).

В результате бизнес несет повышенные издержки, что сказывается на рентабельности, а порой приводит к прямым убыткам.

В такой ситуации говорить об участии бизнеса в проектах, ориентированных на долгосрочное развитие государств присутствия бизнеса, особенно Таджикистана и Киргизии, не приходится. Трудно убедить в участии и необходимости поддержки программ СМР компанию, не уверенную в том, что завтра будет ее бизнесом в той или иной стране. Проекты, особенно долгосрочные, сворачиваются, практический интерес к рынкам этих стран падает.

Особенности социальных практик российского бизнеса

Необходимо отметить, что общей особенностью для всех российских компаний является диспропорция между социальными практиками на территории России и практиками в сопредельных странах. Принцип один: больше проектов в России – меньше проектов в странах присутствия. Социальные практики российских компаний имеют ряд особенностей:

- Основные сферы приложения – спорт, образование, культура, в некоторых слу-

чаях поддержка социально незащищенных слоев населения, здравоохранение и защита окружающей среды.

- Часто социальные проекты, спонсорство ограничивается только регионами присутствия компании в РФ и распространяется на сотрудников компании и их семьи.
- Компании могут видеть в социальной практике способ ухода от рисков (например, возможность избежать претензий общественных организаций, специализирующихся на экологических проблемах, защите прав потребителей и т.д.).
- Большинство компаний стараются использовать и интегрировать международный опыт социальных практик, КСО, соответствовать общепринятым стандартам.
- Компании, ориентированные на массового потребителя, проводят акции и проекты, которые могут охватить большую аудиторию, дать рекламный эффект. Компании, не ориентированные на массового потребителя (например, бизнес, связанный с добычей и поставкой ресурсов и т.д.), могут не иметь большого портфеля проектов, но финансировать при этом крупные дорогостоящие программы (строительство стадионов, школ).
- Специфика многих крупных компаний, расположение их активов в регионах и опыт их деятельности в советский период как государственных/градообразующих предприятий таковы, что они не могут не заниматься социальными вопросами. С распространением идей корпоративной социальной ответственности (КСО) эти компании просто облекли свои прежние традиционные социальные практики в новую современную форму.
- Оценить реальные расходы компаний на социальные проекты сложно, цифры предоставляются редко³.

Крупный российский бизнес не первый год занимается КСО, уже накоплен определенный опыт. Компании стремятся соответствовать мировым стандартам социальной отчетности и зачастую успешны в этом. Казалось бы, компании созрели для того, чтобы освоить новую для себя практику, близкую к КСО, – участие в

СМР. Однако обстоятельства и основные мотивы перехода российских компаний к идеологии социальной ответственности бизнеса не позволяют сделать однозначный вывод о возможности автоматического перехода от КСО к СМР.

Необходимо отметить, что главной причиной развития КСО в крупных российских бизнес-структурах является рост компаний и потребность в большем объеме инвестиций. В условиях глобальной конкуренции эти инвестиции зарубежные финансово-кредитные учреждения предоставляют на более выгодных условиях, чем российские. Для улучшения своей репутации, повышения прозрачности, узнаваемости и доверия к ним российские компании стали перестраиваться под общемировые стандарты, включающие КСО. И в этой ситуации российские компании развивают КСО как один из инструментов привлечения инвестиций.

Препятствия для включения бизнеса в СМР

Анализ деятельности российских компаний в Таджикистане и Киргизии показывает, что в настоящее время существует ряд факторов, сдерживающих не только включение бизнеса в процессы СМР, но и развитие корпоративной социальной практики иностранного бизнеса на территории этих стран:

1. Существенные ограничения накладывает специфика местной среды. Социальные проекты, а тем более проекты развития, связанные с технической помощью, например, могут оказаться более затратными, чем в России. Не все компании имеют возможность эти затраты осилить. И здесь действует прямой расчет. КСО является затратной статьей, а не доходной. Если развивать КСО и участие в СМР за рубежом, то не в ущерб российским программам. Для бизнеса это означает затраты и на КСО, и на СМР, а не перевод средств из статей по КСО в статьи на СМР, т.е. дополнительные издержки.

