

КРУГЛЫЙ СТОЛ В ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЕ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

В Калужской области свою деятельность ведет одна из самых влиятельных региональных Торгово-промышленных палат в России. В ходе круглого стола президент Калужской ТПП Виолетта Комиссарова рассказала об истории становления палаты, как одного из наиболее значимых в области акторов, о направлениях, которые сейчас находятся в ведении Палаты и ключевых мероприятиях, проводимых ТПП в регионе.

Ключевые слова:

Калужская область, Торгово-промышленная палата, ТПП, бизнес-ассоциации, взаимодействие бизнеса и власти, субъекты РФ, МСП, государственное регулирование.

Орлов Игорь Борисович, заместитель заведующей Научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

В других регионах Торгово-промышленная палата (ТПП) занимается выставками и экспортной деятельностью, но очень мало занимаются чем-то другим. Когда же я просматриваю сайт ТПП, то создается ощущение «всеядности» калужского отделения на фоне других региональных отделений ТПП. Мы встречались с руководителями разных отделений: все они являются достаточно автономными структурами и под «центр» не подстраиваются. Где-то, допустим, руководитель палаты по собственному решению ограничивается одной сферой, где-то предварительно разделяет сферы интересов с РСПП и другими организациями. В каких-то регионах ТПП вообще не видно, они поглощены другими структурами. Наверное, самый яркий пример активной деятельности палаты и ее влиятельности, как мы понимаем, это калужское отделение, которое также является организатором бизнес-завтраков с губернатором. В других регионах этим чаще занимается РСПП. В связи с этим возникает вопрос: так сложилось с самого начала или это Ваша сознательная политика? Почему сложилась такая широкая сфера интересов ТПП?

Комиссарова Виолетта Ивановна, президент Союза «Торгово-промышленная палата Калужской области»:

Наверное, вы знаете, что система ТПП включает 184 муниципальных и региональных палат. В каждом регионе есть палата. Во главе всей системы стоит ТПП РФ, которую возглавлял с 2000 по 2010 гг. Евгений Примаков. С 2011 года «у руля» встал Сергей Катярин, который всю жизнь проработал в ТПП вице-президентом.

Торгово-промышленная палата входит в систему международных палат. Принципы, на которых строится ТПП, немного отличаются в России и, например, в Европейском Союзе. Это две самые яркие сравнительные системы. В Германии, например, членство в ТПП является обязательным. Более того, весь бизнес регистрируется через эту структуру, палата охватывает все виды бизнеса. В России, в свою очередь, членство добровольное, то есть предприниматель, предприятие, союз, объединение, НКО самостоятельно принимают решение, в какую организацию вступить. На федеральном уровне существует «большая четверка»: ТПП, РСПП, «Опора России» и «Деловая Россия» – 4 крупные организации, которые работают вместе. Они все представлены в Наблюдательном совете АСИ. Я уже не говорю про другие ассоциации, которых очень много.

От других объединений мы отличаемся тем, что работаем в рамках единого федерального закона. Только у нашего объединения есть федеральный закон. У ТПП есть функция, по которой мы являемся уполномоченным органом по работе с предприятиями, работающими в сфере экспорта. Работаем в системе услуг, которая выдаёт сертификаты подтверждения того, что данный продукт производится на территории РФ. Мы выдаём специальный документ, благодаря которому предприятие получает определенные льготы на таможне.

Еще одно отличие ТПП заключается в том, что есть группы экспертов, которые входят в аккредитованные списки реестров и занимаются вопросами оценки деятельности предприятий на соответствие технологическим процессам, заявленным для подтверждения участия в государственных тендерах и конкурсах. Эксперты стоят на страже государственных интересов российского

бизнеса для получения различных преференций, возможностей участия в государственных торгах. Наши эксперты постоянно учатся, потом сдают экзамены, – у них должно быть специальное образование, как правило, техническое. Оно им необходимо для того, например, чтобы подтвердить, что на предприятии N 50% деталей изготавливаются именно в России. Тогда компания получает документ, а Минпромторг уже ведет свой реестр на основании этих актов и экспертиз для того, чтобы работать с компаниями по оказанию различных мер поддержки. Эта система работы с экспортерами дает возможность палатам осуществлять услуги на платной основе, из чего формируется часть бюджета ТПП. Вторая часть бюджета складывается из членских взносов. Все предприятия добровольно вступают в ту палату, в рамках которой они хотели бы сотрудничать, как правило, по территориальному принципу.

