

Институт
национального
проекта
*“Общественный
договор”*

Саморегулирование

Пособие для предпринимателей

Москва 2002

Институт национального проекта
“Общественный договор”

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ

Пособие для предпринимателей

Москва 2002

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
ЧАСТЬ I	7
Раздел I. Саморегулирование в экономической и правовой системах	7
Глава 1. Саморегулирование и государственное регулирование: соотношение и преимущества	7
Глава 2. Организации саморегулирования и другие формы объединения бизнеса. Классификация организаций саморегулирования	13
Глава 3. Правовые основы деятельности организаций саморегулирования в России	24
Раздел II. Деятельность организаций саморегулирования	39
Глава 4. Кодексы профессиональной деятельности организаций саморегулирования. Мониторинг кодексов	40
Глава 5. Третейские механизмы в рамках организации саморегулирования: правовые и организационные аспекты	52
Глава 6. Услуги членам организации саморегулирования	61
Глава 7. Защита коллективных интересов бизнеса. Взаимодействие организаций саморегулирования с органами государственной власти	68
Раздел III. Создание и развитие организаций саморегулирования	77
Глава 8. Создание организаций саморегулирования. Управление в организации саморегулирования.	77
Глава 9. Продвижение организаций саморегулирования.	89

ЧАСТЬ II	99
Раздел IV. Практика саморегулирования в России	99
Глава 10. Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР)	99
Глава 11. Профессиональная ассоциация регистраторов, трансфер-агентов и депозитариев (ПАРТАД)	116
Глава 12. Российская гильдия риэлторов (РГР)	125
Глава 13. Российская ассоциация прямых продаж (РАПП)	141
Глава 14. Институт профессиональных аудиторов (ИПАР)	147
Глава 15. Ассоциация добросовестных предпринимателей «БББ»	162
Глава 16. Ассоциация международных фармацевтических производителей (АІРМ)	168
Глава 17. Лига кредитных союзов (ЛКС)	174

Введение

В последние годы в деловых и в правительственных кругах России все чаще говорят о развитии саморегулирования бизнеса как способе повышения эффективности регулирования рынков и соответственно развития экономики страны. Создаются все новые объединения бизнеса, термин «саморегулирование» появляется в новых законах, в правительстве и парламенте рассматривается вопрос о целесообразности принятия специального закона о саморегулировании. Так что можно констатировать растущий интерес к этой теме и со стороны бизнес-сообщества, и со стороны государства.

В то же время саморегулирование — явление для нашей страны относительно новое. Поэтому далеко не все предприниматели, государственные служащие, исследователи четко понимают, что же такое саморегулирование бизнеса, в чем его отличие от других способов регулирования рынков и других форм объединения бизнеса. Интерес государства к этой теме вызывает у ряда предпринимателей беспокойство: не возникнут ли схемы добровольно-принудительного членства в организациях саморегулирования вместо, а то и вместе с государственным регулированием тех или иных сфер.

Задачей этой книги является подробный рассказ о саморегулировании как экономическом и правовом явлении. Книга рассчитана в первую очередь на предпринимателей, поэтому мы постарались показать, почему развитие саморегулирования выгодно для бизнеса, какова должна быть внутренняя структура и политика организации саморегулирования, чтобы ее деятельность максимально удовлетворяла интересам членов организации. В то же время организации саморегулирования не только обслуживают интересы собственных членов, но и выполняют важные общественные функции. Эффективное саморегулирование в интересах не только бизнеса, но и государства и потребителей. В книге мы постарались подробно рассмотреть и этот аспект проблемы.

Авторами книги являются юристы, которые принимали участие в подготовке пакета законопроектов по де бюрократизации экономики, экономисты, имеющие богатый опыт анализа практики саморегулирования в России и за рубежом, а также специалисты действующих организаций саморегулирования.

В разделе I мы расскажем о соотношении государственного регулирования и саморегулирования, сравнительных преимуществах саморегулирования по сравнению с государственным, отличиях организаций саморегулирования от других типов объединений бизнеса, а также о правовых основах саморегулирования в России. В разделе II мы остановимся на важнейших направлениях деятельности организаций саморегулирования: разработке и контроле за соблюдением добровольных стандартов профессиональной деятельности, внесудебном урегулировании споров, защите коллективных интересов бизнеса. В разделе III мы рассмотрим организационные аспекты деятельности организаций саморегулирования, их создания и развития. Раздел IV посвящен практике саморегулирования в России, деятельности конкретных организаций, причем такое описание дается «от первого лица» — о своих организациях рассказывают их руководители и высшие менеджеры.

Мы надеемся, что эта книга будет интересна и полезна как предпринимателям, так и специалистам действующих организаций саморегулирования и других ассоциаций бизнеса, специалистам государственных органов, исследователям.

ЧАСТЬ I

Раздел I. Саморегулирование в экономической и правовой системах

В этом разделе мы постараемся дать ответ на главный вопрос: что такое саморегулирование, в чем его потенциальные преимущества перед другими формами регулирования хозяйственной деятельности с точки зрения бизнеса, государства и общества и почему развитие саморегулирования в России является важным и перспективным.

Мы определим общие для всех организаций саморегулирования характеристики и признаки, которые отличают их от других форм объединения бизнеса. Однако при наличии общих черт конкретные формы саморегулирования могут быть чрезвычайно разнообразны, поэтому мы рассмотрим также различные типы и модели организаций саморегулирования, их сильные и слабые стороны, факторы, влияющие на выбор той или иной модели.

Распространение, эффективность и привлекательность саморегулирования для бизнеса и общества в большой степени зависит от правовой системы, поэтому мы подробно остановимся на правовых основах деятельности организаций саморегулирования в России, обратив внимание и на положительные моменты, и на пробелы нашего законодательства.

Глава 1. Саморегулирование и государственное регулирование: соотношение и преимущества

Саморегулирование – это легитимное регулирование определенных рынков и сфер деятельности самими экономическими агентами, без вмешательства государства.

Если рассматривать саморегулирование в координатах «свободный рынок» — «государственное регулирование», то в отличие от свободного рынка саморегулирование предполагает установление определенных формализованных «правил игры» участников рынка, включая санкции за нарушение этих правил, механизмы разрешения конфликтов между участниками рынка, которые в определенной степени ограничивают свободу экономических агентов. С другой стороны, как установление правил игры, так и разрешение конфликтов осуществляется самими участниками рынка, без прямого вмешательства государства. С этой целью ими создаются специальные организационные структуры — организации саморегулирования, которым и делегируются определенные полномочия и часть прав экономических агентов.

В современной экономике элементы государственного регулирования присутствуют фактически на всех рынках. Как взаимодействуют системы саморегулирования с государственным регулированием?

Взаимодействие государственного регулирования и саморегулирования:

- саморегулирование всегда осуществляется в рамках действующего законодательства и является легитимным;
- саморегулирование может фактически замещать государственное регулирование в определенных сферах;
- нормы саморегулирования могут дополнять и конкретизировать действующее законодательство;
- нормы саморегулирования могут ужесточать требования к участникам рынка по сравнению с требованиями законодательства.

Рассмотрим эти положения подробнее.

Правила саморегулирования в любом случае не противоречат формальным нормам, созданным государством, и являются легитимными. Безусловно, в реальной экономике могут существовать соглашения экономических агентов, реально воздействующие на их поведение на рынке и предполагающие определенные санкции за нарушения, но при этом противоречащие формальным нормам. Типичный пример таких соглашений — неформальные картельные соглашения. Но такого рода незаконные соглашения и объединения под наше определение саморегулирования не попадают.

В некоторых случаях саморегулирование фактически замещает государственное регулирование. Такая ситуация складывается в силу разных причин.

Так, правила ведения какой-либо деятельности, установленные самими участниками рынка, могут появиться раньше, чем нормы государственного регулирования. Если такие правила оказываются эффективными с точки зрения бизнеса и экономики в целом, то государство может отказаться от вмешательства в данную сферу.

Именно таким образом складывалась система регулирования рекламы в США. В 1906-1912 г.г. по инициативе бизнеса и СМИ в США стали создаваться так называемые «Комитеты бдительности», позднее трансформировавшиеся в Better Business Bureau (БББ). Задачей этих Комитетов было выявление случаев недобросовестной, с точки зрения потребителей и конкурентов, рекламы и воздействие на рекламодателей и рекламодателей с целью улучшения качества рекламы. В обществе зрело недовольство большим количеством неэтичных и просто недостоверных рекламных сообщений, все больше и больше людей говорили о необходимости навести порядок в этой сфере и требовали вмешательства государства. Но бизнес сам совместно со СМИ стал бороться с неэтичной и недостоверной рекламой: проводить мониторинг рекламных сообщений, разрабатывать кодексы честной рекламы, вести переговоры с рекламодателями с целью изменения рекламных сообщений, которые вызывали нарекания.

Конечно, путь не был гладким. Но в результате долгой работы была создана эффективная система контроля за соблюдением этических принципов в рекламе, которая эффективно функционирует и развивается до сих пор. В США так и не было принято федеральное законодательство, регулирующее рекламу, за исключением рекламы пищевых продуктов и медикаментов, а позднее – алкоголя и табака.

В настоящее время в США все чаще и чаще раздаются голоса, озабоченные достоверностью и этичностью рекламы, распространяемой через Интернет и требующие вмешательства государства. В ответ бизнес разрабатывает новые кодексы и системы контроля за их соблюдением, ориентированные на новую информационную среду. История повторяется...

В некоторых случаях взаимодействие государственного регулирования и саморегулирования может идти по пути передачи части полномочий государственных органов организациям саморегулирования, причем в этом случае государство может быть инициатором создания организаций саморегулирования, принимая соответствующие нормативные акты или создавая организационные и политические условия для деятельности этих организаций.

Подобные процессы происходят, например, в Великобритании в сфере телекоммуникаций, где стратегической задачей Министерства по телекоммуникациям (Office of Telecommunication, OFTEL) является развитие саморегулирования в этой сфере и передача части своих функций

организациям саморегулирования в следующих областях: предоставление потребителям информации о ценах и качестве услуг, которые позволили бы сравнивать различных поставщиков; разработка эффективного Кодекса поведения по отношению к потребителям и системы разбора жалоб потребителей; разработка «внутреннего» кодекса отрасли и технических стандартов и создание системы разрешения споров между компаниями. Надо учесть, что подобная стратегия разрабатывается в условиях серьезного роста конкуренции в Великобритании как в сфере стационарной телефонной связи (с развитием новых технологий и введением новых нормативных актов была разрушена многолетняя монополия British Telecom), так и в новых секторах телекоммуникационной отрасли (мобильная связь, услуги Интернет и т.п.).¹

В России в некоторых отраслях действуют похожие схемы. Так, в соответствии с «Основными законодательства Российской Федерации о нотариате» (приняты 11 февраля 1993 г.) контроль за деятельностью частных нотариусов возложен на нотариальные палаты и Федеральную нотариальную палату. В соответствии с законом «О рынке ценных бумаг» (принят 22 апреля 1996 г.) было создано несколько организаций саморегулирования в этой сфере, которым были переданы полномочия по контролю за деятельностью профессиональных участников рынка. Государство же через систему лицензирования организаций саморегулирования контролировало главным образом эти организации, а не участников рынка напрямую.

Очень часто нормы саморегулирования дополняют и конкретизируют положения законодательства. Во многих случаях такой подход объясняется спецификой сферы регулирования. Примером сферы, где государственное регулирование объективно затруднено, является реклама. Поскольку реклама представляет собой сплав коммерции и искусства, возможно негативное воздействие на потребителя художественными средствами при соблюдении буквы закона. Детальная законодательная регламентация использования художественных средств, с одной стороны, неэффективна, поскольку всегда будет объективно отставать от развития таких средств, а с другой стороны, может приводить к выхолащиванию рекламы, к превращению ее в голую информацию. При оценке рекламы зачастую приходится говорить в терминах «этично-неэтично», а не в терминах «законно-незаконно». Поэтому в большинстве стран регулирование рекламной сферы построено следующим образом: государство устанавливает основные рамочные (минималь-

¹ OFTEL Strategy Statement: Achieving the Best Deal for Telecoms Consumers. OFTEL, January, 2000.

ные) требования к рекламе и регламентирует отдельные, наиболее опасные или социально значимые виды рекламы (рекламу медикаментов, рекламу для детей и т.п.). Законодательство дополняется кодексами деловой этики организаций саморегулирования (или, как вариант, сорегулирования, о разнице между ними см. ниже), которые конкретизируют положения законодательства. Кроме того, организации саморегулирования при рассмотрении конкретных случаев руководствуются не только буквой закона или кодекса, но и здравым смыслом и могут рекомендовать снять или изменить рекламу, формально соответствующую букве закона.

В значительном числе случаев организации саморегулирования устанавливают для своих членов более жесткие нормы поведения, чем требуется законодательством. Подобное ужесточение норм может быть фактором в конкурентной борьбе: предполагается, что фирмы, соблюдающие более жесткие условия взаимодействия с клиентами и партнерами, оказываются более привлекательными для клиентов. Так, идея создания российского аналога *Better Business Bureau* базировалась именно на идее принятия бизнесом дополнительной ответственности перед потребителями, в том числе по внесудебному урегулированию споров. С другой стороны, принятие более жестких норм может служить реакцией на опасность ужесточения государственного регулирования. В ситуации, когда государство собирается ввести более жесткие нормы регулирования, бизнесу бывает выгодно опередить этот процесс, самостоятельно ввести более жесткие стандарты деятельности и таким образом показать, что бизнес сам в состоянии эффективно контролировать рынок и дополнительное государственное вмешательство не нужно.

В чем же основные преимущества и недостатки саморегулирования по сравнению с государственным регулированием? Сразу оговоримся, что на практике некоторые преимущества могут остаться нереализованными, равно как ряд недостатков вполне преодолим путем разработки специальных процедур и механизмов.