2. Сложность донесения идеи КСО и тем более СМР до местного адресата. Насколько понятен им этот язык, идеология СМР, встретят ли подобные проекты российских компаний понимание и поддержку на местном уровне?

3. Нехватка кадров, специалистов, особенно на местном уровне. Международные агентства развития, а также национальные агентства других стран имеют опыт подготовки кадров и работы со своими и местными НПО. Российский бизнес такого опыта не имеет, а найти местных специалистов, способных

³ Для оценки реальных расходов компаний на социальные проекты требуется отдельное исследование.

в Таджикистане и Киргизии реализовать проект, пока сложно. Таким образом, даже при наличии у бизнеса идей и финансирования нет понимания, кто будет это осуществлять на местах.

4. Социальная активность бизнеса в Таджикистане и Киргизии дает далеко не очевидные репутационные бонусы с точки зрения позиционирования компании в России и других странах, если дает вообще. Внимание СМИ, общественности к такой активности невелико. А это значит, что такая деятельность не способствует ни росту узнаваемости компании, ни росту интереса к ней. Поэтому в первую очередь все усилия компания, работающая в Таджикистане и Киргизии, концентрирует на том, чтобы взять долю рынка, удержать актив, завоевать нишу, т.е. речь идет о решении бизнес-задач.

5. Слабое влияние некоммерческого сектора, СМИ, местных сообществ на решения компании по участию в КСО, СМР. Эти игроки в Таджикистане и Киргизии не настолько значимы, чтобы к их мнению прислушивался крупный иностранный бизнес.

6. Слабая роль НКО как в КСО и тем более в СМР для бизнеса даже в России. До сих пор, если они и привлекаются, то только как подрядчики. Пока это во многом исполнители, а не консультанты, разработчики программ и тем более их лоббисты.

Необходимо отметить, что при работе в Таджикистане и Киргизии использование НКО по линии СМР крайне важно – это работа в поле, на конкретной территории с конкретными людьми, с местной средой, это обратная связь, это кадры, специалисты, имеющие опыт разработки и реализации проектов и программ со знанием специфики страны ведения бизнеса.

7. Тема СМР в России не является значимой не только для НПО и СМИ, но и для органов государственной власти. Она вне зоны их внимания, не в приоритете. В такой ситуации бизнесу по-прежнему проще, хотя и рискованно, договориться с теми, кто способен решать вопросы, т.е. с узким кругом людей, приближенных к власти, а не заниматься репутацией своей компании, развитием страны, вложениями в инфраструктуру, в том числе социальную, т.е. тем, что в лучшем случае способно дать только долгосрочный эффект.

8. Мотивация со стороны российских органов государственной власти для частного сектора по КСО, участию в СМР мало заметна, если вообще присутствует. Ощущается нехватка информации, разъяснительная работа фактически не ведется. Бизнесу не понятно, какова роль государства в этом процессе, ка-

кие интересы оно преследует. Поэтому пока государство не определится с тем, каково место бизнеса в национальной программе СМР, он не пойдет в Таджикистан и Киргизию, в другие страны СНГ «под флагом» СМР.

9. Работа по СМР, так или иначе, требует определенной перестройки управленческой структуры компании. В настоящее время не во всех организациях есть подготовленные специалисты, тем более отдельные подразделения, ответственные за вопросы КСО. Тема СМР нова и потому ее место в системе корпоративного управления российских компаний пока не определено.

10. Существует риск, что некоторые компании воспримут участие в СМР как еще один способ «выкручивания рук», получения ресурсов для реализации внешних инициатив, находящихся вне зоны интересов компании, что это будет еще одна дополнительная нагрузка, обременение или «добровольно-принудительный налог», высока вероятность применения властью административного ресурса.

Есть опасение, что диалога на равных не будет, государство укажет бизнесу его место в СМР и проекты, требующие финансирования, не предоставляя преференций и тем более льгот. А при работе в Таджикистане и Киргизии бизнес может опасаться удвоения такой нагрузки – административные указания последуют не от одной Москвы, но и от Душанбе или Бишкека.