Орлов И.Б.:

Могут вступать и другие. Насколько я понимаю, это не жесткое правило вступления.

Комиссарова В.И.:

Могут и другие. Это добровольный принцип, которому следуют.

В состав калужской ТПП входят более 600 предприятий. Членские взносы составляют от 3000 рублей в год. Для ИП это, как правило, 1000 рублей в год. Можете себе представить? Самый большой взнос для предприятий с численностью выше 1500 тыс.: для них он составляет около 40-45 тыс. рублей в год.

Орлов И.Б.:

Что тоже очень скромно.

Комиссарова В.И.:

Это скромные взносы. В уставной деятельности ТПП четко прописано, какие услуги можно получить бесплатно за счет уплаченного взноса, то есть базовый минимум, который законом предусмотрен. Достоинство системы ТПП в том, что она, наверное, единственная сохранила в России все демократические принципы, какие только возможно. Например, каждый из членов имеет всего лишь один голос, вне зависимости от размера предприятия. В принципе равенство голосов при голосовании не предусматривает никакого значительного преимущества. Здесь есть свободное волеизъявление. Президент ТПП выбирается большинством голосов на общем собрании раз в 5 лет. Если человек хочет, то он может побороться за место руководителя.

Орлов И.Б.:

То есть, как такового утверждения кандидатур нет?

Комиссарова В.И.:

Нет. Может быть выдвинуто несколько кандидатур. Безусловно, они все списком представляются в ТПП РФ. Та, естественно, проверяет по своим базам, чтобы сюда не попали те люди, которые имеют какие-то проблемы с законом или состояли в реестре недобросовестных поставщиков. Всё это там отслеживается. А принимает решение именно предпринимательское сообщество, которое входит в ТПП.

Руководитель отчитывается нескольким выборным органам – это Правление и Совет, чтобы можно было в течение года контролировать деятельность исполнительного органа. Совет состоит из меньшего числа людей (в одном случае это 15 человек, в другом – 30) и собирается 2 раза в год, где предоставляются отчеты, финансовые пока-

затели и другие результаты нашей деятельности. Члены Правления также выбираются. Правление собирается чаще - 4 раза в год для того, чтобы проверять тактическую деятельность. Дальнейшая деятельность ТПП – творчество. Президент ТПП может реализовать любое направление бизнеса и некоммерческие направления, любые проекты, включая благотворительность. Тот, кто умеет зарабатывать, проявляет креативность и понимает, что часть денег нужно отдать на благотворительность, имеет возможность реализовать весь свой потенциал и потенциал своего коллектива и сотрудников так, как он считает нужным.

Кадры решают всё. Какой кадр стоит во главе, такая политика. Какой президент, такая и палата. И, наоборот, посмотрев, чем занимается палата, можно понять, что из себя представляет ее руководить. Но мы не всеядные. Мы, наверное, одни из тех, кто бюджет или доходную часть палаты видит, как средство и инструмент для решения задач бизнеса. Если есть проблема, которая требует решения, значит, надо предложить инструмент или продукт, с помощью которого бизнес сможет это сделать. Лучше, чем профессиональные исполнители, эксперты в той или иной области, ещё никто ничего не придумал. У меня, наверное, в силу характера и опыта работы, сложилось своё понимание того, что ТПП из себя представляет, и как она должна работать.

Поэтому Калужская палата на первом месте в системе ТПП по количеству организованных для бизнеса мероприятий. На странице сайта у нас есть план мероприятий. Часть из них составляют коммерческие (учебные) проекты, лицензируемая экспертная деятельность, оценочная деятельность, оценочно-экспертная. Есть большой блок некоммерческих проектов, которые разделены на 2 части:

1. Открытые проекты для любого бизнеса, вне зависимости от членства в какой-либо организации. Участие в них бесплатно.

2. Спецпроекты, предназначенные сугубо для членов палаты. У нас ещё богатый перечень сервисных проектов, куда бизнес может включиться, чтобы эксперты для него выполняли определенные работы.