Преимущества саморегулирования:

- нормы саморегулирования, как правило, гибче норм, устанавливаемых государством, легче адаптируются к изменяющимся обстоятельствам, позволяют быстро заполнить имеющиеся пробелы в законодательстве;
- участники рынка имеют больше легальных возможностей воздействовать на нормотворчество и на политику организаций саморегулирования, чем на политику государственных органов, в

том числе путем выборов руководящих лиц организаций саморегулирования и «голосования ногами» (если членство в организации саморегулирования является обязательным);

- механизмы разрешения споров обычно дешевле для сторон и занимают меньше времени, чем судебное разбирательство;
- процедуры разрешения споров лучше адаптированы к условиям конкретной сферы и особенностям транзакций между участниками рынка, чем стандартные судебные процедуры;
- для государства возможна экономия бюджетных средств, если определенные функции государственных органов передаются органам саморегулирования, финансируемым самим бизнесом;
- создание организаций саморегулирования может позитивно сказываться на отношении общества к бизнесу, в том числе благодаря усилению транспарентности бизнеса;
- санкции, применяемые организациями саморегулирования, при определенных условиях вызывают меньше отторжения, чем санкции, применяемые государством (нет противостояния «хороший бизнес» — «плохое государство»).

Недостатки саморегулирования:

- требования, предъявляемые к членам организации саморегулирования, как правило, не распространяются на аутсайдеров (если только в отрасли есть аутсайдеры);
- в случае, если членство в организации саморегулирования является формальным или неформальным условием занятия профессиональной деятельностью в определенной сфере, имеется сильная тенденция к ограничению конкуренции, созданию входных барьеров в отрасль, что может привести к повышению цен на продукцию членов организаций саморегулирования. Этот эффект может перевешивать пользу от введения саморегулирования;
- зачастую формальные требования к членам со стороны организаций саморегулирования на практике не выполняются;
- организации саморегулирования могут применять к нарушителям стандартов ведения деятельности только ограниченный набор санкций (предупреждение, публичное заявление о нарушении, в редких случаях штрафы, исключение). Зачастую даже этот ограниченный набор санкций практически не применяется;
- существует определенное недоверие со стороны общества к способности бизнеса самостоятельно обеспечить регулирование определенной сферы и контроль за соблюдением установленных правил;
- объективно существует противоречие между задачей защитить интересы собственных членов и бизнеса в целом и необходимостью действовать в интересах всего общества;

- **существование неэффективной системы саморегулирования может служить препятствием к введению эффективного государственного регулирования или саморегулирования.**

Таким образом, организации саморегулирования обладают объективными сравнительными преимуществами в плане обеспечения эффективного контроля поведения производителей и продавцов. Но в ряде случаев эти преимущества перевешивают недостатки. Впрочем, значительная часть недостатков может быть компенсирована путем создания специальных механизмов в рамках организаций саморегулирования.

С учетом перечисленных выше преимуществ и недостатков саморегулирования можно сформулировать ряд условий, при которых саморегулирование может стать действительно более эффективной формой, чем государственное регулирование.

Условия эффективности саморегулирования:

- **саморегулирование должно реально поддерживать высокие стандарты функционирования бизнеса в определенной сфере, то есть иметь разработанный свод правил, систему контроля за соблюдением этих правил и применения санкций. Санкции должны реально применяться к нарушителям и быть для них значимыми;**
- **саморегулирование не должно создавать препятствия эффективной конкуренции на рынке;**
- **саморегулирование не должно обеспечивать соблюдение интересов собственно членов организации в ущерб общественным интересам.**

В следующих главах мы постараемся ответить на вопрос, как создать и развить действительно эффективную систему саморегулирования с учетом российских экономических, социальных и политических условий.

Глава 2.

Организации саморегулирования и другие объединения бизнеса.

Классификация организаций саморегулирования

Саморегулирование реализуется через создание участниками рынка специальных структур и делегирование им части полномочий, в том числе право контроля за соблюдением «правил игры»,

применения санкций за нарушение этих правил и разрешения споров как между участниками рынка, так и с аутсайдерами. Чаще всего органы саморегулирования представляют собой ассоциации бизнеса с фиксированным членством. Однако не всякая бизнес-ассоциация является организацией саморегулирования.

Ассоциацию бизнеса можно считать организацией саморегулирования, если ее участники делегировали ей право на выполнение следующих функций:

- разработку системы правил и стандартов деловой практики;
- осуществление мониторинга за соблюдением этих стандартов и правил;
- разработку и применение системы санкций за нарушение правил (как минимум — к членам организации, как максимум — ко всем участникам рынка);
- разработку собственной процедуры внесудебного разрешения споров как между членами ассоциации, так и с аутсайдерами (прежде всего, с потребителями).

Одной из целей организаций саморегулирования является представительство и защита интересов делового сообщества (отраслевого или бизнеса в целом) во взаимоотношениях с государством и другими общественными силами. Выполнение этой функции не является отличительной чертой организаций саморегулирования, с этой целью создаются другие объединения бизнеса, в том числе чисто лоббирующие. В развитых странах в некоторых случаях эта функция может практически полностью атрофироваться у организаций саморегулирования. Однако в российских условиях защита интересов бизнеса, прежде всего во взаимоотношениях с государством, чрезвычайно важна. И на федеральном, и на местном уровнях часто принимаются нормативные акты, ущемляющие права предпринимателей. Ведомственные инструкции часто не просто затрудняют нормальную работу компаний, но и противоречат друг другу. Широко распространен произвол чиновников и проверяющих. Отдельные фирмы в силу разных причин далеко не всегда могут и готовы спорить с государством, объединениям же бизнеса делать это значительно легче. Поэтому для российских условий в качестве важной задачи организаций саморегулирования следует указать *защиту законных интересов бизнеса во взаимоотношениях с государством.*

Именно выполнение (или в российских условиях хотя бы декларирование) бизнес-ассоциацией всех функций, перечисленных выше, и позволяет отнести ее к организациям саморегулирования.

В соответствии с таким критерием значительная часть весьма влиятельных и сильных российских бизнес-объединений не может быть в настоящий момент отнесена к организациям саморегулирования. Однако постепенная трансформации бизнес-ассоциации в организацию саморегулирования вполне возможна, как, впрочем, и обратный процесс: вырождение организации саморегулирования в лоббирующую структуру или в клуб по интересам.

Понятием, близким к саморегулированию, является так называемое *«сорегулирование»*, то есть *совместное участие в регулировании государства и различных участников рынка (не только производителей, но и потребителей, инфраструктурных организаций, профсоюзов и т.п.)*. Сорегулирование позволяет обеспечить баланс интересов и выработать правила игры, приемлемые для всех заинтересованных сторон.

Зачастую граница между само- и сорегулированием весьма тонка. Так, в руководство бизнес-ассоциаций, обладающих признаками организаций саморегулирования, могут входить аутсайдеры (ученые, представители потребительских организаций и т.п.). Нередка и практика привлечения аутсайдеров в органы по мониторингу деятельности членов организации саморегулирования и в органы по внесудебному урегулированию споров. Более того, наличие в той или иной форме элементов сорегулирования является во многих случаях важным фактором общественной эффективности саморегулирования как системы.

В то же время стоит разделять организации саморегулирования (пусть даже с определенным участием аутсайдеров) и сорегулирования. Это различие принципиально по ряду причин.

Во-первых, если деятельность организации саморегулирования прежде всего направлена на защиту интересов бизнеса в данной сфере, а необходимость учета интересов потребителей или угроза государственного вмешательства воспринимаются как внешние ограничения, то организации и системы сорегулирования служат для согласования интересов различных игроков, в том числе сильно расходящихся. Зачастую элементы сорегулирования появляются путем введения в структуры управления крупными корпорациями (прежде всего естественными монополиями) представителей общественности, либо в государственные регулирующие органы представителей бизнеса и/или общественности. То есть сорегулирование может реализовываться через иные организационные формы, чем саморегулирование.

Во-вторых, различается мотивация участников организаций саморегулирования и сорегулирования. Если в организациях саморегулирования существенным мотивом для членов является полу-

чение конкурентных преимуществ и иных частных благ, то в организациях сорегулирования решается проблема балансирования интересов различных участников рынка. Поэтому со стороны бизнеса в таких организациях участвуют, как правило, не отдельные компании, а бизнес-ассоциации (в том числе организации саморегулирования) как представители интересов бизнеса данной отрасли. Отдельные компании могут участвовать в системах сорегулирования в том случае, если частные выгоды от участия в такой системе (от установления правил, учитывающих интересы всего бизнеса отрасли) превышают частные издержки. Это справедливо, например, для компаний, являющихся монополистами или занимающих доминирующее положение на рынке. В ряде случаев участие в системах сорегулирования может быть привлекательным и для компаний с меньшей рыночной долей, которые, однако, способны получить иные, кроме общих рыночных правил, выгоды от участия в сорегулировании (например, политический эффект для собственников или высших менеджеров компаний). Для большинства же фирм в отрасли прямое участие в системах сорегулирования не является привлекательным, поскольку участие в таких системах требует определенных затрат, но не приносит прямых выгод в виде конкурентных преимуществ и т.п.

В России примером организации сорегулирования является Рекламный Совет России (до 1999 г. – Общественный Совет по рекламе). В его состав входят как представители бизнес-объединений рекламной отрасли (Ассоциации рекламодателей, Российской Ассоциации рекламных агентств, Национальной рекламной ассоциации), так и представители государственных органов (Министерства по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства РФ) и организаций потребителей (КонфОП). Совет ведет работу по установлению стандартов деятельности (до 2001 г. такие стандарты устанавливались Сводом обычаев и правил делового оборота рекламы на территории РФ, который формировался преимущественно на основе прецедентов; в 2001 г. был подписан Рекламный кодекс России – более всеобъемлющий и кодифицированный документ) и по мониторингу соблюдения стандартов в этой сфере, и по разбору жалоб и конфликтов (мы пока оставим за скобками вопрос об эффективности этой деятельности). Однако при этом и инициатива создания Совета, и его текущая работа не есть дело собственно представителей рекламной сферы. Во многом Совет является местом, где происходит согласование интересов государства, бизнеса и потребителей. Подобная роль Совета особенно явно проявлялась в ходе обсуждения проекта закона «О рекламе» в 1999 г. и поправок к этому закону в 2000 – 2001 гг. Совет выступал в качестве своего рода согласительной комиссии, призванной обеспечить баланс интересов рекламной индустрии, ре-

гулирующих органов и потребителей. Именно участие представителей государства и организаций потребителей делает Рекламный совет типичным примером организации сорегулирования.

Организации саморегулирования разнообразны. Приведем несколько классификаций таких организаций, которые позволят лучше понять особенности различных типов.

Организации саморегулирования можно разделить *по принципу объединения* (сфере совместных интересов). По этому параметру выделяются:

- **отраслевые**, то есть организации, объединяющие предпринимателей (фирмы) по отраслевому признаку. Примеры в России: Российская гильдия риэлторов, НАУФОР, ПАРТАД, IАРМ и др.
- **объединения «по технологиям» (по ресурсам)**, когда объединяющим элементом служит не общий характер производимых товаров (услуг), а использование схожих ресурсов и/или технологий. Пример: Ассоциация прямых продаж, в которую входят компании, предлагающие абсолютно разные товары (книги, косметику, пищевые добавки и т.п.), но использующие одинаковую технологию продвижения товаров.
- **межотраслевые** – объединяющие фирмы, не связанные ни общей технологией, ни общим товаром. Пример такой организации: американские БББ и их российские аналоги.

«Сфера охвата» организации саморегулирования во многом определяет содержание ее деятельности и с точки зрения общих интересов и взаимодействия членов, и с точки зрения взаимодействия с аутсайдерами. В отраслевых организациях единство интересов значительно сильнее, чем в межотраслевых, однако и больше возможности для столкновения конкурентных интересов членов организации. В организациях «технологических» общность интересов по определенным параметрам может быть весьма высока, однако круг общих вопросов, как правило, ограничен. Возможно, столкновение конкурентных интересов, однако оно имеет свои особенности. Так, например, для фирм, действующих в сфере прямых продаж, главное поле конкурентной борьбы – не собственно предлагаемые товары, а конкуренция за продавцов. Для них не столь важно, что продавать, сколько – кто и как будет продавать. В межотраслевых организациях, с одной стороны, общие интересы участников выражены не столь явно, а с другой – именно такие организации могут действовать на более широком поле и выступать выразителем интересов бизнеса в целом. Соответственно различа-

ются и стимулы для вступления в разные типы организаций, и набор предоставляемых услуг.

Организации саморегулирования можно разделить также по принципу *обязательности* или *добровольности* членства.

Обязательность членства устанавливается законом и в некоторых случаях является условием занятия профессиональной деятельностью. В России предусмотрено обязательное членство частнопрактикующих нотариусов в нотариальной палате (в соответствии с Основами законодательства Российской Федерации о нотариате), адвокатов – в адвокатских коллегиях. Длительное время обязательным было членство профессиональных участников фондового рынка в соответствующих организациях (установлено Указом Президента РФ № 1008 от 01.07.96 и отменено Указом Президента РФ № 1756 от 16.10.2000). В зарубежной практике зачастую обязательным является членство в профессиональных организациях врачей, юристов, архитекторов, аудиторов и т.п.)

В большинстве организаций саморегулирования и у нас, и за рубежом членство является добровольным. Компании вступают в подобные организации для того, чтобы получить какие-то особые услуги или конкурентные преимущества на рынке.

Добровольность или обязательность членства серьезно влияет на управление внутри организации (в организациях с обязательным членством невозможно «голосовать ногами»). Естественно, различаются и масштабы воздействия на рынок (для организаций с обязательным членством выполнение правил организации саморегулирования фактически означает возможность занятия профессиональной деятельностью).

На наш взгляд, полезной для анализа деятельности конкретных организаций саморегулирования и выработки рекомендаций по их развитию является *классификация по целевой функции*.