11. Однако без поддержки государства бизнес вряд ли станет участвовать в СМР. Пока не будут согласованы планы действий со стороны государства, правила и принципы распределения ресурсов государства и бизнеса на конкретной территории, бизнес может не принять идею СМР. Нередки случаи, когда социальная активность компании в российских регионах не берется в расчет администрацией субъекта Федерации в ходе выработки собственной территориальной социальной политики, и наоборот.

12. Решения во многих российских компаниях по финансированию проектов принимаются в центре, в штаб-квартире, для которой Таджикистан и Киргизия могут не быть приоритетом.

13. Фактор восприятия российского бизнеса за рубежом. Несмотря на то, что крупнейшие российские компании приняли стандарты КСО, стремятся соответствовать мировым стандартам, проблема остается. Российский бизнес до сих пор сложно принимается, его опасаются вне территории России. Зачастую он до сих пор вызывает весь спектр негатив-

ных эмоций – недоверие, непонимание, тревогу, страх. Российский бизнес боится, поэтому и у бизнеса есть сомнения в том, будет ли он принят и понят как полноправный участник и элемент механизма глобального СМР?

14. Российские компании на месте могли бы воспользоваться опытом уже работающих там международных организаций развития.

Необходимо отметить, что участие бизнеса в СМР не является типичным ни для Киргизии, ни для Таджикистана, но на уровне реализации проектов и на индивидуальном уровне бизнес включается посредством частно-государственного партнерства. Чаще всего помощь бизнеса идет на повышение качества общественных услуг в сельской местности путем восстановления либо создания экономической и социальной инфраструктуры.

Международные агентства развития не имеют опыта привлечения российского бизнеса к СМР Киргизии и Таджикистана. Однако видят целесообразность такого привлечения в сельском хозяйстве, предприятиях малого и среднего бизнеса, сфере общественных услуг и т.д. Перспективными эксперты считают отдельные проекты, связанные с альтернативной энергетикой, включая микрогидроэлектростанции, а также экологический туризм. У некоторых международных доноров условия предоставления помощи открывают возможности для частного бизнеса принимать участие в подобных программах. Поэтому российский бизнес в этих странах может принимать участие в программах СМР через этих доноров.

Предпосылки участия российского бизнеса в СМР

Несмотря на сдерживающие факторы, существуют и возможности для привлечения бизнеса в СМР.

Во-первых, у российских компаний есть стратегический подход к КСО. Это не всегда и не только разовые акции. Зачастую это разработанные целевые долгосрочные системы проектов и программ.

Во-вторых, у бизнеса есть четкое понимание, что разовые акции малоэффективны, они могут дать рекламу, но не более того. Есть понимание, что нужно учитывать специфику страны, региона, местные потребности, стараться работать с местными сообществами.

В-третьих, все больше доминирует мнение, что выделять ресурсы и финансовые средства необходимо обдуманно, не поощряя иждивен-

ческие настроения. Утверждается принцип, что помогать надо тем, кто хочет помочь себе сам. Внедряются такие методы, как конкурсы, тендеры, гранты, контроль над расходованием средств, финансовая прозрачность контрагентов.

В-четвертых, есть понимание, что КСО – это не просто благотворительность. Это намного шире. Это вопросы экологии, энергосбережения, борьбы с коррупцией и т.д. Это означает, что бизнесу можно донести и объяснить идею СМР, ее полезность для развития компании.

В-пятых, КСО воспринимается и как элемент конкуренции на мировом рынке, как конкурентное преимущество бизнеса, а не только издержки. СМР целесообразно также внедрять через эту логику.

В-шестых, бизнес пока крайне слабо осведомлен о том, что участие в СМР может принести не только репутационную, но и коммерческую выгоду, а в долгосрочном плане СМР работает на стабилизацию ситуации в стране присутствия бизнеса.

Все перечисленные обстоятельства могут повлиять на решение бизнеса поддерживать программы СМР, которые дадут возможность компании получить результаты. Высока вероятность, что этот формат будет легко понят российскими компаниями, особенно теми, которые имеют опыт позитивного участия в проектах в рамках так называемого частно-государственного партнерства.

Отношение представителей органов государственной власти РФ к участию российского бизнеса в СМР

Исследование показало: на сегодняшний день представители органов государственной власти РФ признают, что российский бизнес фактически не участвует в СМР. При этом перспективы его подключения к программам российской СМР обсуждаются, но ожидания от такого взаимодействия у представителей органов государственной власти неоднозначны.