Я придерживаюсь твердого убеждения, что, чем больше ты работаешь на некоммерческом поприще, тем легче начать работу по коммерческим направлениям. Некоммерческая составляющая – это репутация, подтверждение профессиональности, реальная помощь бизнесу, потому что бизнес у нас настолько замучен постоянными изменениями в нормативном регулировании, постоянно находится во взвешенном, неопределенном состоянии. Маленьким же компаниям очень тяжело ориентироваться в этом мире проверок, штрафов, взаимодействия с контрольно-надзорными органами. Я уже не говорю про постоянно меняющиеся условия финансирования, привлечения средств, работы с институтами развития. Им нужна постоянная поддержка и место, куда они могут прийти. Самое главное для бизнеса, чтобы специалисты разработали алгоритм решения любой проблемы, с которой придет предприятие, входящее в состав палаты, указали на те инструменты и меры, которые сегодня могут быть предоставлены на федеральном и региональном уровнях.

Я в палате работала с 2000 по 2010 гг.: пришла специалистом в отдел маркетинга, а закончила вице-президентом. После я 5 лет работала в органах власти, в собственной консалтинговой фирме, а потом мне предложили вернуться в ТПП. Уже 3,5 года я работаю в должности президента. За все это время самым большим проектом для нас был «Бизнес-завтрак с губернатором». Этот

формат в Калужской области значительно отличается от представленных в других регионах. Многие приезжали сюда перенимать опыт. Я видела в других регионах печальный формат: сидят бедные предприниматели с чашками чего-то, на трибуну выходит губернатор и 40 минут рассказывает в виде доклада, что бизнес ему должен, и что он делает для бизнеса. В итоге результата нет.

А у нас бизнес-завтраки проходят трудней. Каждую третью пятницу месяца у нас проходит такое мероприятие, поэтому у ТПП есть всего три недели, чтобы его подготовить. В подготовку входит мониторинг проблем: анкетирование, интервьюирование бизнеса. Юридическая служба всегда собирает на других наших мероприятиях отзывы и мнения, проводит мониторинг всех информационных каналов, особенно региональных, активно общаемся на мероприятиях с бизнесом. Мы ищем болевые точки, когда проблема не может долго решиться.

Если у бизнеса есть проблемы, то решаются они следующим образом: во-первых, проблема анализируется, юристы готовят краткую справку по ситуации, мы предварительно направляем запрос в те службы, которые что-то не так ответили человеку. Потом выносим этот вопрос на бизнес-завтрак у губернатора, чтобы он знал и понимал. Тогда по своим направлениям приглашаются предприниматель и представители службы, и губернатор выступает арбитром, который выслушивает, а его специалисты, которые работают по профилю в министерствах, дают экспертную оценку. Это как третейский суд с бизнесом. Есть вопросы, требующие на региональном уровне изменения законодательства, тогда, опять же, мы прорабатываем вопрос и выходим с пониманием проблемы, ее последствий и перечня необходимых изменений в законе.

Сейчас также актуальна тема «регуляторной гильотины». Существует много актов, принятых еще с 1947 года. Если это тема региональная, то мы выходим с инициативой на губернатора. Он даёт поручение профильному министерству проработать вопрос и подготовить мнение. Работаем мы с губернатором и относительно вопросов федерального уровня. В этом случае мы говорим губернатору, а он, в свою очередь, собирает мнения о наиболее значимых проблемах и выходит на федеральный уровень либо с письмом, либо с обращением в Госсовет или Правительство.

Чем ТПП полезно? Мы по своей линии направляем письма через ТПП РФ в наблюдательные советы, которые есть при всех министерствах, потому что в России, чтобы пробить одну дырку, надо долбить много раз с разных сторон. Наша палата отличается определенной наглостью. Мы напрямую пишем Е. Дитриху, в Россельхознадзор, Д. Мантурову. А что нам терять? Общественная организация может позволить излагать любую позицию в защиту бизнеса. У нас уже накопилась определенная история лучших практик. Мы всё фиксируем, а потом, на следующих бизнес-завтраках каждый докладывает, как была решена проблема. И губернатор уже понимает, что делать. Таким образом, во-первых, он «снимает температуру» по отрасли. Во-вторых, узнает о нюансах, о которых ему не расскажут ближайшие сотрудники. В-третьих, выработался такой эффект, когда мы какую-то проблему готовим к выносу на бизнес-завтрак – что не решалось годами/месяцами – и вдруг выясняется, что ее можно решить в течение 3 недель. И вопрос закрывается накануне бизнес-завтрака, а губернатору уже не надо ни о чем докладывать. Каждый раз поднимаются темы разные, обсуждаются разные отрасли, участву-

ют разные предприятия. Так у нас проходят бизнес-завтраки.