По этому параметру можно выделить три типа организаций саморегулирования:

- *квасирегулирующие;*
- *коллективные брэнды;*
- *цеховые.*

Эти типы не являются «чистыми», реально действующие организации могут обладать чертами разных типов, может происходить трансформация из одного типа в другой. Однако, на наш взгляд,

большинство действующих организаций может быть с достаточной долей уверенности отнесено к тому или иному типу. Рассмотрим подробнее каждый из этих типов.

К квазирегулирующим можно отнести организации саморегулирования, доминирующей целевой функцией которых является регулирование соответствующей отрасли или сегмента рынка.

Это предполагает, что установление определенных стандартов деятельности членов, мониторинг соблюдения этих стандартов и санкции за их нарушения являются не средством достижения какой-либо иной цели, например, получения конкурентных преимуществ, а непосредственной целью деятельности организации.

Достижение этой цели предполагает формальную или неформальную передачу государственных регулирующих функций подобной организации. Формальная передача, как правило, осуществляется на основании закона или иного нормативного акта. Это может происходить путем закрепления в законе прав и обязанностей организации саморегулирования по отношению к членам организации и по отношению к государству (например, обязанности принимать стандарты профессиональной деятельности и следить за их соблюдением, оценивать уровень профессиональной подготовки участников рынка и т.п.) В некоторых случаях подобная передача полномочий может происходить путем официального признания государственными органами кодексов профессионального поведения организаций саморегулирования и придания им статуса нормативного документа. Такая практика широко распространена, например, в Великобритании.

Возможна и неформальная передача функций государственного регулирования организациям саморегулирования. Это, как правило, происходит в сферах, где специального государственного регулирования еще нет. Если бизнес успевает создать эффективную систему саморегулирования до того, как будут приняты соответствующие нормативные акты, то есть шанс, что специальное государственное регулирование не появится. Как уже говорилось выше, именно таким образом возникли американские БББ, которые в сфере рекламы действуют именно как квазирегулирующая организация.

Условием успешной реализации квазирегулирующей функции является возможность воздействия организации саморегулирования на весь рынок либо, по крайней мере, на его основную часть. В противном случае теряется сам смысл регулирования. Достижение этого возможно несколькими путями.

Простейшим и наиболее распространенным способом является законодательное закрепление обязательности членства в органи-

зации саморегулирования (как вариант, в одной из нескольких организаций). В этом случае участие в организации саморегулирования и соответственно соблюдение принятых ею стандартов деятельности, является условием занятия определенным видом бизнеса. Таким образом обеспечивается полный контроль организации за ведением профессиональной деятельности в определенной сфере. Это, например, схема российской Федеральной нотариальной палаты. Эта же схема действовала на фондовом рынке до отмены обязательности членства.

Возможен и более мягкий вариант: занятие определенным видом деятельности возможно и без членства в организации саморегулирования, но существующие традиции делают положение аутсайдеров существенно менее выгодным, чем инсайдеров. Для того чтобы такая схема работала, на рынке должны существовать сильные традиции и ярко выраженные предпочтения потребителей. Поэтому такая ситуация возможна либо в традиционных сферах, где саморегулирование действует в течение десятилетий, а то и столетий.

Такова, например, ситуация с членством в британских медицинских ассоциациях. Организации саморегулирования медицинской сферы действуют в Великобритании по закону. Первая и на сегодняшний день крупнейшая подобная организация, General Medical Council, GMC, объединяющая около 200 тыс. практикующих врачей, была создана в соответствии с законом 1858 г. Аналогичные организации созданы для фармацевтов, вспомогательного медицинского персонала, представителей отдельных медицинских профессий (дантистов, физиотерапевтов и т.п.). В их задачу входит:

- установление стандартов профессиональной деятельности;
- мониторинг соблюдения этих стандартов членами организации, применение санкций за нарушение стандартов;
- работа с жалобами потребителей и разрешение споров;
- ведение реестра членов.

Только члены соответствующих организаций могут использовать определенные титулы; только члены созданный по закону организаций саморегулирования могут работать в Национальной службе здравоохранения (National Health Service, NHS). Прямой запрет для не членов организаций вести медицинскую практику в британском законодательстве отсутствует, однако спрос на услуги врачей, не входящих в соответствующие организации, а соответственно и уровень доходов, значительно ниже. Поэтому только менее 10% практикующих британских медиков осуществляют эту деятельность не будучи членами соответствующих профессиональных ассоциаций².

² National Consumer Council. Self-Regulation of Professionals in Health Care. NCC, June, 1999.

Еще одним вариантом полной реализации квазирегулирующей функции является ситуация, когда организация саморегулирования может распространять свои стандарты и требования не только на членов организации, но и на всех участников рынка. В этом случае необходимы наличие сильных неформальных норм, делающих санкции по отношению к аутсайдерам со стороны организации саморегулирования действенными. Набор подобных санкций объективно ограничен: только различная степень публичного осуждения. В этом случае позиция организации саморегулирования по отношению к участнику рынка — не члену организации должна оказывать реальное воздействие на поведение потребителей и других контрагентов соответствующей фирмы. Наверное, наиболее яркий пример подобного воздействия — деятельность американских БББ в сфере рекламы. Однако подобную ситуацию можно отнести, скорее, к исключительным случаям.

Организации саморегулирования, представляющие собой *коллективные брэнды, ориентированы на получение конкурентных преимуществ за счет использования коллективной торговой марки*. В этом случае поддержание высоких стандартов ведения бизнеса является средством, позволяющим обеспечить конкурентные преимущества, а не самоцелью. В России к организациям подобного типа можно отнести Ассоциацию прямых продаж, Гильдию риэлторов, БББ, ряд других организаций.

Чтобы существование подобных организаций имело смысл, с точки зрения их участников, необходимо соблюдение следующих условий:

- поддержание коллективного брэнда наряду с индивидуальным (компании ведь не отказываются от продвижения собственных торговых марок) должно быть выгодно для фирм-участников;
- поддержание высоких стандартов ведения бизнеса и наличие системы урегулирования споров должно являться важным фактором продвижения коллективного брэнда.

На выполнение этих условий воздействует множество факторов: уровень и формы конкуренции на рынке, эластичность спроса по цене и по неценовым факторам, степень государственного регулирования рынка и т.п. Рассмотрим некоторые, на наш взгляд, наиболее существенные:

- эффективное поддержание коллективных брэндов организациями саморегулирования более вероятно в сферах производства и предложения сложных товаров или услуг, измерение

- качества которых до потребления связано с запретительно высокими издержками. В этом случае гарантии третьей стороны являются существенным фактором потребительского выбора;
- создание привлекательных коллективных брэндов организаций саморегулирования возможно в отраслях, где отсутствует жесткое государственное регулирование де-факто. Если государством уже установлены и эффективно поддерживаются высокие требования к ведению бизнеса, дальнейшее повышение стандарта с целью создания конкурентных преимуществ вряд ли окажется экономически выгодным. Подчеркнем, что речь идет не о наличии нормативных требований как таковых, а о реальном контроле за их соблюдением со стороны государства.
 - коллективные брэнды организаций саморегулирования могут стать привлекательными только при общем достаточно низком стандарте ведения бизнеса. Если в силу каких-то причин потребителям предлагаются в целом качественные товары, то конкурентные преимущества от установления повышенных стандартов деятельности становятся менее существенными;
 - конкурентные преимущества за счет коллективного брэнда организации саморегулирования не являются существенными на быстрорастущих рынках с высокой нормой прибыли. Пока клиентов и прибыли хватает на всех, создание столь сложного механизма вряд ли экономически целесообразно. На «зрелом» рынке при снижающейся норме прибыли поиск нетрадиционных форм конкуренции становится существенно более привлекательным.

Основная цель цеховых организаций – поддержание закрытой корпорации (цеха) с гарантированным уровнем дохода и сравнительными конкурентными преимуществами участников. Для организаций этого типа характерны:

- ограничение числа участников;
- внутренние, а не публичные схемы контроля за деятельностью членов;
- важная роль традиций и неформальных правил в деятельности организации.

Иными словами, для этих организаций действительно характерны черты цеховой системы.

По внешним признакам цеховые организации часто схожи с квазирегулирующими: то же стремление забрать себе все регулиру-

ющие функции, закрепить, если возможно, собственное исключительное положение нормами закона и т. п. Однако между этими типами организаций есть существенные отличия. Цеховые организации не столько стремятся контролировать всех участников рынка, сколько получить преимущества для собственных членов. Такие преимущества могут поддерживаться традициями, законом или и тем, и другим (последнее, с точки зрения членов ассоциации, предпочтительнее). Для организаций этого типа не так уж важно, действуют ли на рынке аутсайдеры, сколько то, чтобы члены организации имели существенные преимущества перед аутсайдерами.

Цеховые организации наиболее распространены среди высококвалифицированных и высокооплачиваемых специалистов: медиков, юристов разного профиля. Они, как правило, предполагают членство физических лиц. Многие подобные организации имеют многовековые традиции и действительно являются наследниками средневековых цехов. Опора на традиции и стереотипы поведения потребителей зачастую позволяет подобным организациям особо не заботиться поддержанием высоких стандартов деятельности: созданный давно позитивный брэнд работает на эти организации и при снижении стандартов функционирования.

Примером подобного воздействия традиций могут служить российские адвокатские коллегии. В общественном сознании существует стереотип, что адвокат лучше просто юриста. Более того, и в судах отношение к адвокатам значительно более благожелательное, чем к просто юристам. В то же время ни более строгого контроля за качеством оказываемых услуг, ни более высокой квалификации адвокатов по сравнению с остальными юристами не наблюдается. В 2000 г. КонфОП было проведено исследование рынка юридических консультационных услуг для населения. Всего было обследовано 136 консультаций в трех городах: Москве, Екатеринбурге и Тольятти. Во всех консультациях задавался один и тот же вопрос, так что результаты вполне сравнимы. Исследование показало, что качество консультаций, данных адвокатами, не превосходило качества консультаций, даваемых «просто» юристами, а часто и уступало³. То есть с уверенностью можно сказать, что превосходство адвоката над «просто юристом» – это стереотип, существующий у публики, а отнюдь не констатация реального положения дел.

Одним из отличительных признаков цеховых организаций является стремление установить высокие входные барьеры. В некото-

³ Браун К., Блинова Н., Гоулд С., Завидова С. и др. Методика проведения потребительских исследований. Результаты исследования юридических услуг. М., ИИФ «СПРОС-КонфОП», 2000.

рых случаях подобные организации прямо лимитируют количество собственных членов. В некоторых — устанавливают сложную процедуру вступления в организацию: сдачу сложных квалификационных экзаменов, требования к опыту работы, испытательные сроки и т. п. Помимо неденежных входных барьеров членство в подобных организациях может быть еще и весьма дорогостоящим. Эти меры направлены, прежде всего, на поддержание ореола исключительности и корпоративной замкнутости, а также на поддержание определенного (высокого) уровня доходов членов организации.

Еще одной особенностью цеховых организаций является то, что стандарты профессиональной деятельности далеко не всегда кодифицированы. Так, большинство российских адвокатов согласны с существованием понятия «профессиональная адвокатская этика», даже более-менее сходятся в том, что понимается под этим. Однако какого-либо документа, принятого адвокатскими коллегиями и кодифицирующего эти принципы, не существует.

Таким образом, организации саморегулирования, обладая общими отличительными признаками, многообразны. Соответственно могут существенно различаться и «рецепты» эффективности подобных организаций. Рассказывая о деятельности и развитии саморегулирования, мы всегда будем принимать в расчет эти различия.

Глава 3.

Правовые основы деятельности организаций саморегулирования в России

Развитие саморегулирования в России происходит в рамках существующей правовой системы. Надо сказать, что положения, касающиеся деятельности организаций саморегулирования, «рассыпаны» по разным нормативным актам.

За пределами отраслевого законодательства организации саморегулирования действуют в России по принципу «разрешено все, что не запрещено». С одной стороны, это дает существенную свободу подобным организациям при определении направлений своей деятельности. С другой стороны, организации саморегулирования с правовой точки зрения не отличаются от любых других форм объединения бизнеса.

В этой главе мы рассмотрим правовые аспекты создания и деятельности организаций саморегулирования, особо остановившись на следующих вопросах:

- организационно-правовая форма организаций саморегулирования;
- общие нормы законодательства, на которые следует обращать внимание организациям саморегулирования (налоговое, антимонопольное, гражданское и гражданско-процессуальное законодательство);
- отраслевое законодательство об организациях саморегулирования;
- изменения в российском законодательстве, необходимые для эффективного развития саморегулирования и перспективы их принятия.

С точки зрения права, организация саморегулирования – это некоммерческая организация, объединяющая на основе членства физических и/или юридических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью.

Исходя из этого, организационно-правовой формой организаций саморегулирования являются различные виды некоммерческих организаций. В некоторых случаях организации саморегулирования могут действовать в форме общественных объединений. Различные организационно-правовые формы имеют свои преимущества и недостатки, на которых мы подробно остановимся в главе 8.

Налоговое законодательство. Организации саморегулирования подпадают под правила и нормы налогообложения, предусмотренные для некоммерческих организаций, что необходимо учитывать при разработке финансовой и бухгалтерской политики, а также при подборе персонала (например, для организаций саморегулирования могут быть более полезными бухгалтера, имеющие опыт работы в некоммерческих организациях, чем специалисты из коммерческих компаний).

Антимонопольное законодательство. В соответствии со ст. 17 закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» государственный антимонопольный орган осуществляет контроль за созданием, слиянием и присоединением объединений коммерческих организаций (ассоциаций, союзов). Предварительный контроль создания, слияния, присоединения объединений осуществляется во всех случаях независимо от количества членов, активов членов и организации и других факторов.

В соответствии с п.8 ст.17 того же Закона государственная регистрация объединений, созданных без предварительного согласия

антимонопольного органа, может быть по иску этого органа признана недействительной в судебном порядке⁴.