С одной стороны, считается, что российский бизнес в СНГ – это в основном компании сырьевого сектора, преимущественно связанные с добычей и транспортировкой углеводородов. Они не заинтересованы в развитии местного сообщества и помощи в развитии государств присутствия бизнеса. Развитие их проектов обеспечивается текущими догово-

ренностями и умением вести диалог с руководством страны ведения бизнеса. Эти договоренности могут подразумевать реализацию проектов, условно относящихся к СМР, однако информации об этих проектах и реализующих их структурах российского бизнеса органы государственной власти РФ не имеют. Мониторинг деятельности российского бизнеса в данной сфере не ведется.

Слабое информационное взаимодействие, а порой и его отсутствие, приводит к тому, что существующие проекты российского бизнеса не учитываются как СМР, о них не знают ни в федеральных министерствах и ведомствах, ни в дипломатических представительствах РФ в странах ведения бизнеса. При решении текущих вопросов представители бизнеса не проявляют инициативы, а представители органов государственной власти не интересуются проектами, которые ведет российский бизнес помимо основной деятельности.

Фактически это – упущенная возможность обеих сторон, и бизнеса и власти, при этом пока не учитывается опыт других стран-доноров, в которых система обмена информацией хорошо отлажена и все, что может каким-то образом учитываться, пополняет общий взнос в СМР государства в целом.

С другой стороны, у представителей органов государственной власти есть опасения, что бизнес воспринимает программы СМР и взаимодействие с государством по подобным программам как очередную просьбу о выделении средств. Во избежание зачисления к когорте «просящих», органы государственной власти не проявляют активности в привлечении средств бизнеса к СМР. Однако они предлагают перенимать лучший иностранный опыт и создавать специальные организации (фонды), профессионально занимающиеся фандрайзингом и аккумулирующие средства на совместные программы СМР. Предполагается, что это должна быть сеть организаций, имеющих разную форму собственности: государственную, частную и т.д. В этом видится один из перспективных способов соединения возможностей трех секторов: государства, бизнеса, НПО. Такого рода организации могут адресно работать с крупными компаниями по секторам, регионам, с одной стороны, и с органами государственной власти с другой, ретранслируя им потребности и возможности друг друга на понятном для них языке.

Представители органов государственной власти отмечают, в свою очередь, что ждут от бизнеса участия, которое может иметь разные

форматы. В случае если финансовое содействие невозможно, донорские функции можно осуществлять, предоставляя другую помощь. Возможно также участие бизнеса в СМР в качестве субподрядчиков. Однако для этого необходимо, чтобы:

- бизнес имел конкурентоспособные, сертифицированные на международном уровне товары, технологии и услуги;
- органы государственной власти были уведомлены о возможностях бизнеса;
- бизнес имел информацию о формах, способах и возможностях участия в СМР.

Отношение российского бизнеса к участию в СМР

Отношение российского бизнеса к участию в СМР можно охарактеризовать как весьма нейтральное. С одной стороны, бизнес мало информирован о таких программах как на глобальном уровне, так и на уровне страны присутствия. Конечно же, бизнес ориентируется в том, что делают международные организации, какую оказывают гуманитарную помощь и т.п., но это пока внешний, сторонний интерес. С другой стороны, бизнес вынужден в силу различных обстоятельств оказывать определенную социальную помощь в местах своего производственного интереса. Объем этой помощи пока рассматривается им как достаточный для реализации своей социальной ответственности.

Как правило, наиболее активен в проникновении на территорию сопредельных стран крупный бизнес. Средний бизнес представлен отдельными проектами. Это и задает определенный тип поведения российского бизнеса в СНГ.