Второе направление нашей деятельности – это работа с муниципальной властью. У нас действует такая же площадка и с городским головой Калуги. Это те вопросы, с которыми бизнес сталкивается в городе. На эти мероприятия пресса вообще не приглашается, так как она зачастую не обладает достаточными компетенциями, а рассчитывает только на громкие заголовки. Они могут просто перевернуть всё мероприятие или в силу непрофессионализма, или в силу желания засветиться. Ведь кто будет читать, что на мероприятии решили какой-то вопрос, лучше сказать, что завтра все заводы остановят.

Для того, чтобы постоянно работать с контрольно-надзорными органами, у нас реализуется проект «Будь в курсе. Инспектор разъясняет», в рамках которого мероприятия проходят 2 раза в месяц. Это стратегические сессии с компаниями, нашими предпринимателями. Юридический департамент всё время работает, мы в суде защищаем своих, но и прорабатываем систему защиты для многих. Также мы фиксируем нюансные вопросы, которые возникают у предприятий в ходе проверок, потому что в российском законодательстве контрольно-надзорная деятельность прописана таким образом, что в принципе каждого из нас можно привлечь к чему-либо. С одной стороны, пространные формулировки – это очень удобно, так как можно привлечь больше людей, чтобы все они были под контролем, никто не ускользнул от бдительного ока. Поэтому получается, что на муниципальном уровне трактуют по одному, арбитражный суд трактует по-другому. Чтобы избежать этого, мы проводим такие сессии. В них участвуют инспектора, которые непосредственно осуществляют проверки. Сна-

чала они рассказывают о нюансах, изменениях в законодательстве, как проверяют, по каким требованиям. Ведется полная видеозапись всего мероприятия. Предприниматели задают вопросы. Самое главное, что после таких неформальных встреч люди перестают видеть друг в друге врагов, как чиновник, так и бизнесмен. Им гораздо проще понять друг друга, сам диалог – это первый шаг для разрешения определенных конфликтных ситуаций. Конечно, не все проходит так гладко. Мы знаем, что существуют проблемы, у контрольно-надзорных органов всегда есть свои планы, которые надо выполнять. Штрафы для плана среди бизнеса документально никто подтвердить не может, но такая система есть. Как говорят представители контрольно-надзорных органов, если ты ничего не находишь при проверке, то первое, что тебе говорят: «Значит, плохо работал». Вот интересный нюанс: экологические штрафы возросли, а если посмотреть наше законодательство, то выяснится, что в критериях, которые выставлены по водостокам (когда предприятия должны сбрасывать в сточные воды), есть требование, под которое не существует мировых технологий очистки воды. Тем не менее, это уже повод штрафовать компанию на постоянной основе.

На федеральном уровне я выступала доверенным лицом Президента и, соответственно, была возможность встречи. Я говорила ему о тематике институтов развития на федеральном уровне, о недостаточности показателей, по которым их оценивают, но это никому интересно не было всё равно. Но на экспорт выделение дополнительных средств, обратите внимание, началось. Таким образом, если у нас есть задача, значит, мы будем нажимать на эту тему. Поэтому кому-то мы удобны, а кому-то неудобны, – тут очень

важна гибкость, чтобы решить конструктивно вопросы, которые поднимаются.

Я хочу, чтобы мои сотрудники были всесторонне развиты и реализовывали интересные проекты. У нас есть проект «Эксперт-миссия», в рамках которого у предприятия проводится аудит, если предприятие беспокоит какая-то проблема. Формируется экспертная группа из ТПП, которая выезжает на предприятие и там изучает ситуацию: кто-то подбирает под них программы, которых много на федеральном уровне – Фонд развития промышленности, корпорации, Российский экспортный центр, ФРИ, Фонд Бортника.

Может быть, это потому, что я работала заместителем министра экономического развития и занималась развитием промышленности, малого и среднего бизнеса и инноваций. Естественно, у меня есть понимание того, как работает система. Систему, я считаю, можно разрушить или победить, только когда ты внутри неё проработал, узнал слабые места. Любую систему можно повернуть для решения проблемы или разрушить, если это тебе понадобится. Но разрушать – это себе дороже, как говорится. А вот понимание того, что нужно в данный момент системе и что нужно бизнесу, пытаться это всё совместить, – это самое интересное.