Следует иметь в виду, что предварительное согласие антимонопольного органа требуется только для создания ассоциаций или союзов, *для создания некоммерческого партнерства такого согласия не требуется.*

Кроме того, существует общая норма ст.6 п.4 закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», гласящая: *«Запрещается объединениям коммерческих организаций (союзам или ассоциациям), хозяйственным обществам и товариществам осуществление координации предпринимательской деятельности коммерческих организаций, которая имеет либо может иметь своим результатом ограничение конкуренции».* Нарушение этого требования может приводить в том числе и к ликвидации соответствующих организаций по решению суда по иску антимонопольного органа.

Взаимодействие с государственными органами. С целью защиты коллективных интересов своих членов или бизнеса в целом организация саморегулирования, если это предусмотрено ее уставом, может обращаться в органы исполнительной власти за разъяснениями, уточнениями по различным вопросам, а также с собственными предложениями по совершенствованию нормативно-правовой базы как в области общих интересов бизнеса, так и в сфере профессиональной деятельности своих членов.

Таким образом, организация саморегулирования использует установленное Конституцией Российской Федерации право граждан на коллективные обращения в государственные органы и органы местного самоуправления.

При этом следует помнить, что, как правило, за разъяснениями по применению различных нормативно-правовых актов организациям саморегулирования нужно обращаться к тем государственным органам, которые, собственно, и приняли эти акты. Существуют также государственные органы, которые уполномочены давать официальное толкование тому или иному законодательству. Например, Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства РФ дает официальные разъяснения по применению потребительского законодательства РФ.

В процессе защиты интересов всего бизнес-сообщества организациям саморегулирования совместно с другими бизнес-ассо-

⁴ Подробнее о процедуре согласования создания объединения юридических лиц с антимонопольными органами см. Н.И.Клейн, Н.Е.Фонарева (ред.) Конкурентное право Российской Федерации. М., Логос, 1999.

циями целесообразно обращаться в государственные органы исполнительной власти так называемой общей компетенции. Таким органом на федеральном уровне является Правительство РФ, на уровне субъекта Федерации – правительства республик, краев, областей, а на локальном уровне – органы местного самоуправления.

При отстаивании интересов своих членов организация саморегулирования взаимодействует, как правило, с отраслевыми органами исполнительной власти (Министерства, ведомства и их территориальные управления), а также со всевозможными контролирующими органами. Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 134-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» установлено право юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на облегченный режим государственного контроля, если эти хозяйствующие субъекты являются членами саморегулируемой организации, уставными документами которой предусмотрена субсидиарная ответственность за ущерб, причиненный членами указанной организации вследствие несоблюдения обязательных требований, предъявляемых к профессиональной деятельности, являющейся предметом саморегулирования. Очевидно, что основную роль в согласовании с контролирующим органом предоставления такого льготного режима будет играть сама организация саморегулирования, а не ее члены.

При защите интересов бизнеса вообще и профессиональных интересов членов организации саморегулирования нужно помнить и о возможности влияния на законодательную деятельность. Сами по себе организации саморегулирования не обладают правом законодательной инициативы, то есть они не могут напрямую вносить в законодательный орган проекты законов и поправки в существующее законодательство. Но, во-первых, за некоторыми организациями саморегулирования прямо закреплено право участвовать в разработке нормативно-правовых актов по проблемам профессиональной деятельности их членов (например, такое право закреплено за органами саморегулирования в области рекламы). Во-вторых, законопроекты могут представляться при помощи субъектов, наделенных правом законодательной инициативы. На федеральном уровне такими субъектами являются Президент Российской Федерации, Совет Федерации, члены Совета Федерации, депутаты Государственной Думы, Правительство Российской Федерации, законодательные (представительные) органы субъектов Российской Федерации. Право законодательной инициативы принадлежит так-

же Конституционному суду Российской Федерации, Верховному суду Российской Федерации и Высшему арбитражному суду Российской Федерации по вопросам их ведения.

При защите отдельной компании (своего члена) организация саморегулирования будет сталкиваться прежде всего с теми государственными органами, которые уполномочены осуществлять контроль за деятельностью данного юридического лица или индивидуального предпринимателя.

Гражданско-процессуальное право. Поскольку одной из важнейших задач организаций саморегулирования является защита законных интересов своих членов, в том числе судебным путем, следует уделить особое внимание гражданско-процессуальным нормам.

В соответствии с современным российским законодательством организации саморегулирования могут подавать иски в суд от своего имени, но в защиту интересов другого юридического или физического лица (члена организации саморегулирования или его клиента) *только в том случае, если это право прямо закреплено за ними законом* (ст. 42 ГПК РФ).

Ст. 16 закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)», вступившего в силу 11 августа 2001 г., устанавливает, что объединения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а также иные некоммерческие организации вправе обращаться в суд в защиту прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, в том числе в защиту прав неопределенного круга юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, если подобные полномочия закреплены в уставных документах этих организаций.

Помимо данной нормы рекламным законодательством органам саморегулирования в области рекламы предоставляется право подавать иски в защиту потребителей рекламы (ст. 28 закона «О рекламе»).

За профессиональными объединениями аудиторов закреплено право защищать профессиональные интересы аудиторов в органах государственной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, судах и правоохранительных органах. Но данное право в Федеральном законе от 7 августа 2001 г. № 119-ФЗ «Об аудиторской деятельности» имеет достаточно общую формулировку, а так как Закон был принят совсем недавно, правоприменительная практика еще не успела сформироваться. Поэтому сейчас нельзя с уверенностью утверждать, что ст. 20 предоставляет профессиональному объединению аудиторов право от своего име-

ни подавать иски в защиту интересов своих конкретных членов. Поэтому при возникновении необходимости подачи иска в защиту конкретного аудитора или неопределенного круга аудиторов профессиональному объединению аудиторов лучше сослаться на ст. 16 закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)».

Другими законами на сегодня специального права на обращение в суд от своего имени в защиту интересов других лиц для организаций саморегулирования не установлено.

Таким образом, при защите интересов своих членов организации саморегулирования могут подавать иски от своего имени в соответствии с законом «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)». Порядок судебной защиты организациями саморегулирования интересов третьих лиц определяется общими гражданско-процессуальными нормами о представительстве (глава 5 ГПК РСФСР, глава 5 АПК РФ). То есть юридическое или физическое лицо (клиенты членов организации саморегулирования) могут пригласить специалиста данной организации саморегулирования в качестве своего представителя по доверенности. Исключение в данном случае составляют органы саморегулирования в области рекламы при защите интересов потребителей рекламы.

Судебная защита профессиональных интересов членов организации саморегулирования может заключаться и в обжаловании нормативных и ненормативных актов государственных органов, органов местного самоуправления и иных органов, не соответствующих законам и иным нормативным правовым актам и нарушающих права и законные интересы организаций и граждан.

При этом следует учитывать, что ненормативные акты государственных и иных органов оспариваются в арбитражных судах (ст. 22, 24 АПК РФ). Дела об оспаривании ненормативных актов высших органов государственной власти, а также об оспаривании нормативных актов федеральных министерств и ведомств, касающихся прав и свобод граждан, рассматриваются Высшим арбитражным судом и Верховным судом Российской Федерации (ст. 116 ГПК РСФСР, ст. 24 АПК РФ). Нормативные акты органов власти и должностных лиц субъектов РФ обжалуются в суд соответствующего субъекта РФ (ст. 115 ГПК).

Важным правовым актом, имеющим отношение ко всем организациям саморегулирования, стал принятый 8 августа 2001 г. Федеральный закон № 134-ФЗ «О защите прав юридических лиц и

индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)». Ст. 7 данного закона устанавливает льготный режим проверок для членов организаций саморегулирования (саморегулируемых организаций по тексту закона), при котором проверяются не все хозяйствующие субъекты, состоящие в данной организации саморегулирования, а только 10%, которые определяются по выбору контролирующего органа.

Для целей данного закона сформулировано следующее определение саморегулируемой организации как *«некоммерческой организации, созданной путем объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей и имеющей своей основной целью обеспечение добросовестного осуществления профессиональной деятельности членами саморегулируемой организации»* (ст.2).

Теоретически каждая организация, в уставе которой содержится указание на подобные функции, и создавшая механизмы субсидиарной ответственности перед третьими лицами, имеет право претендовать на упрощенный режим государственного контроля. Но поскольку подзаконных актов (инструкций и т.п.), подробно описывающих процедуру введения подобного режима контроля (надзора) пока нет, организации саморегулирования могут столкнуться с проблемами, пытаясь обеспечить упрощенный режим контроля для своих членов. Кроме того, в Законе содержится еще ряд ограничений на введение упрощенного режима контроля, затрудняющих его практическое применение, о которых подробнее будет рассказано в главе 7.

Еще одна проблема связана с тем, что у вышеупомянутого закона достаточно узкая сфера применения: он *не* распространяется на 14 видов государственного контроля, в том числе таможенный, лицензионный и др. Кроме того, под действие этого закона не подпадает контроль со стороны органов самоуправления. Поэтому льготы, предусмотренные для организаций саморегулирования, достаточно ограничены. Но все же это лучше, чем ничего.

Помимо общих норм, положения, касающиеся деятельности организаций саморегулирования, содержатся в ряде отраслевых законодательных актов. В законах РФ «О рекламе», «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», «О рынке ценных бумаг» содержатся нормы, определяющие деятельность организаций саморегулирования (или саморегулируемых организаций) в этих сферах. Кроме того, создание общественных объединений, которые по нашему определению могут быть отнесены к организациям саморегулирования, предусмотрено законом «Об адвокатуре в СССР» (принят в 1979 г., но до сих пор действует в части, не противоречащей законодательству РФ) «Положением об адвокатуре

РСФСР», утвержденным законом РСФСР от 20.11.1980 № 1596, законом РФ от 11.02.93 № 4462-1 «Основы законодательства Российской Федерации о нотариате». Рассмотрим эти отраслевые нормы подробнее.

Существование организаций *саморегулирования в области рекламы* было установлено ст. 28 Федерального закона от 18.07.95 № 108-ФЗ «О рекламе». В данном законе организации подобного типа названы «органами саморегулирования».

Законом «О рекламе» четко устанавливаются возможные организационно-правовые формы, в которых могут создаваться органы саморегулирования: либо общественные организации (ст. 8 Федерального закона от 19.05.95 № 82-ФЗ «Об общественных объединениях»), либо ассоциации и союзы юридических лиц (ст.ст. 121-123 Гражданского кодекса РФ, ст.ст. 11,12 Федерального закона от 12.01.96 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Органы саморегулирования в области рекламы наделяются достаточно широкими, но, по большей части, общими полномочиями. В частности, они:

- привлекаются к участию в разработке требований к рекламе, в том числе проектов законов и иных нормативных правовых актов;
- проводят независимую экспертизу рекламы на предмет установления ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и направляют соответствующие рекомендации рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламораспространителям;
- привлекаются федеральным антимонопольным органом (его территориальными органами) при осуществлении им контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе;
- направляют в органы прокуратуры материалы и обращаются в федеральные органы исполнительной власти в связи с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе;
- органы саморегулирования в области рекламы вправе предъявлять иски в суд, арбитражный суд в интересах потребителей рекламы, в том числе неопределенного круга потребителей рекламы, в случае нарушения их прав, предусмотренных законодательством Российской Федерации о рекламе.

Право принятия органом саморегулирования внутренних стандартов для рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей в законе не указано, это, однако, не означает, что

эти организации не могут принимать подобные стандарты. Не оговорено специально и создание механизмов по внесудебному разрешению споров.

Как уже говорилось в предыдущей главе, Рекламный совет России можно отнести, скорее, к организациям сорегулирования (совместного регулирования рекламной сферы участниками рынка и государством). Различные же объединения рекламодателей и рекламораспространителей, в принципе, могут действовать как организации саморегулирования, но пока в российской практике эти организации не имеют ни четко определенных стандартов деловой практики, ни механизмов контроля за их соблюдением, ни органов по разрешению споров. Так что парадокс российской действительности состоит в том, что несмотря на существование нормативной базы, реально действующих организаций саморегулирования (именно саморегулирования, а не сорегулирования!) в сфере рекламы в России фактически нет.

Закон от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» устанавливает правовые основы деятельности организаций саморегулирования (саморегулируемых организаций по тексту закона) *в сфере оценочной деятельности*.

Закон позволяет создавать саморегулируемую организацию в форме любой некоммерческой организации или даже общественного объединения (ст. ст. 15, 22 закона «Об оценочной деятельности»).

Саморегулируемые организации в сфере оценочной деятельности могут осуществлять следующие функции (ст. 22 закона «Об оценочной деятельности»):

- *защитить интересы оценщиков*, хотя в законе не прописаны конкретные формы такой защиты;
- *содействовать повышению уровня профессиональной подготовки оценщиков; содействовать разработке образовательных программ по профессиональному обучению оценщиков;*
- *разрабатывать собственные стандарты оценки;* при этом законом (ст. 15) установлена обязанность оценщика предоставлять заказчику полную и достоверную информацию об уставе и кодексе этики (то есть внутреннем стандарте оценки) той саморегулируемой организации, на членство в которой он ссылается в своем отчете;
- *разрабатывать и поддерживать собственные системы контроля качества осуществления оценочной деятельности;* контроль за деятельностью своих членов саморегулируемая организация проводит независимо от государственных органов. При

выявлении определенных нарушений в деятельности конкретных оценщиков, саморегулируемая организация может принимать внутренние дисциплинарные меры (такие, как предупреждение, выговор — вплоть до исключения из членов данной саморегулируемой организации) к своим членам. Законом «Об оценочной деятельности» также предусмотрена возможность подачи саморегулируемой организацией ходатайства об отзыве лицензии оценщика в случае наличия оснований, предусмотренных ст. 24 Закона.

Деятельность организаций *саморегулирования в области аудиторской деятельности* регулируется Федеральным законом от 7 августа 2001 г. № 119-ФЗ «Об аудиторской деятельности». Хотя в этом законе не используется термин «саморегулирование», но профессиональные аудиторские объединения, по сути, выполняют функции таких организаций. По законодательному определению аккредитованное профессиональное аудиторское объединение — это объединение аудиторов, индивидуальных аудиторов, аудиторских организаций, созданное в соответствии с законодательством Российской Федерации в целях обеспечения условий аудиторской деятельности своих членов, защиты их интересов, действующее на некоммерческой основе, устанавливающее обязательные для своих членов правила (стандарты) осуществления профессиональной деятельности и профессиональной этики, осуществляющее систематический контроль за их соблюдением, получившего аккредитацию в уполномоченном федеральном органе.