В странах Центральной Азии бизнес-среда сильно фрагментирована по отраслевому признаку – это отдельные, хорошо известные крупные компании. У таких компаний на территорию сопредельных государств вынесены, как правило, только производственные мощности, а подразделения, которые создают прибыль, находятся на территории РФ, а часто и в других странах с более благоприятным бизнес-климатом. Таким образом, руководство предприятий, размещенных на территории сопредельных государств, не имеет полноты принятия решений, рассматривается как исполнительное звено, участвующее в формировании стратегии развития опосредованным образом. Вопросы производственных инвестиций, не говоря уже об инвестициях социального ха-

рактера, находятся в ведении центрального офиса. А он, в свою очередь, формируя стратегию развития, в большей степени ориентируется на глобальную конъюнктуру, снижение экономических и финансовых рисков, чем на стабильное развитие территории размещения своих производственных мощностей. В результате в компаниях крупного бизнеса вопросы об участии в локальных проектах, которые можно условно отнести к СМР, принимаются в центральных офисах, чаще всего без учета стратегических перспектив развития территории. Поэтому предложение о таком участии часто не проходит большинство бюрократических барьеров, возникающих на его пути, в связи с чем нельзя говорить о системном участии крупного бизнеса в программах, каким-то образом подпадающих под СМР на территории ведения бизнеса. Это, как правило, разовые и локальные проекты, участие в которых продиктовано либо политической, либо экономической конъюнктурой.

Если говорить о сотрудничестве крупных компаний, возможностях их кооперации, то в силу высокой отраслевой сегментации российского бизнеса в стране присутствия у них нет пересекающихся социальных интересов, поэтому отсутствуют и внутренние основания для такого сотрудничества. А решение сообщать более крупных социальных задач, которые выходят за границы их локальных интересов, представляется им экономически неоправданным. При этом объединяющей силы и идеи для решения общих целей и задач нет. Их никто не предлагает по тематике СМР.

Регулятором в этих вопросах как раз могло бы выступить российское государство, которое показало бы компаниям целесообразность совместного участия, убедило бы в необходимости решения общих для российского бизнеса проблем региона, оказало бы квалифицированную организационную, информационную и методическую помощь, стимулировало бы софинансирование таких проектов. Однако, по отзывам экспертов, РФ не реализует этой функции. Поэтому представители бизнеса затруднились не только назвать такой проект, но даже предположить сферу деятельности, в которой он мог бы быть реализован, назвать перспективных участников и партнеров такого проекта.

Если говорить об анализе опыта участия других иностранных крупных компаний в странах СМР, то бизнес-эксперты имеют о нем поверхностное представление на уровне наличия/отсутствия. А факт наличия такой помощи

со стороны другой иностранной компании не рассматривается как значимый повод самим вовлекаться в этот процесс.

Бизнес не видит существенных помощников для своего развития в регионе со стороны каких-либо некоммерческих или общественных организаций. В силу специфики присутствия в регионе (преимущественно крупный бизнес), основную помощь он видит в лице руководящих чинов российского государства. То есть эксперты указывают, что ситуация значительно меняется только в случае визита в страну или принятия высшим руководством в отношении двустороннего сотрудничества каких-либо значимых политических решений. Решения о таких проектах принимаются обычно на межправительственных комиссиях на двусторонней основе.

Государство как партнер для российского бизнеса в проектах СМР

На данном этапе для бизнеса значимым партнером для возможного участия в программах СМР является только государство. Во взаимодействии российского бизнеса и российского государства на территории стран СНГ эксперты обращают внимание на следующие моменты:

- Одной из эффективных форм участия в СМР является «расширенное» частно-государственное партнерство. В этом случае бизнес получает поддержку государства по конкретному проекту, а государство – исполнителя, который на основе рыночных механизмов эффективно и целесообразно решает поставленные задачи.
- Привлекательной формой оказания помощи с точки зрения бизнеса является и механизм связанных кредитов, посредством которого государство, предоставляя значительные средства на оказание помощи, предписывает получающей помощи стороне привлекать за эти деньги услуги и товары, произведенные в его стране.
- В том случае, когда проект требует не только создания какого-то конкретного предприятия, а предварительного развития инфраструктуры, для бизнеса было бы лучше, чтобы государство брало на себя финансирование создания инфраструктуры, а бизнес инвестировал бы непосредственно в производственные мощности.