Другое направление – реальный маркетинг, когда мы работаем с предприятиями, проводим для них маркетинговые исследования, аудит, разрабатываем систему продвижения, в том числе, работаем с SMM-продвижением – осуществляем весь комплекс, под который заточена специальная маркетинговая группа. Основная задача – научить людей взаимодействовать между собой хотя бы на той территории, на которой они ведут свой бизнес. Разрозненность и неумение строить партнёрские отношения

на основе взаимоуважения – это одна из проблем российского бизнеса, которую мы пытаемся преодолеть различными коммуникационными семинарами, встречами, нетворкингами, работой по корпоративной культуре, попыткой найти одну национальную идею. Национальная идея для бизнеса – умение разглядеть того, кто рядом с тобой, найти точки соприкосновения или хотя бы уважать его интересы, выстраивать свой бизнес, не разоряя и не унижая того, кто рядом. Это сложно, потому что противоречит циничным принципам и подходам в бизнесе. Если мы посмотрим подходы некоторых консультантов и многих бизнес-тренеров, то становится понятно, что «человек человеку волк» в бизнес-среде. Чем раньше люди поймут, что все деньги мира не могут принадлежать кому-то одному, тем более спокойная и мирная жизнь будет у бизнеса. Тогда, объединившись, можно достичь большего, чем, когда живешь по принципу «разделяй и властвуй».

На сайте палаты есть раздел «Проекты ТПП», их можно открыть.

Орлов И.Б.:

Ранее Вы сказали, что обязаны отдать на благотворительность. Смутила фраза «благотворительность» и глагол «обязаны» применительно к ней. Мы всегда исходили из того, что классическая благотворительность всё-таки не состоит в том, чтобы подарить резинового утенка и потом четыре года про это рассказывать. До революции она вообще была анонимная. У вас в области корпоративная социальная ответственность для крупного бизнеса – это «я даю места, я даю зарплату и вот ещё поликлинику отрыл со скидками», и на этом социальная ответственность заканчивается. «Опора России» говорит, что «КСО – это дело каждого ИП». Никакой стратегии КСО тут нет. Мы пони-

маем, что есть некая программа корпоративной социальной ответственности, в том числе, региональная. Как она вообще работает? Каким образом ТПП стимулирует социальную ответственность бизнеса?

Комиссарова В.И.:

Исключительно собственным примером. Калужская область – достаточно небольшой регион. Самый главный информационный канал – «сарафанное радио». Здесь очень важна репутация, потому что потерять её можно очень быстро. У нас, как юридического лица, есть доходная и расходная части. Отсюда «десятину» нужно отдать на «божье дело», это однозначно.

Каждый бизнесмен должен иметь свободу решений, потому что, как только государство или кто-то извне начинает регулировать любое направление, включая благотворительность, то это становится не благотворительностью, а определенными отчислениями. Никто и никогда точно не назовет точную сумму, которую предприниматели области тратят на благотворительность. У нас есть частные приюты для бездомных собак «Душа бродяги», где 1600 собак содержатся исключительно за счет благотворительной помощи. Нет никакого финансирования. При них организован специальный фонд, где работают волонтеры. У нас есть центр реабилитации диких животных, который также содержится на средства благотворителей. Есть некоммерческий центр по развитию современного искусства ProArts, который содержит один из наших руководителей. По его словам, он этим занимается, потому что хочет оставить после себя что-то гораздо большее. Если вы хотите помочь – помогайте: городские праздники, многодетные матери, детские центры. Однако бизнес страшно боится заявить официально, что является благотворителем, потому что тут

же появится очередь из тех, кому нужно средства на памятники, монументы, праздники или что-то другое. Деньги любят тишину – это правило бизнес усвоил хорошо. Как только люди видят, что у тебя есть деньги, значит, они знают, у кого их можно взять. Хорошая корпоративная социальная ответственность сегодня – это уплата достойной заработной платы и налогов, это самое базовое. После уже наступает человеческая ответственность. Заставлять никого нельзя.

Орлов И.Б.:

Есть ещё такое понятие как «социальное инвестирование». Условно, есть директор трубного завода для того, чтобы жители не разъезжались, построил спорткомплекс, «Ашан». Помните, раньше ВТУЗы были при заводах? Так руководитель завода создал такую же сеть образовательных учреждений у себя. Он утверждает, что это не благотворительность, а жизненная необходимость. Он вкладывается в социальную сферу, обращается к местным властям за разрешением отремонтировать дорогу, на которой можно подъехать к заводу. Вот такой социальный проект.

Комиссарова В.И.:

Давайте оставим людям право выбирать. Ваш пример можно просто назвать социальной инвестицией в своё производство. И когда вы ремонтируете дорогу, то в первую очередь вкладываетесь в логистику, но этот проект можно преподнести и как социальную инициативу. Тут очень тонкая грань. Я хочу, чтобы каждый имел право выбирать, кому и каким образом он хочет помогать.