Условия аккредитации профессионального аудиторского объединения, помимо соответствия всем вышеперечисленным признакам, заключаются еще и в определенных требованиях к членству в этом объединении. Аккредитацию может получить организация, членами которой являются не менее 1000 аттестованных аудиторов и (или) не менее 100 аудиторских организаций.

Ст. 20 Закона закрепляет следующие права аккредитованного профессионального аудиторского объединения:

- участвовать в аттестации на право осуществления аудиторской деятельности, проводимой уполномоченным федеральным органом (то есть государственным органом, осуществляющим полномочия по контролю и надзору за аудиторской деятельностью);
- в соответствии с квалификационными требованиями уполномоченного федерального органа разрабатывать учебные программы и планы, осуществлять профессиональную подготовку аудиторов;

- самостоятельно или по поручению уполномоченного федерального органа проводить проверки качества работы аудиторских организаций или индивидуальных аудиторов, являющихся их членами;
- по итогам проведенных проверок применять меры воздействия к виновным лицам и обращаться в уполномоченный федеральный орган с мотивированным ходатайством о наложении взыскания на таких лиц;
- ходатайствовать перед уполномоченным федеральным органом о выдаче претендентам квалификационных аттестатов аудитора;
- ходатайствовать перед уполномоченным федеральным органом о приостановлении действия и аннулировании квалификационного аттестата аудитора в отношении своих членов;
- ходатайствовать перед уполномоченным федеральным органом о выдаче, приостановлении действия и аннулировании лицензии в отношении своих членов;
- обращаться в совет по аудиторской деятельности с предложениями по регулированию аудиторской деятельности;
- содействовать развитию профессии аудитора и повышению эффективности аудиторской деятельности в Российской Федерации;
- защищать профессиональные интересы аудиторов в органах государственной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, судах и правоохранительных органах;
- разрабатывать и издавать литературу и периодические издания по аудиту и сопутствующим ему услугам;
- представлять интересы аудиторов в международных профессиональных организациях аудиторов;
- осуществлять иные функции, определенные уполномоченным федеральным органом.

О практической деятельности организаций саморегулирования в сфере аудиторской деятельности см. главу 14.

Наиболее детальную регламентацию в российском законодательстве получила деятельность **организаций саморегулирования на рынке ценных бумаг**. Правовой базой для деятельности этих организаций являются: Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» и Постановление Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 1 июля 1997 г. № 24 «Об утверждении Положения о саморегулируемых организациях профессиональных участников рынка ценных бумаг и Положения о лицензировании саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг».

В законе «О рынке ценных бумаг» саморегулируемым организациям посвящена глава 13. В соответствии с законом *саморегулируемая организация – это добровольное объединение профессиональных участников рынка ценных бумаг, функционирующее на принципах некоммерческой организации.*

Для осуществления деятельности в качестве саморегулируемой организации юридическое лицо должно соответствовать ряду требований. Во-первых, законом и Постановлением ФКЦБ устанавливается, что организацией саморегулирования может быть юридическое лицо, учрежденное не менее чем десятью профессиональными участниками рынка ценных бумаг. Положение о саморегулируемых организациях профессиональных участников рынка ценных бумаг конкретизирует эту норму закона и закрепляет правило, по которому в случае, если число членов саморегулируемой организации стало менее десяти, Федеральная комиссия приостанавливает действие выданной ей лицензии на срок до трех месяцев. Если по истечении указанного срока количество членов саморегулируемой организации не приведено в соответствие с требованиями в отношении количества членов, Федеральная комиссия аннулирует выданную ей лицензию (п. 1.10 указанного Положения).

Во-вторых, организация, созданная профессиональными участниками рынка ценных бумаг, приобретает статус саморегулируемой организации на основании разрешения, выданного Федеральной комиссией. В Положении о лицензировании саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг это разрешение прямо именуется лицензией. Порядок предоставления Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг таких лицензий определяется ст. 50 закона «О рынке ценных бумаг» и вышеуказанным Положением, утвержденным ФКЦБ.

Очень широк объем полномочий, предоставляемых саморегулируемым организациям на рынке ценных бумаг. В самом общем виде эти полномочия закрепляются в ст. 49 Закона. В соответствии с ней саморегулируемая организация вправе:

- получать информацию по результатам проверок деятельности своих членов, осуществляемых в порядке, установленном Федеральной комиссией (региональным отделением Федеральной комиссии);
- разрабатывать правила и стандарты осуществления профессиональной деятельности и операций с ценными бумагами своими членами и осуществлять контроль за их соблюдением;
- контролировать соблюдение своими членами принятых саморегулируемой организацией правил и стандартов осуществле-

ния профессиональной деятельности и операций с ценными бумагами;

- в соответствии с квалификационными требованиями Федеральной комиссии разрабатывать учебные программы и планы, осуществлять подготовку должностных лиц и персонала организаций, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг, определять квалификацию указанных лиц и выдавать им квалификационные аттестаты.

Особое внимание нужно уделить контрольной деятельности организаций саморегулирования на рынке ценных бумаг. В соответствии с п. 7.3.10 Положения организация саморегулирования применяет к нарушителям правил и стандартов профессиональной деятельности *штрафные и иные санкции* в соответствии с законодательством Российской Федерации, актами Федеральной комиссии, своим уставом и внутренними документами. Таким образом, саморегулируемым организациям профессиональных участников рынка ценных бумаг официально делегированы полномочия по наложению санкций, предусмотренных российским законодательством.

Наконец, Положением о саморегулируемых организациях профессиональных участников рынка ценных бумаг подробно регламентирован порядок внесудебного разрешения споров между членами саморегулируемой организации, а также между членами саморегулируемой организации и их клиентами. Такие споры разрешаются либо в постоянно действующем третейском суде, созданном при самой организации саморегулирования, либо в постоянно действующем третейском суде, с которым организация саморегулирования заключила соответствующий договор.

При этом споры между членами саморегулируемой организации и саморегулируемой организацией, между саморегулируемой организацией и лицами, которым было отказано в приеме в члены саморегулируемой организации, между саморегулируемой организацией и иными членами рынка ценных бумаг разрешаются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации (то есть в арбитражном суде или независимом⁵ третейском суде).

О реальном практическом опыте деятельности организаций саморегулирования на рынке ценных бумаг мы расскажем в гл. 10 и 11.

Таким образом, современное российское законодательство не создает неустранимых препятствий для развития саморегулирова-

⁵ Под независимостью третейского суда в этом случае понимается, что данный третейский суд не является постоянно действующим третейским судом при организации саморегулирования.

ния в России. В то же время совершенствование законодательства о саморегулировании может придать этому процессу дополнительный стимул.

Возможные направления совершенствования законодательства:

Введение федеральным законом новой организационно-правовой формы некоммерческих организаций – «организация саморегулирования». Необходимость подобного выделения связана, во-первых, с теми ограничениями существующих организационно-правовых форм, о которых говорилось выше, а во-вторых, с необходимостью юридически отделить организации саморегулирования как особый тип организаций со специфическими задачами и функциями от других некоммерческих организаций. Соответствующие нормы могли бы быть внесены в закон РФ «О некоммерческих организациях» и в ГК РФ.

Проекты соответствующих поправок были разработаны Министерством экономического развития и торговли РФ при поддержке ИНП «Общественный договор» и с учетом предложений действующих организаций саморегулирования⁶.

В разработанном законопроекте предусмотрено, что организацией саморегулирования является основанная на членстве некоммерческая организация, созданная в целях установления и продвижения стандартов профессиональной деятельности, а также защиты общих интересов потребителей и своих членов. Членами организации саморегулирования могут являться как юридические лица, так и граждане. Предусмотрены следующие основные обязанности организаций саморегулирования, являющиеся в то же самое время их отличительными признаками:

- формирование стандартов профессиональной деятельности, обязательных для членов организаций саморегулирования, и контроль за их исполнением всеми членами организаций саморегулирования;
- создание механизмов внесудебного разрешения споров между членами организации саморегулирования и между членами организации саморегулирования и потребителями товаров (работ, услуг);
- создание механизмов ответственности за ущерб, причиненный третьим лицам.

Более четкое определение прав организаций саморегулирования вне зависимости от сферы деятельности. В законодательстве имело бы смысл зафиксировать права организаций саморегулирования:

⁶ Законопроект см. на сайте ИНП «Общественный договор» www.inp.ru

- обращаться в суд в защиту интересов своих членов;
- обращаться в государственные органы и в суд в защиту интересов потребителей в сфере действия организации саморегулирования (как конкретных потребителей, так и неопределенного круга лиц);
- обжаловать нормативные акты органов государственной власти и местного самоуправления, касающиеся членов организаций саморегулирования;

Обязанность государственных органов взаимодействовать с организациями саморегулирования. Имело бы смысл законодательно обязать государственные органы:

- информировать организации саморегулирования о разработке нормативных актов, регулирующих деятельность их членов;
- рассматривать предложения и замечания организаций саморегулирования по проектам нормативных актов, затрагивающих деятельность их членов;
- учитывать мнение организаций саморегулирования при формировании государственной политики в сфере деятельности организации саморегулирования.

Конкретизация положений закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)». Для того чтобы льготы, закрепленные в этом законе, стали реальными, необходима разработка соответствующих ведомственных положений и инструкций, подробно расписывающих процедуры упрощенного контроля.

Ряд организаций саморегулирования предлагает не ограничиваться внесением поправок в действующие законы и принять отдельный закон «Об организациях саморегулирования»⁷. На наш взгляд, не столь принципиально, будут ли положения об организациях саморегулирования как особой форме некоммерческих организаций с особыми правами и обязанностями закреплены в отдельном законе или в поправках к действующему законодательству, сколько сам факт такого закрепления.

⁷ См, например, материалы на сайте НАУФОР www.naufor.ru

Раздел II. Деятельность организаций саморегулирования

Организации саморегулирования по сути своей ориентированы на производство трех типов благ: внутренних благ для членов организации (в экономической теории такие блага еще называют «клубными»), благ для отрасли в целом и благ для общества в целом.

Производство частных благ обеспечивает условие существования организации саморегулирования, поскольку в общем случае члены организации участвуют в ее деятельности и платят взносы не ради идеи, а ради вполне конкретных услуг, получаемых от организации саморегулирования. Отраслевые блага – это те блага, которые достаются всем субъектам определенной сферы деятельности, вне зависимости от того, состоят ли они членами организации саморегулирования или нет. Так, любое лоббирование в интересах отрасли, судебное опротестование незаконных нормативных актов государственных органов и т.п. является коллективным (отраслевым) благом для определенной группы. Эта функция организаций саморегулирования в развитых экономиках может уходить на второй план, но в России является чрезвычайно важной. Производство же общественных благ отличает организацию саморегулирования от других типов бизнес-объединений. Основными общественными благами, производимыми организациями саморегулирования, является поддержание стандартов деятельности и механизмы разрешения споров.

В этом разделе мы подробно рассмотрим основные направления деятельности организаций саморегулирования: принятие и мониторинг кодексов поведения бизнеса, механизмы внесудебного разрешения споров (общественные блага); услуги членам организации (клубные блага); защита коллективных интересов бизнеса и взаимоотношения с государством (отраслевые блага).

Глава 4.

Кодексы профессиональной деятельности организаций саморегулирования.

Мониторинг кодексов

Одним из важнейших признаков организации саморегулирования является наличие внутреннего кодекса профессиональной деятельности членов организации саморегулирования.

Кодекс профессиональной деятельности — это внутренний документ организации саморегулирования, устанавливающий стандарты ведения бизнеса в той или иной сфере, соблюдение которого является обязательным для членов данной организации.

Следует подчеркнуть различие между кодексом профессиональной деятельности и уставом организации. Устав в основном направлен на регулирование деятельности самой организации. Там устанавливается организационно-правовая форма организации, порядок управления, состав имущества, порядок финансирования деятельности организации и другие подобные вопросы. Устав, безусловно, регулирует отношения между членами организации и самой организацией, но только в самом общем виде. Кодексы же устанавливают подробные правила поведения, по которым компании живут не только внутри данной организации саморегулирования, но также действуют на рынке и взаимодействуют с другими экономическими агентами. Таким образом, кодексы больше ориентированы на «внешний мир». Конечно, теоретически возможно включение тех норм, которые обычно прописываются в кодексе, в устав организации саморегулирования. Но подобное объединение вряд ли обосновано с точки зрения практики. Во-первых, в таком случае объем этого документа будет неоправданно большим, устав будет трудно читаем, а соответственно с большой долей вероятности не будет зарегистрирован в государственных органах. Во-вторых, кодекс профессиональной деятельности организации саморегулирования должен быть достаточно мобильным документом, который реагирует на все изменения рыночной ситуации и государственного регулирования. А если учесть, что все изменения, вносимые в устав (то есть основной документ организации), как правило, сначала утверждаются высшим органом управления данной организации, а затем должны регистрироваться в соответствующих государственных органах, то о мобильности кодекса в подобной ситуации придется просто забыть.

Разработка и принятие подобных кодексов — один из первых шагов при создании организации саморегулирования. Как уже говорилось, именно наличие формализованных требований к ведению бизнеса является отличительным признаком организаций саморегулирования по сравнению с другими объединениями бизнеса. В основу разработки кодексов может лечь как опыт компаний, действующих на рынке в данной отрасли, так и материалы аналогичных организаций за рубежом или международные кодексы.

Можно сформулировать несколько базовых требований к кодексу профессиональной деятельности организации саморегулирования.