- Если обсуждается инициатива вхождения бизнеса в новую страну (новую юрисдикцию и политическую среду), то представители бизнеса предпочитают говорить об одновременном с государством вхождении на территорию этого государства.
- Бизнесу важно получить от государства не только организационную, но и информационно-аналитическую поддержку. Имея разветвленную систему аналитики, государство должно информировать бизнес о политическом, военном и других рисках, предупреждать о них бизнес. И такого рода взаимодействие должно стать обычной практикой.

Также эксперты из бизнес-среды указывают на некоторую неадекватность отношения российского государства к бизнес-структурам, работающим за рубежом. По их мнению, государство не понимает, что административный ресурс на территории другой страны и в условиях другой юрисдикции попросту не работает. Зачастую запрос представителей органов государственной власти государства выходит за рамки реальных возможностей конкретного бизнеса по соображениям этики.

В случае запуска совместных инициатив бизнес-эксперты призывают государство к более транспарентной организации управления крупными проектами. Наиболее эффективным механизмом такого управления бизнес считает создание независимой дирекции для управления крупными проектами.

Оценивая роль государственных структур в проведении СМР, бизнес-эксперты подчеркивают, что для бизнеса эффективнее осуществлять взаимодействие по этим вопросам с Министерством иностранных дел, чем с другими ведомствами РФ. Именно Министерство иностранных дел, по их мнению, должно выступать инициатором доведения до всех органов государственной власти и бизнеса концептуальных долгосрочных планов российской внешней политики.

Бизнес считает, что представители Министерства иностранных дел всегда лучше знают обстановку в той или иной стране, более доступны для оперативных контактов, чем представители других российских ведомств.

Представители бизнес-сообщества на данном этапе:

- не видят перспектив вовлечения бизнес-ассоциаций, таких как Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), Торгово-промышленная палата (ТПП), в проекты СМР;

- не рассматривают в качестве партнера Россотрудничество, не понимая его функций и сомневаясь в его перспективности в вопросах, не связанных с «гуманитарным пиаром России».

В целом эксперты из бизнес-среды считают целесообразным создание Агентства развития. При этом такое агентство следует создавать только в том случае, если оно будет обладать необходимыми полномочиями, квалифицированными кадрами, иметь свой собственный бюджет, которым может оперативно распоряжаться, с последующим отчетом перед Счетной палатой РФ или другими аудиторами.

Еще одним важным фактором успешности такого агентства являются обеспечение эффективности процедуры межведомственного согласования, жесткая блокировка межгруппового соперничества в российских министерствах и ведомствах.

При создании агентства необходимо суммировать предложения всех экономических операторов, выделить реальные приоритеты с точки зрения экономики, сформулировать политические задачи и позицию в стратегии развития России.

Работая в развивающихся странах с высокими рисками неэкономического характера, приоритетных с точки зрения внешней политики государства, бизнес нуждается в информационном сопровождении и страховании своих инвестиций. Системная работа агентства в области отслеживания экономической конъюнктуры, прогнозирования общественно-политических рисков могла бы повысить эффективность бизнес-проектов и в случае необходимости в партнерстве с бизнесом обеспечить развитие программ национальной СМР.

Отмечая особенности работы иностранных агентств развития в Киргизии и Таджикистане ряд бизнес-экспертов отмечают, что международные организации и страны-доноры мало заботятся о создании механизмов, институтов, инфраструктуры, которые могли бы работать в этих странах дальше без донорской помощи.

Механизмы регулирования и приоритетные направления развития СМР с точки зрения российского бизнеса

Четкого понимания, какой механизм регулирования СМР (двусторонний или многосторонний) более эффективен, у российского бизнеса пока нет. Однако применительно к Киргизии и Таджикистану более эффективными эксперты счи-

тают двусторонний характер сотрудничества России с этими странами, подразумевающий четкое распределение ответственности между всеми участниками проектов. При этом важно учитывать реальные потребности стороны – получателя помощи, ее возможность и желание самой вкладываться, продолжать и развивать проекты.

При такой схеме предпочтение отдается российским министерствам, непосредственно работающим с бизнесом, т.е. Министерству иностранных дел, Министерству экономического развития, Министерству регионального развития.

Однако есть мнение, что в ряде случаев целесообразно полагаться на международные организации, которые накопили достаточно большой опыт работы в сложных странах по конкретным направлениям СМР.