Орлов И.Б.:

Я правильно понял, что в современной ситуации вся социальная ответствен-

ность бизнеса вернулась к дореволюционной модели, когда это было личным делом каждого? К сожалению, сейчас и по Калужской области, и в целом по стране, это отдало на совесть человека.

Комиссарова В.И.:

Эта самая высокая степень демократии, когда вы сами принимаете решение: потратить деньги на пиджак Armani или купить что-то детям. Если государство будет ещё и это регулировать, то может появиться социализм в извращенной форме.

Орлов И.Б.:

Есть ощущение, что государство на самом деле превращается в «ночного сторожа», то есть оно уходит от этой важной сферы регулирования и отдает ее на откуп, на совесть.

Комиссарова В.И.:

Почему же, есть стимулирующие программы и меры.

Орлов И.Б.:

Я как раз про это и спрашиваю. Какие стимулирующие программы есть в Калужской области?

Комиссарова В.И.:

Не знаю, я этим вопросом не занимаюсь. Есть хорошие меры по трудоустройству инвалидов. Такое предприятие получает определенные льготы. Если квоты соблюдаются, то можно получить налоговые послабления. Есть стимулирующая программа в сфере экологии, которая касается зеленых насаждений, благоустройства и создания красивой урбанистической среды. В рамках этой программы компания также получает налоговые льготы. Как правило, эти налоговые льготы в регионе могут быть разработа-

ны, если регион или муниципалитет готовы поступиться частью доходов в своей бюджет. Можно уточнить все эти нормы в министерстве экономического развития. В Калужской области очень много этих льгот.

В рамках национального проекта по экспорту у нас в ТПП есть руководитель точки присутствия РЭЦ. Центр поддержки экспорта – это региональная структура, финансирование которой осуществляется через программы поддержки МСП. Как правило, финансирование идет через Минэкономразвития России. Центр поддержки экспорта – это некая организация инфраструктуры поддержки, которая реализует мероприятия четко по смете. Смета определяется для региона и закрепляется на федеральном уровне. Туда входят информационно-консультационные мероприятия, бизнес-миссии, в том числе для субъектов МСП, в первую очередь, экспортеров или экспортно-ориентированных компаний.

Саломатин Юрий Владимирович, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.:

Когда я ищу в «Интернете» РЭЦ, то он мне выдает контакты ТПП.

Комиссарова В.И.:

Потому что мы самые активные в этом вопросе. Точка присутствия РЭЦ находится в соседнем кабинете, где сидит человек, который работает по всем программам, реализуемым РЭЦ. Центр поддержки экспорта находится на базе Агентства развития бизнеса, поэтому общий свод мероприятий и взаимодействия осуществляют и те, и другие.

Лисица Егор Александрович, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

Вы частично сказали о работе по нормативно-правовому регулированию. Понятно, что на региональном уровне небольшой простор для работы, так как большинство правил создается на федеральном уровне. В каких отраслях, на Ваш взгляд, законодательство требует наибольшей доработки на уровне региона? Где больше всего возникает проблем?

Комиссарова В.И.:

Рассматривать только региональные или федеральные нормы будет неправильно. Вы знаете, что наше законодательство сверху донизу пронизывают определенные подходы. Самая актуальная тема, которая будет таковой и в 2020 году, уже сейчас вызвала большую дискуссию – это работа с пищевой промышленностью и всей связанной с ней системой СанПиНов. Еще есть «регуляторная гильотина», которая будет касаться всех. В пищевой промышленности Минэкономразвития выпустил белую книгу с основными подходами. Они приезжали в Калугу на встречу с нашими пищевиками, которую устраивали мы. Был Роспотребнадзор, были представители контролирующих органов, которые проверяют пищевую промышленность. Переругались все. К сожалению, то, что творится сегодня в отрасли питания, печально. Та же самая тема пальмового масла на моей памяти вот уже лет пять обсуждается. Никто так и не может сказать: вредное ли пальмовое масло или нет.

Очень актуальна проблема маркировки продукции. В 2020 году ЕНВД уже не будет применяться для тех компаний, которые будут производить или реализовывать продукты, подверженные маркировке. А в 2021

году, заявил Силуанов, этот налог вообще будет отменен. В связи с этим возникает вопрос: что придет взамен? Не пострадает ли бизнес? Это надо анализировать, но у нас нет практически никакой статистики, даже в части количества субъектов МСП.