Базовые требования к кодексам организаций саморегулирования:

- кодекс должен соответствовать действующему законодательству;
- кодекс должен максимально учитывать не только интересы членов организации, но и интересы аутсайдеров;
- кодекс должен быть конкретным: не просто декларация о намерениях, но вполне конкретными обязательствами компаний — членов организации;
- кодекс должен быть реально выполнимым.

Декларативность кодексов — это беда очень многих организаций. Смысл кодекса деловой практики не просто сказать: мы обязуемся вести бизнес честно, но и сформулировать конкретные обязательства, запреты и т.п. В противном случае становится практически невозможным контроль за соблюдением кодекса и разрешение конкретных споров на его основе, то есть не выполняются другие функции организации саморегулирования.

Что касается *реальной выполнимости кодексов*, то эта проблема часто возникает, когда в основу документов российских организаций кладутся переводные материалы. Всегда следует помнить о том, что как бы хорош ни был, например, американский кодекс, в другом государстве иная система права и, что иногда более важно, иные традиции ведения бизнеса и состояние рынка.

При разработке кодекса следует иметь в виду, что, хотя это и внутренний документ, он должен быть доступен и понятен и аутсайдерам, в том числе непрофессионалам. Поэтому особое внимание надо уделять стилю написания кодекса — он должен быть понятен как узким специалистам, так и более широкому кругу читателей. Особенно важно обращать внимание на стиль, если в осно-

ву кодекса положены переводные материалы. Простой неадаптированный перевод международных кодексов или кодексов, принятых в другой стране, вряд ли будет адекватен и по содержанию, и по стилю.

В некоторых случаях может быть целесообразна разработка и принятие нескольких кодексов, регулирующих различные аспекты деятельности компаний — членов организации саморегулирования. Это удобно в тех случаях, когда различные аспекты деятельности ориентированы на разные группы аутсайдеров. При таком подходе кодекс взаимоотношений с конечными потребителями, например, может быть написан более простым языком, а кодекс, регулирующий стандарты деятельности или взаимоотношения с профессиональными контрагентами, более специфически-профессиональным.

Так, все национальные ассоциации прямых продаж принимают Кодекс взаимоотношения с потребителями, в котором регулируются вопросы профессиональной этики во взаимодействии с потребителями, такие, как запрет на использование вводящих в заблуждение методов продаж, обязательное письменное оформление договора на бланке, содержащем полные реквизиты компании, безусловное соблюдение права гражданина на неприкосновенность личной жизни, обязательное доведение до потребителя его права на внесудебное разрешение споров и др. Параллельно в некоторых странах приняты отдельные кодексы деловой практики, регулирующие отношения с продавцами. В сфере прямых продаж большинство продавцов не являются штатными сотрудниками компаний, а зарегистрированы как независимые предприниматели. Поэтому в их взаимоотношениях с компанией, предоставляющей товар, возникает много тонкостей и проблем. Кроме того, значительная часть мошенничеств в сфере прямых продаж связана не с отношениями с конечными потребителями, а именно с продавцами. Кодексы, регулирующие отношения с продавцами, как правило, содержат следующие требования к компаниям — членам ассоциации прямых продаж: в рекламе и других материалах компания не приводит завышенной информации о предполагаемых доходах продавцов-распространителей, компании не требуют от распространителей купить больше товара, чем они могут реализовать в разумный срок, компании не могут обязывать распространителей покупать у компании обучающие материалы, компания должна обеспечить возможности обратного выкупа у распространителей нераспроданного товара и др.

В данном случае принятие двух кодексов вместо одного позволят с меньшими издержками доводить их до целевой аудитории (потребителей и продавцов-распространителей соответственно). Облегчает нали-

чие двух кодексов и процедуру разрешения споров (отдельно с потребителями и отдельно с продавцами). Впрочем, в ряде стран вопросы, регулирующие отношения с продавцами-распространителями, интегрированы в единый кодекс¹.

Конкретное содержание профессиональных кодексов зависит от состава организации. Если организация межотраслевая, то кодекс содержит более общие принципы ведения бизнеса. Если организация отраслевая, то в кодексе могут содержаться технические детали и стандарты, относящиеся к данной сфере профессиональной деятельности.

Как правило, содержание кодексов профессиональной деятельности можно разделить на несколько частей. В идеале структура кодекса должна выглядеть таким образом:

Материальные нормы (то есть нормы, которые непосредственно устанавливают права и обязанности членов организации саморегулирования):

1. Общие положения.
2. Правила деятельности членов организации саморегулирования (внутренние стандарты).
3. Ответственность членов организации саморегулирования (виды санкций, которые может применять организация саморегулирования).

Процессуальные нормы:

4. Мониторинг деятельности членов организации саморегулирования на предмет исполнения материальных норм кодекса (полномочия органа, осуществляющего контроль за деятельностью членов организации саморегулирования, порядок проведения проверок).
5. Порядок наложения санкций (орган, уполномоченный налагать санкции за допущенные нарушения, процедура рассмотрения дел о нарушениях Кодекса профессиональной деятельности).
6. Порядок внесудебного разрешения споров между членами организации саморегулирования, а также между членами и их клиентами.

На практике все вышеперечисленные элементы могут содержаться как в одном, так и в нескольких внутренних документах. Очень часто в организациях саморегулирования документ, называемый Кодексом профессиональной деятельности, не содержит все указанные выше положения, а включает в себя, например, только общие положения и принципы профессиональной деятельности. Это вполне допустимо, если вопросы механизма ответст-

¹ См. сайт www.dsa.org Американской ассоциации прямых продаж, сайт www.dsa.org.uk Ассоциации прямых продаж Великобритании

венности и внесудебного разрешения споров регламентируются другими актами организации.

Так, в Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР) общие положения и внутренние стандарты деятельности членов этой организации саморегулирования определяются Уставом, Правилами членства, Правилами профессиональной этики членов НАУФОР. Вопросы о понятии дисциплинарного проступка члена НАУФОР, видах и порядке применения санкций разрешаются в Дисциплинарном кодексе и Положении о Дисциплинарном комитете НАУФОР. Полномочия контролирующего органа и порядок осуществления контроля за деятельностью членов НАУФОР устанавливаются в Положении о порядке проведения проверок. Деятельность третейского суда при Национальной ассоциации участников фондового рынка также регламентируется целым рядом документов, в частности Положением о третейском суде, Регламентом третейского суда и некоторыми другими актами.

Регламентация процессуальных вопросов в отдельных документах разумна и с точки зрения разграничения полномочий органов внутреннего управления организацией саморегулирования. Но подробнее на этой проблеме мы остановимся несколько позже.

Рассмотрим более детально все логические элементы Кодекса профессиональной деятельности организации саморегулирования.

Общие положения. В данном разделе определяется сфера применения данного кодекса, соотношение с международным правом и российским законодательством, определение основных используемых терминов.

Сфера применения Кодекса организации саморегулирования — это отношения между членами организации саморегулирования (например, недопущение недобросовестной конкуренции), а также между членами организации саморегулирования и другими экономическими агентами (в том числе потребителями).

Правила поведения в области профессиональной деятельности членов российских организаций саморегулирования, устанавливаемые кодексами, безусловно должны соответствовать российскому законодательству и международным договорам, ратифицированным Российской Федерацией (Конституцией РФ устанавливается приоритет международных норм над нормами национальных правовых актов).

Как правило, стандартами саморегулирования устанавливаются более жесткие требования, чем те, которые предусмотрены в законодательстве. Поэтому многие организации саморегулирования прописывают в кодексах только дополнительные (более

жесткие) принципы профессиональной деятельности. В подобной ситуации в «общих положениях» должна содержаться соответствующая статья.

В общих положениях кодекса необходимо давать также определение всем специальным терминам, которые используются в Кодексе, во избежание разногласий при их толковании. Например, в Кодексе профессиональной этики по отношению к потребителю в области прямых продаж, принятом Российской ассоциацией прямых продаж, содержатся определения понятий «прямые продажи», «Ассоциация прямых продаж», «продавец», «групповая продажа» и некоторых других терминов.

Внутренние стандарты деятельности членов организации саморегулирования. Это основная содержательная часть Кодекса. В нее включаются правила поведения, принятые членами организации саморегулирования. Такие стандарты устанавливаются с учетом специфики профессиональной деятельности, поэтому общие рекомендации по составлению этого раздела Кодекса могут носить только технический характер. Во-первых, формулировки обязанностей членов организации саморегулирования должны быть конкретными и не допускать разночтений. Во-вторых, не стоит перегружать Кодекс положениями, установленными в действующем законодательстве, лучше включить общую отсылочную норму в раздел «общие положения». В-третьих, как уже говорилось выше, при использовании зарубежных аналогов текст переводимых документов должен адаптироваться к российской правовой действительности. Наконец, в-четвертых, на этапе редактирования кодекса целесообразно привлекать независимых экспертов (например, специалистов по защите прав потребителей, если продукция членов организации саморегулирования предназначена для потребительского рынка), хотя, конечно же, основную работу по составлению свода правил профессиональной деятельности должны выполнять отраслевые специалисты.

Ответственность членов организации саморегулирования и порядок наложения санкций. Кодекс профессиональной деятельности в обязательном порядке должен содержать систему санкций, применяемых организацией саморегулирования к тем ее членам, которые допускают нарушения установленных внутренних стандартов.

Проблема санкций, налагаемых организацией саморегулирования на своих членов, является достаточно сложной с теоретической, а, следовательно, и с практической точки зрения. В праве понятие «санкция» используется для обозначения обязательной составляющей части правовой нормы, в которой указываются небла-

гоприятные последствия, ожидающие нарушителя правила поведения, устанавливаемого данной правовой нормой. Так как исполнение всех правовых норм обеспечивается принудительной силой государства, то и применением наказаний (то есть санкций) занимаются специальные государственные органы.

Проблема заключается в том, что нормы Кодекса профессиональной деятельности не являются нормами права в российской правовой традиции и напрямую принудительной силой государства не обеспечиваются. Организации саморегулирования в большей степени используют другие способы воздействия на своих членов для исполнения ими взятых на себя обязательств – силу традиций, силу общественного мнения, привлекательность членства в организации саморегулирования с точки зрения конкурентоспособности. Поэтому санкции, применяемые организациями саморегулирования, нельзя приравнивать к административным наказаниям, налагаемым государственными органами. Эти санкции носят скорее договорной характер (подробнее см. раздел о правовом статусе профессиональных кодексов).

Конечно, нельзя сказать, что организации саморегулирования вообще не обладают возможностью принуждения. Но эта возможность ограничивается только регулированием вопросов членства. Само собой, организация саморегулирования в состоянии объявить своему недисциплинированному члену замечание, выговор, организовать против него кампанию в средствах массовой информации. Но максимум, что может сделать организация саморегулирования самостоятельно (без помощи принудительной силы государства) – это исключить злостного нарушителя внутренних стандартов профессиональной деятельности из своего состава.

Совершенно иная ситуация складывается, если в Кодексе профессиональной деятельности установлена материальная ответственность (всевозможные штрафы) за нарушение его положений. Никогда не следует забывать о том, что, принимая Кодекс, члены организации саморегулирования добровольно устанавливают для себя определенные обязанности, в том числе понести определенную моральную и материальную ответственность за нарушение Кодекса профессиональной деятельности. Поэтому в случае, если член организации саморегулирования не исполняет взятых на себя обязательств, организация саморегулирования сама не сможет заставить его понести материальное наказание (то есть штраф) иначе как силой, так сказать, убеждения. Если же такого метода воздействия окажется недостаточно, ей придется обращаться в суд (специальный государственный орган, уполномоченный назначать наказания уже исходя из норм права). При этом штрафы, предусмотренные внутренними документами организации саморегу-

лирования, скорее всего, будут рассматриваться судом как санкции гражданско-правового характера.

Мониторинг деятельности членов организации саморегулирования. Установление внутренних стандартов профессиональной деятельности — это только полдела. Не менее, а то и более важной задачей является разработка эффективных механизмов мониторинга кодекса. В качестве способов проверки деятельности своих членов организация саморегулирования может использовать несколько схем как независимо друг от друга, так и в комплексе.

Во-первых, несомненно эффективной является работа с обращениями и жалобами потребителей и конкурентов. Для сбора информации о деятельности своих членов организация саморегулирования может использовать несколько видов источников информации: письменные обращения, звонки по телефону, сообщения по электронной почте. При этом очень важным моментом является фиксация и обработка полученной информации. Очевидно, что организация саморегулирования заинтересована в определенном статистическом учете обращений. Поэтому должное внимание нужно уделять таким элементам делопроизводства, как регистрация исходящей и входящей корреспонденции, ведение журнала учета телефонных звонков, работа с электронной почтой.

Во-вторых, организация саморегулирования должна создать и поддерживать собственную систему контроля и надзора за деятельностью своих членов.

Так, в Национальной ассоциации участников фондового рынка создано специальное Управление мониторинга и контроля НАУФОР, основной задачей которого является выявление и предупреждение нарушений учредительных и внутренних документов НАУФОР, законодательства Российской Федерации о ценных бумагах, нормативных правовых актов Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг (далее – Федеральная комиссия), Центрального банка Российской Федерации, иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих деятельность на рынке ценных бумаг. Данное управление осуществляет проверки деятельности членов НАУФОР на основании внутреннего Положения о порядке проведения проверок. В этом положении устанавливаются цели проведения проверок, их виды, непосредственная процедура проверки, основания для ее проведения, порядок формирования инспекционной группы, правила оформления результатов проверок. Немаловажной частью Положения о проведении проверок Саморе-

гулируемой организацией «Национальная ассоциация участников фондового рынка» являются обязанности, установленные для проверяемых организаций.

В-третьих, при мониторинге деятельности своих членов организация саморегулирования может пользоваться услугами сторонних независимых организаций. Такими организациями могут быть, например, потребительские организации, если продукция членов организации саморегулирования выходит непосредственно на потребительский рынок.