В целом приоритетными должны быть те направления СМР, которые ориентируются на глобальную мировую конъюнктуру, прагматично учитывают национальные приоритеты и приоритеты бизнеса, вовлеченного в технологические циклы российской макроэкономики.

Оценка ошибок, совершаемых бизнесом при вхождении на региональный рынок, позволяет утверждать, что использование несовершенств административной системы и законодательств стран ведения бизнеса может быть экономически выгодным только в краткосрочной перспективе. Однако такая тактика не обеспечивает стратегию развития бизнеса. Поэтому при долгосрочных инвестициях бизнес готов вкладывать средства в развитие инфраструктуры, бизнес-среды, местного сообщества, которые могли бы страховать инвестиции, уменьшая политические и экономические риски. Отвлечение средств на такие программы, как СМР, уменьшат прибыль, но позволят стабильно работать компаниям, реализующим свою стратегию в течение десятилетий.

Развитие российской СМР в Киргизии и Таджикистане, по мнению представителей российского бизнеса, следует осуществлять по трем направлениям:

- 1) ведение крупных проектов, в которых ресурсы направляются на конкретные проекты, направленные на развитие промышленности, инфраструктуры, энергетики;
- 2) осуществление локальных проектов: программы международного развития применительно к Средней Азии полезнее развивать в режиме микрофинансирования, направлять на развитие

конкретных социальных проектов в конкретных регионах;

- 3) развитие гуманитарной составляющей, прежде всего системы образования, без которой невозможна подготовка необходимых для управления новыми проектами кадров.

Обсуждая целесообразность влияния СМР на развитие местного сообщества, эксперты отмечают различие позиций бизнес-структур в этом вопросе. Некоторые компании занимают тактически-прагматическую позицию, другие – более стратегическую. Стратегическая позиция бизнеса заключается в следующем:

- российские компании понимают, что без общего развития местного сообщества развивать бизнес сложно, а в условиях Киргизии и Таджикистана практически невозможно;
- необходимо помогать местным регуляторам развивать инфраструктуру и среду;
- учитывая мировой опыт, создавать законодательную базу и механизмы, которые бы регулировали экономическую деятельность и стимулировали ее развитие;
- важно развивать программы в области образования и подготовки кадров для органов государственной власти и бизнеса из представителей местного сообщества.

Однако необходимо признать, что стратегическая позиция пока не доминирует над прагматической позицией, которая в свою очередь не предполагает существенных затрат в развитие местного сообщества и другие программы, подпадающие под СМР.

Выводы

В России национальная система содействия международному развитию находится в стадии формирования. Исследование показало:

1. При формировании российской программы СМР приоритетными должны быть направления, ориентированные на глобальную мировую конъюнктуру и прагматично учитывающие приоритеты бизнеса, вовлеченного в технологические циклы российской экономики.

2. В настоящее время российский бизнес практически не принимает участия в содействии международному развитию, ограничивая свою активность локальными проектами социальной поддержки своих производственных интересов на территориях присутствия бизнеса. Эти про-

екты оцениваются в качестве корпоративной социальной ответственности в странах ведения бизнеса и не считаются участием в СМР.

3. В качестве значимого партнера для участия в программах СМР бизнес рассматривает органы государственной власти, однако специализированное агентство пока не создано. Россотрудничество в этом качестве на данном этапе не рассматривается.

4. Активность ассоциаций деловых кругов в СМР не наблюдается, такие объединения, как РСПП и ТПП, не являются инициаторами создания механизмов и проводниками интересов бизнеса в СМР.

5. Основным мотивом участия российского бизнеса в программах СМР в странах присутствия является содействие развитию этих государств, что тем самым обеспечит:

- снижение политических, социальных и других непроизводственных рисков до инвестиционно-привлекательного уровня;
- создание положительного имиджа России и российского бизнеса в этих странах;
- повышение лояльности элиты и местного сообщества к компании и российскому бизнесу, работающему в этих странах.

Перспективы привлечения российского бизнеса к программам содействия международному развитию в странах СНГ выглядят отдаленными, в первую очередь ввиду неготовности органов государственной власти РФ к взаимодействию с бизнес-структурами, российскими и международными НПО в рамках российской программы СМР.