Для оборонщиков поднимается вопрос о гражданской продукции на оборонных предприятиях при том, что у них нет ресурсного обеспечения. На них давят, а что производить не говорят. Нужен нишевый анализ, нужно изучить рынки сбыта: понять, что производить, и кто купит.

Большая проблема с открытостью в «цифре». Сейчас будет передел рынка по электронно-цифровым подписям (ЭЦП). ЭЦП сейчас выдают многие коммерческие структуры. Они разработали сервис, который функционировал в течение 5-6 лет, а теперь нам заявляют, что в ближайшее время эти функции будут переданы только государственным операторам. Это значит, что все те, кто работал на коммерческом рынке, «умрут» в этом направлении. Сейчас происходит процесс огосударствления рынков сбыта. В результате компаниям нечем заниматься, потому что везде есть государственный или около государственный игрок, который рано или поздно направление подомнет под себя. Бизнес заранее находится в невыгодной ситуации. Нет свободного рынка.

Орлов И.Б.:

Это классика НЭПа. Ведь НЭП нужен был для того, чтобы частный бизнес восстановил всю структуру экономики, а потом его «прихлопнули». Народ грамотный – чувствует.

Комиссарова В.И.:

Вообще грамотные люди всегда делают анализ ошибок для того, чтобы не повторять их. А у нас такое ощущение, что либо люди неграмотные, либо у них совершенно

другой взгляд на строительство экономики, но взамен они не предлагают никакой экономической идеи.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

У меня вопрос касается работы ТПП с экспертами. Правильно ли я понимаю, что у вас есть штатные эксперты и работаете ли вы с внешними?

Комиссарова В.И.:

Есть коммерческие проекты, под которые нужно привлекать, например, экспертов по судебной экспертизе под объекты строительства. Если таких людей нет, то мы обращаемся к тем профильным организациям, которые ведут эту экспертную деятельность, и привлекаем их на коммерческих условиях. При ТПП сами предприниматели иногда изъявляют желание собираться в экспертные группы. Например, мы не специалисты в экологии, но если поднимается тема экологических штрафов, то нам нужны представители нашего бизнеса, представители научной сферы (университеты – КГУ, МГТУ им. Баумана, МИФИ), привлекаются для того, чтобы помочь решить проблему.

Орлов И.Б.:

Если член ТПП сам приходит и попросит провести экспертизу, она входит в перечень услуг за его взносы?

Комиссарова В.И.:

Если это касается юридической экспертизы тех документов, которые уже существуют, и эту работу может осилить департамент юридической службы ТПП, то это входит в оказание услуг за счет членского

взноса. Отдельная плата может взиматься, если привлекаются коммерческие эксперты. Если свои эксперты еще готовы привлекаться на безвозмездной основе, то сторонние эксперты работать за идею не будут. Всё зависит от договоренностей.

Орлов И.Б.:

Входят ли не предприниматели в ТПП?

Комиссарова В.И.:

Здесь есть бюджетные, некоммерческие, казенные учреждения, есть представители сферы дополнительного образования. Они освобождены от уплаты членских взносов, но это в первую очередь нужно им, потому что на базе ТПП возможен неформальный контакт с бизнесом по решению тех социальных вопросов, реализации социальных проектов, где нужен партнер. Мы такую площадку для взаимодействия предоставляем.

Саломатин Ю.В.:

Калужская область сейчас на 4-м месте по инвестиционной привлекательности. Возможен ли обратный эффект? Ведь чем больше регион потребляет, тем больше ему нужно.

Комиссарова В.И.:

Любой регион, занимающийся вопросом привлечения инвестиций, должен откуда-то взять деньги на создание продукта, который можно предложить потенциальному инвестору. Этот продукт должен быть уникальным, должен отличаться от других, для чего всегда нужны финансы. Я говорю о регионах, которые живут на то, что они зарабатывают, поэтому любой регион берет в долг. Десять лет назад, когда в 2007 году начинался процесс с Volkswagen, регион залез даже в

коммерческие кредиты. Опыт Калужской области лег в основу инвестиционного стандарта. Загадка была в том, что команда, начинавшая работать в тот момент, поняла, что с бизнесом нужно работать по его же правилам. Был предложен уникальный продукт – индустриальный парк – территория со всеми подключениями, дополнительными сервисными, налоговыми льготами, с преференциями для тех компаний, которые заходят туда в качестве инвесторов. Мы были в этом вопросе первыми. Затем было создано единое окно, когда выстраивалась работа с инвестором через систему, потому что тяжелая бюрократическая система не могла работать с западным инвестором. Была создана современная структура, Агентство регионального развития Калужской области, которое было облечено правами и работало по регламентам, как европейское агентство по привлечению инвестиций. Третий залог успеха заключался в том, что глава региона включился в этот процесс на уровне прямого контакта с инвестором. Раньше получение разрешения на строительство дороги к какому-то производственному участку могло занимать 274 дня. Потом этот срок сократился в 3-4, а потом в 5 раз.