Наконец, в-четвертых, при осуществлении своих надзорных полномочий организация саморегулирования может взаимодействовать с государственными органами. Так как внутренние кодексы профессиональной деятельности нельзя приравнивать к нормам права (об этом уже упоминалось в настоящей главе), полностью возложить контроль за соблюдением его положений членами организации саморегулирования на государственные органы, конечно же, невозможно. Но не стоит забывать, что за некоторыми саморегулируемыми организациями законом прямо закреплено право участвовать в проверках, проводимых соответствующими органами государственной власти. В этих случаях организации саморегулирования могут использовать технические и правовые возможности госорганов в целях мониторинга внутренних стандартов профессиональной деятельности.

Процедур внесудебного разрешения споров между членами организации саморегулирования, а также между членами организации саморегулирования и их клиентами в настоящем пособии будет посвящена отдельная глава. Поэтому здесь мы не будем подробно останавливаться на данном логическом элементе Кодекса профессиональной деятельности.

Немаловажной проблемой является процедура принятия Кодекса профессиональной деятельности организациями саморегулирования и внесения в него изменений и дополнений.

Полномочия различных органов управления организации саморегулирования по принятию различных внутренних нормативных актов определяются Уставом организации.

Очевидно, что материальные нормы Кодекса (здесь имеются в виду три первых структурных элемента кодекса — общие положения, непосредственные правила профессиональной деятельности, система санкций, а также наиболее общие нормы всех остальных элементов) должны приниматься общим собранием членов орга-

низации. Обычно общее собрание членов является Высшим органом управления в некоммерческих организациях, основанных на членстве. Это логично, так как члены организации саморегулирования, по сути, сами для себя устанавливают внутренние стандарты профессиональной деятельности (как правило, более жесткие, чем это предусмотрено соответствующим законодательством), добровольно берут на себя обязанность по их соблюдению, а также обязанность понести определенную ответственность за их неисполнение. Поэтому содержательной части Кодекса должен придаваться статус высшего нормативного акта организации саморегулирования. По общему правилу, если какой-либо документ принимается определенным органом, изменения и дополнения в этот документ вносятся также принявшим органом. Поэтому если возникнет необходимость изменить и/или дополнить Кодекс, этот вопрос нужно выносить на обсуждение опять-таки общего собрания членов.

Основные процессуальные нормы могут приниматься высшим исполнительным органом организации саморегулирования. При этом как по вопросам осуществления контроля, так и по вопросам рассмотрения дел о нарушениях желательно отдельно принимать положение об органе, уполномоченном на проведение соответствующих мероприятий, и отдельно – положение о порядке проведения соответствующей процедуры.

Отнесение принятия внутренних нормативных документов к компетенции высших исполнительных органов саморегулируемой организации целесообразно, во-первых, с точки зрения мобильности принятия изменений и дополнений, а во-вторых, с точки зрения удобства восприятия информации.

Важным вопросом является статус профессиональных кодексов организаций саморегулирования как источника права и признание их в качестве такого источника судебной системой и иными государственными органами.

В Великобритании существует несколько форм подобного признания (приведены по степени жесткости связи с государственным регулированием).

Согласованные кодексы – это кодексы, принятые путем согласования (формального или неформального) с государственными органами и потребительскими организациями. Так был принят, например, Кодекс Ассоциации поставщиков энергии (Association of Energy Suppliers).

Кодексы, одобренные антимонопольным органом. Такие кодексы разрабатываются профессиональными ассоциациями при консультации

антимонопольного органа (Office of Fair Trade, OFT), а затем официально признаются Генеральным директором OFT. Критерием такого признания служит оценка общего экономического эффекта от принятия кодекса, в том числе позитивное воздействие на качество услуг, предоставляемых потребителям. При этом признается, что введение подобных кодексов, соблюдение которых фактически является условием осуществления профессиональной деятельности в определенной сфере, налагает определенные ограничения на конкуренцию. Обязанность по контролю за соблюдением установленных правил полностью лежит при этом на профессиональной ассоциации, никакие иные санкции, кроме санкций самой организации (судебное или административное преследование), к нарушителям применено быть не может. К подобным кодексам, одобренным OFT, не применяется ряд общих норм антимонопольного законодательства. То есть в данном случае можно говорить об использовании принципа эффективности в антимонопольном регулировании. В настоящее время в Великобритании по этой схеме принято 49 профессиональных кодексов.

Признанные кодексы – это документы, принятые на основании определенных нормативных актов. В законодательстве определены некоторые «рамочные» положения, которые в обязательном порядке должны содержаться в подобных документах, однако основное содержание кодексов – дело организации саморегулирования. Контроль за соблюдением кодекса также полностью возлагается на организацию саморегулирования. По этой схеме приняты, например, кодексы юридической и медицинской практики, кодексы в сфере аудиторской и страховой деятельности и т.п.

Официально рекомендованные кодексы – это документы, разработанные регулирующими органами при консультации с организациями саморегулирования. Они, как правило, принимаются для расширения и конкретизации законодательных актов. В частности, подобные официально рекомендованные кодексы были приняты в развитие Закона о недвижимости (Real Estate Act). Эти документы не имеют статуса закона, однако, помимо санкций со стороны организации саморегулирования, к нарушителям может применяться и судебное преследование. Такую схему нельзя отнести к чистому саморегулированию – здесь имеет место смешанная форма, включающая и элементы саморегулирования, и элементы государственного регулирования.²

В России вопрос о правовом статусе кодексов организаций саморегулирования до сих пор остается открытым.

Некоторые специалисты рассматривают совокупность устава саморегулируемой организации и внутренних стандартов про-

² National Consumer Council. Models of Self-Regulation. NCC, December, 2000.

фессиональной деятельности как разновидность гражданско-правового договора о совместной деятельности³. Тогда обязательства по соблюдению правил профессиональной деятельности будут рассматриваться как частно-правовые, а санкции за их неисполнение будут обычными гражданско-правовыми. В связи с этим необходимо уделить внимание форме договора, а также вернуться к вопросу о санкциях, применяемых организацией саморегулирования.

Вопрос о форме договора, заключаемого между членами организации саморегулирования и самой организацией, становится актуальным не в момент ее создания, а при дальнейшей деятельности организации саморегулирования и принятии в ее состав новых членов. Это и понятно, так как при создании организации саморегулирования учредители (которыми могут быть и первые члены организации) подписывают учредительный договор и устав, в котором сами для себя определяют основополагающие принципы совместной деятельности. Документом, подтверждающим заключение подобного договора, является протокол собрания учредителей.

А вот затем совокупность устава организации саморегулирования и кодекса профессиональной деятельности приобретает статус договора присоединения (ст. 428 Гражданского кодекса РФ), который вновь вступающими в организацию саморегулирования членами либо принимается целиком, либо полностью не принимается, но тогда данная организация не может стать членом организации саморегулирования.

При принятии устава и кодекса в качестве изначально установленной формы договора присоединения необходим еще один документ для подтверждения факта заключения этого договора. Этим документом может стать определенный бланк, в котором лицо, вступающее в организацию саморегулирования, выражает свое согласие с положениями устава и кодекса, ставит свою подпись (для юридических лиц – подпись руководителя) и печать.

Если следовать утверждению, что кодекс профессиональной деятельности является договором присоединения, то материальные (денежные) санкции, устанавливаемые за неисполнение членами организации саморегулирования внутренних стандартов будут рассматриваться как неустойка. Но в такой ситуации при неуплате штрафов в добровольном порядке организации саморегулирования, как уже говорилось выше, придется обращаться в суд, который в свою очередь может применить ст. 333 ГК РФ. В соответствии с

³ Андреева Т.К., Борисова Е.А., Герасимова Е.С. и др. *Формы защиты прав инвесторов в сфере рынка ценных бумаг*. М.; 2000.

этой статьей, если подлежащая уплате неустойка явно несоразмерна последствиям нарушения обязательства, суд вправе уменьшить неустойку. К сожалению, можно предположить, что в связи со сложившейся судебной практикой данная статья будет применяться достаточно часто. В этом и состоит сложность применения к членам организации саморегулирования «наказаний рублем».

В отдельных случаях Кодекс профессиональной деятельности может применяться судами в качестве свода обычаев делового оборота. При этом положения Кодекса будут принимать статус источника права и непосредственно обеспечиваться принудительной силой государства. Но применения кодексов в подобной роли будет довольно ограниченным, так как по российской правовой традиции основным источником права являются нормы международных договоров, законов и т.п., то есть письменных нормативно-правовых актов, принятых в установленном порядке специально уполномоченными государственными органами. Обычай делового оборота применяются либо в случаях, прямо предусмотренных законом, либо в случаях, когда в данной сфере отношений вообще не существует государственного правового регулирования (так называемые пробелы в праве).

Глава 5.

Третейские механизмы

в рамках организации саморегулирования: правовые и организационные аспекты

Важной функцией организации саморегулирования (ОСР) является досудебное разрешение споров, которые могут возникнуть в связи с профессиональной деятельностью ее участников.

Потенциально организации саморегулирования могут урегулировать два типа конфликтов. Это конфликты между самими членами организации саморегулирования (которые являются либо юридическими лицами, либо индивидуальными предпринимателями) и конфликты между членами организации саморегулирования и третьими лицами. В число третьих лиц могут входить как юридические, так и физические лица (клиенты, потребители товаров и услуг).

Согласно ст. 11 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) защиту нарушенных или оспоренных гражданских прав осуществляет в соответствии с подведомственностью дел, установленной процессуальным законодательством, суд, арбитражный суд или третейский суд. Таким образом, помимо госу-

дарственной системы разрешения споров (судов общей юрисдикции и арбитражных судов) в нашей стране могут существовать также третейские суды.

Третейский суд — это негосударственный орган, избранный по соглашению сторон для разрешения конкретного, уже возникшего спора гражданско-правового характера, с обязательством подчиниться его решению.

Третейские суды представляют собой альтернативный механизм разрешения споров, позволяющий разгрузить государственную судебную систему.

Преимущества третейского разбирательства перед государственной судебной системой:

- упрощенная и, как следствие, намного более быстрая и дешевая для обеих сторон процедура рассмотрения споров;
- конфиденциальность;
- сила решения такого органа основана не на принуждении, а на авторитете специалиста, разбирающего спор;
- если одна из сторон все-таки не будет исполнять принятое решение, оно будет приравнено к решению государственного судебного органа и обеспечиваться принудительной силой государства.

Поэтому создание третейских судов при организациях саморегулирования, на наш взгляд, является очень перспективным. Однако в настоящее время организация саморегулирования при формировании третейских судов может столкнуться с рядом проблем, связанных с законодательным регулированием третейского разбирательства в РФ.

Современное российское законодательство о третейских судах состоит из трех основных нормативно-правовых актов. Это Положение о третейском суде (приложение № 3 к Гражданскому процессуальному кодексу РСФСР), Временное положение о третейском суде для разрешения экономических споров, утвержденное постановлением Верховного Совета Российской Федерации от 24.06.1992 № 3115-1 (далее — Временное положение)⁴ и закон РФ от 07.07.1993 № 5338-1 «О международном коммерческом арбитраже»⁵.

Положение о третейском суде предусматривает возможность третейского разбирательства только между гражданами (физичес-

⁴ Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного совета Российской Федерации. 1992. № 30. Ст. 1790.

⁵ Там же. 1993. № 32. Ст. 1240.

кими лицами). Граждане могут передать на рассмотрение третейского суда любые споры, кроме споров, вытекающих из трудовых и семейных отношений.

Временное положение о третейском суде для разрешения экономических споров устанавливает, что на разрешение третейского суда, действующего на основании этого документа, могут быть переданы экономические споры, подведомственные арбитражным судам в соответствии с АПК РФ, законом «Об арбитражных судах в РФ», международными договорами. Таким образом, третейские суды, созданные в соответствии с Временным положением, могут разрешать только споры с участием юридических лиц и индивидуальных частных предпринимателей.

Если же третейским судом разрешаются споры с участием иностранных коммерческих организаций, международных организаций и объединений или предприятий с иностранными инвестициями, то к его деятельности применяются нормы закона «О международном коммерческом арбитраже».

Таким образом, сразу выделим основную правовую проблему, с которой может столкнуться организация саморегулирования при создании собственного третейского суда. Это проблема невозможности передачи на рассмотрение третейского суда споров между юридическими и физическими лицами.

Многие юристы как ученые, так и практики, указывали на то, что отсутствие возможности рассмотрения подобных «смешанных» споров третейскими судами является ограничением важнейших принципов гражданского и гражданско-процессуального права, в частности, принципа диспозитивности, в соответствии с которым стороны гражданско-процессуальных правоотношений свободно распоряжаются как своими правами, так и средствами их защиты.⁶

Данная проблема решается в проекте Федерального закона «О третейских судах», где прямо устанавливается, что сторонами третейского разбирательства могут являться как физические, так и юридические лица. Этот законопроект прошел первое чтение в Государственной Думе Федерального Собрания РФ, но когда он будет принят окончательно, неизвестно.

Поэтому не стоит забывать, что в настоящий момент норм, способных являться базой для создания смешанных третейских судов, в российском законодательстве не существует. Следовательно, есть опасность, что в случае создания при организации саморегулирования единого органа для разрешения обоих типов конфликтов (как между юридическими, так и между юридическими и фи-

⁶ См., например: Зайцев А.И. Диспозитивность – основополагающий принцип третейского судопроизводства // «Третейский суд», № 1, 2000.

зическими лицами), его решения при желании можно будет признать нелегитимными. Конечно же, это является неправильным, так как мешает организациям саморегулирования осуществлять свою основную функцию — поддержание высоких стандартов предпринимательской деятельности своих членов.

Таким образом, организациям саморегулирования придется ограничиваться в лучшем случае созданием постоянно действующего третейского суда для разрешения споров между своими членами, а конфликты между своими членами и третьими лицами разрешать без всякой законодательно признанной процедуры.

По пути ограничения альтернативных механизмов разрешения споров только рамками своих постоянно действующих третейских судов пошли организации саморегулирования на фондовом рынке.

Так, в Положении о третейском суде Национальной фондовой ассоциации (НФА) указывается, что данным третейским судом рассматриваются только споры, подведомственные арбитражному суду (то есть споры с участием юридических лиц и индивидуальных частных предпринимателей).