Регион всегда балансирует. Регион идет к тому, кто даёт деньги, а расплачивается потом за проценты. Когда успех в области произошел, мы попали под систему санкций. Потенциальными инвесторами были немцы, итальянцы и французы. В первые годы санкций были сложности: нельзя было использовать станки, оборудование. Вы помните катаклизмы с Siemens. Были на предприятии немецкие станки, которые должны были в инвестиционных программах заработать в одном году, а их просто не поставили. Предприятия теряли деньги, инвесторы теряли доходы и подвергались прессингу. С деньгами было непросто, но

регион из коммерческих дел выпутался, и теперь в Калужской области только бюджетные кредиты, а это совсем другое взаимодействие с органами власти различного уровня.

Был период, когда область была на 1-м месте в рейтинге АСИ, потом мы упали на 13-е место, а затем снова рывок, когда активизировались. То падение – это период, когда шел поиск креативных идей по привлечению новых инвесторов. Следующим шагом был поиск российских инвесторов. Вчера открылась мануфактура Bosco: 900 рабочих мест, по-моему, 2 млрд. инвестиций. Самая большая проблема любого региона – кадры, когда создаются предприятия, где нужны тысячи людей. Представьте себе, что даже на Bosco нужно собрать 900 человек в сферу легкой промышленности. Первым делом переманивают специалистов из других предприятий, иногда привозят из других регионов. Человеческий фактор – это стоп-фактор, который тормозит инвестиции. К тому же сейчас нужно искать не просто инвестиции, а инвестиции в интеллект.

Шатрабаева Светлана Михайловна, студентка 2 курса ОП «Социология публичной и деловой сферы» НИУ ВШЭ:

Как привлекается молодежь в бизнес-среду, как вы с ней работаете? Есть ли систематическая работа в этом направлении?

Комиссарова В.И.:

Как Вы думаете, существует ли женское предпринимательство? А женскому предпринимательству по-другому налоги платить надо или его по-другому проверяют? Я считаю, что это безобразный подход, потому что, когда приходит налоговая, никто не обращает на пол налогоплательщика. Под молодежным бизнесом Вы подразуме-

ваете выделение по критерию возраста учредителей?

Орлов И.Б.:

Условно, до 25 лет.

Комиссарова В.И.:

А чем молодежный бизнес отличается от обычного бизнеса? Что в 60 лет, что в 17, вы всё равно должны действовать по одному алгоритму, чтобы привести свой бизнес к успеху. Если вы отклоняетесь от классических алгоритмов, то, наверное, вас может спасти какой-то креатив. Для молодежи в Калужской области было реализовано несколько программ: «Ты предприниматель», «Популяризация предпринимательства»

(входит в нацпроект «МСП»), куда включены работы со всеми возрастными группами, начиная со школьников и завершая студентами и теми, кого принято относить к молодёжи. Эти программы – комплекс мероприятий: встречи с предпринимателями, программы обучения, консультации, форумы.

Точкой входа в эти программы является Агентство развития бизнеса. Сначала опросы, мониторинги и тестирования, образовательные программы, консультационные мероприятия, а потом – система продвижения: форумы, встречи, панельные дискуссии, наставничество, круглые столы. В итоге находятся те, кто решится вступить в бизнес со следующего года.

ROUND TABLE IN THE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY OF THE KALUGA REGION

In the Kaluga Region, one of the most influential regional chambers of commerce and industry in Russia conducts its activities. During the round table, the President of the Kaluga Chamber of Commerce and Industry Violetta Komissarova spoke about the history of the formation of the Chamber as one of the most significant actors, about the areas that are under the control of the Chamber now and the key events held by the Chamber of Commerce and Industry in the region.

Keywords:

Kaluga Region, Chamber of Commerce and Industry, CCI, business associations, business and government interaction, Russian regions, SMEs, state regulation.