Положение о третейском суде Национальной ассоциации участников фондового рынка предусматривает возможность участия в качестве одной из сторон спора физического лица. Но при детальном анализе тех споров, которые может рассматривать третейский суд НАУФОР, становится очевидным, что подавляющее большинство конфликтов будет связано с деятельностью членов НАУФОР и других лиц на так называемом «организованном фондовом рынке» (биржевая торговля), на который доступ физических лиц, не имеющих статуса индивидуального частного предпринимателя, практически невозможен в силу ряда объективных причин. Более того, этим же положением закрепляется возможность выигравшей стороны при неисполнении решения третейского суда другой стороной в добровольном порядке обратиться в соответствующий арбитражный суд за выдачей исполнительного листа. При этом следует учесть, что ни один арбитражный суд не выдаст исполнительного листа по делу, в котором одной из сторон являлось физическое лицо. Таким образом, мы видим, что участие физических лиц в третейском разбирательстве НАУФОР может быть только теоретическим.

Организации саморегулирования могут восполнить пробелы российского законодательства в области третейского производства, используя такой популярный в мире способ разрешения споров, как медиация, или посредничество.

Медиация — это процесс переговоров, проводимый при помощи привлечения в дискуссию третьей стороны. Две или более сторон

встречаются с нейтральной третьей стороной, которая ведет данный переговорный процесс, давая советы, слушая обе стороны (все стороны) и помогая сторонам прийти, если это возможно, к решению, при котором выигрывают все, а если проигрывают, то минимально.

В первом российском законе «Об арбитражном суде» от 4 июля 1991 г. № 1544-1 содержалась ст. 7, которая предусматривала право сторон передать возникший у них или могущий возникнуть экономический спор, подведомственный арбитражному суду, на разрешение третейского суда или принять меры к его разрешению при помощи посредника. В действующем российском законодательстве вообще нет упоминания о таком альтернативном способе разрешения правовых споров, как медиация (или посредничество).

Тем не менее данный способ получил в России свое развитие. Некоторые организации саморегулирования используют двухступенчатый процесс урегулирования конфликтов, на первой стадии которого стороны пытаются найти взаимоприемлемое решение при помощи посредника, а если это не удастся, передают спор на рассмотрение третейского суда при данной саморегулируемой организации.

Так, действующая в Москве с 1996 г. Ассоциация добросовестных предпринимателей «Бюро Бизнеса Будущего» (БББ) использует даже не двухступенчатый, а трехступенчатый процесс разрешения споров:

Первая стадия – прием жалоб потребителей на «горячую линию» Ассоциации БББ и предоставление юридических консультаций по вопросам законодательства о защите прав потребителей и законодательства о рекламе в целях разрешения конфликтов в заявительном порядке.

Вторая стадия – это как раз деятельность независимого посредника отдела жалоб Ассоциации БББ. Посредник подключается к работе с потребителем в случае, если не удалось разрешить конфликт в заявительном порядке и необходим порядок предварительного внесудебного разрешения спора.

Третья стадия – это передача спора на рассмотрение Независимого арбитража БББ. Независимым арбитражем рассматриваются споры, по которым стороны не пришли к соглашению с помощью посредника отдела жалоб БББ.

При этом нужно отметить довольно удачное решение специалистами БББ проблемы невозможности третейского разбирательства споров между юридическими и физическими лицами.

Процесс выглядит следующим образом⁷: если стороны не смогли урегулировать конфликт с помощью независимого посредника отдела

⁷ Н.С. Батаева. Методы АРС в сфере урегулирования потребительских споров. // «Третейский суд», 2000, № 5.

жалоб Ассоциации БББ, они вправе передать спор на рассмотрение Независимого арбитража Ассоциации БББ. Для потребителей такое разбирательство является бесплатным (оно оплачивается из средств Ассоциации БББ). Арбитрами являются ведущие адвокаты и юристы обществ защиты прав потребителей. Они так же, как и посредники, выбираются самими спорящими сторонами из списка специалистов, предоставляемого Ассоциацией. Вся процедура рассмотрения дела в Независимом арбитраже занимает, как правило, не более одной недели (включая подготовительную стадию, исследование доказательств и сам процесс), но этот срок может быть и больше, если возникает необходимость получения заключения специалиста или проведения экспертизы. Вынесенное решение является обязательным для компании-члена Ассоциации. В случае его неисполнения Ассоциация БББ применяет к компании различные санкции, вплоть до исключения из состава членов Ассоциации БББ. Потребитель же не обязан соглашаться с вынесенным решением и в случае несогласия с ним может обращаться в государственный суд в общем порядке. В этом случае юристы Ассоциации БББ будут представлять интересы компании-члена в суде.

Дело в том, что одним из основных аргументов против рассмотрения третейскими судами смешанных споров является утверждение о том, что таким образом нарушается конституционное право каждого человека на судебную защиту (ст. 46 Конституции РФ). Решение третейского суда, по общему правилу, окончательно и не подлежит дальнейшему обжалованию. В то же время деятельность третейского суда нельзя признать правосудием, так как в соответствии со ст. 118 Конституции правосудие в Российской Федерации осуществляется только судом, при этом под судами подразумевается государственная судебная система, состоящая из судов общей юрисдикции, арбитражных судов и конституционных (уставных) судов. Поэтому при вынесении третейским судом окончательного решения гражданин утрачивает право обратиться по тому же вопросу в государственный суд, что может быть рассмотрено как противоречие российской Конституции.

Независимый арбитраж Ассоциации БББ позволяет гражданину, не согласному с его решением, обращаться в дальнейшем в государственный суд. Таким образом, его конституционное право на судебную защиту не нарушается. Правда, в результате при разрешении спора с потребителем получается, так сказать, игра в одни ворота: компания обязана подчиниться решению органа по внесудебному разрешению споров, даже если решение ее не устраивает, потребитель же сохраняет за собой право в случае несогласия это решение не исполнять и обратиться в суд общей юрисдикции. Но если посмотреть на эту ситуацию с точки зрения объективных возможностей сторон «смешанного» спора, такое положение вещей кажется оправданным. Потребитель всегда находится в более проигрышном положении по сравнению с юридическим лицом (из-

готовителем или продавцом), так как обладает меньшими финансовыми ресурсами, часто не имеет специальных юридических знаний. Поэтому вполне логично предоставить ему больше возможностей для защиты его нарушенных прав по сравнению с юридическим лицом, что и было сделано при создании Независимого арбитража Ассоциации БББ.

Также Регламентом рассмотрения споров Независимого арбитража Ассоциации БББ удачно снято противоречие между Положением о третейском суде (приложение № 3 к ГПК РСФСР), по которому разбирательство дел в третейских судах для граждан производится бесплатно, и Временным положением о третейском суде для разрешения экономических споров, которое предусматривает в качестве расходов сторон гонорары третейским судьям, третейский сбор, суммы, подлежащие выплате переводчику, за проведение экспертизы, расходы, связанные с командировкой судей к месту рассмотрения спора, и другие.

В соответствии с Положением о третейском суде (приложение № 3 к ГПК РСФСР) третейские суды для рассмотрения споров между гражданами создаются для рассмотрения каждого конкретного спора отдельно. Согласно Временному положению о третейском суде для разрешения экономических споров третейские суды могут быть образованы для разрешения одного конкретного спора (*ad hoc*) и как действующие на постоянной основе. В данном разделе мы будем говорить в основном об организации и работе постоянно действующих третейских судов, так как именно эта форма обычно используется организациями саморегулирования.

Согласно ст. 2 Временного положения суды для разрешения конкретного спора создаются сторонами. Постоянно действующие третейские суды могут создаваться торговыми палатами, биржами, объединениями, а также другими предприятиями, учреждениями и организациями, в том числе и организациями саморегулирования. При создании своего постоянно действующего третейского суда организация саморегулирования обязана информировать арбитражный суд субъекта РФ, на территории которого расположен формируемый третейский суд, о его создании и составе.

Порядок организации, деятельности и разрешения споров постоянно действующими третейскими судами определяется регламентом, установленным создавшими их органами. Всеми организациями саморегулирования, при которых созданы постоянно действующие третейские суды, принимаются два документа: Положение о третейском суде и Регламент третейского суда. Если же какие-либо вопросы деятельности постоянно действующего третейского суда не урегулированы внутренними документами, стороны и данный третейский суд руководствуются Временным положением.

Соглашение о передаче спора на рассмотрение третейского суда (третейская запись или третейская оговорка) заключается между сторонами в любой письменной форме. Это может быть отдельное соглашение, оговорка в договоре, обмен письмами, сообщения по телегайпу, телеграфу или с использованием других видов связи. Соглашение может предусматривать третейское разрешение конкретного спора, отдельных категорий споров или всех споров, которые возникли или могут возникнуть между сторонами.

В некоторых организациях саморегулирования передача споров, возникших в связи с профессиональной деятельностью членов данной организации, обязательна для компаний-участников ОСР и является одним из условий членства. Таким образом, третейская запись осуществляется не только в текущих гражданско-правовых договорах, заключаемых компаниями, но и в основных учредительных документах организации саморегулирования. Это исключает неточность и расплывчатость в третейских оговорках конкретных договоров, исключая тем самым возможность различных злоупотреблений.

Так, в Национальной ассоциации участников фондового рынка одним из обязательных документов, необходимых для вступления в члены НАУФОР, является Лист присоединения к Соглашению о передаче споров на разрешение третейского суда НАУФОР.

В Ассоциации добросовестных предпринимателей «Бюро Бизнеса Будущего» Положениями о полномочном и об ассоциированном членстве устанавливаются обязанности членов БББ принимать меры к досудебному урегулированию возникших конфликтов с потребителями и подчиняться решению независимых посредников при разрешении подобных споров.

В соответствии со ст. 4 Временного положения третейский суд должен состоять из нечетного количества судей. В постоянно действующем третейском суде стороны назначают третейских судей в порядке, установленном правилами этого суда. Если в регламенте постоянно действующего третейского суда нет специальных правил о количественном составе суда, третейский суд включает трех судей, двое из которых выбираются сторонами (по одному от каждой из сторон). Затем назначенные арбитры самостоятельно выбирают третьего.

Ст. 11 Временного положения говорит о том, что стороны могут договориться о месте проведения судебного заседания, языке производства. Если такое соглашение отсутствует, данные вопросы разрешаются непосредственно третейским судом. При передаче спора на рассмотрение постоянно действующего третейского суда

таких проблем не возникает, так как эти вопросы регулируются положением о третейском суде и его регламентом.

По общему правилу истец излагает свои требования в письменной форме. Один экземпляр искового заявления представляется суду, другой направляется ответчику. Ответчик, в свою очередь, направляет суду и истцу отзыв на исковое заявление. Стороны также должны представить друг другу копии всех документов, переданных ими в суд. Третейский суд должен предоставить сторонам копии экспертных заключений и других документов, полученных им в процессе рассмотрения дела.

При третейском разбирательстве споров гораздо меньше внимания уделяется явке сторон по сравнению с правилами АПК и ГПК. Суд может рассматривать спор и в отсутствие сторон и их представителей. Обязательным является лишь своевременное извещение о заседании третейского суда с использованием средств связи, обеспечивающих фиксирование такого уведомления. Опять-таки это общее правило, которое может быть изменено внутренними документами постоянно действующего третейского суда.

В расходы, связанные с рассмотрением дела третейским судом входят: гонорар третейским судьям, третейский сбор, суммы, подлежащие выплате переводчику, за проведение экспертизы, расходы, связанные с командировкой судей к месту рассмотрения спора, и другие. Распределение расходов между сторонами производится по соглашению сторон, а при отсутствии такого соглашения – третейским судом (ст. 17 Временного положения).

При разрешении споров третейский суд руководствуется законами РФ и иным законодательством, действующим на ее территории, а также международными договорами. Третейский суд применяет нормы права других государств, если это предусмотрено законодательством или соглашением сторон. При третейском разбирательстве споров могут играть решающую роль условия договора, обычаи делового оборота, применимые к данному договору, нормы кодекса профессиональной этики данной организации саморегулирования.

Решение третейского суда принимается большинством голосов всех назначенных арбитров. Судья, не согласный с мнением большинства, имеет право изложить в письменной форме особое мнение, которое прилагается к решению. Каждая из сторон получает экземпляр решения, подписанный судьями. Сторона, заметившая в решении арифметические ошибки, опечатки или иные ошибки аналогичного характера, может в течение 10 дней обратиться в суд за их исправлением.

Согласно ст. 23 Временного положения дело, рассмотренное третейским судом *ad hoc*, должно сдаваться на хранение в арби-

тражный суд по месту рассмотрения спора не позднее пяти дней с момента вынесения решения. Дело, рассмотренное в постоянно действующем третейском суде, хранится в этом третейском суде.

Сама сущность третейского разбирательства подразумевает добровольное *исполнение* решения третейского суда. Этот орган является негосударственным и не располагает собственными средствами обеспечения принудительного исполнения принятых решений. Но если по каким-либо причинам одна из сторон отказывается исполнять возложенные на нее обязательства, арбитражным судом соответствующего субъекта РФ может быть выдан исполнительный лист на принудительное исполнение решения третейского суда. Отказ в выдаче исполнительного листа при наличии условий, указанных в ст. 26 Временного положения, оформляется определением арбитражного суда, которое может быть обжаловано в порядке, установленном АПК. При этом стоит помнить, что с заявлений о выдаче исполнительного листа на принудительное исполнение решения третейского суда в соответствии с Законом РФ от 09.12.91 № 2005-1 «О государственной пошлине» взыскивается государственная пошлина в размере 5 МРОТ.

Глава 6.

Услуги членам организации саморегулирования

Одним из основных стимулов к вступлению фирм в организации саморегулирования является возможность получения некоего набора услуг (клубных благ). Набор таких благ зависит как от состояния рынка, так и от политики организации саморегулирования, определяемой, прежде всего, ее целевой функцией. Именно соотношение этих двух факторов показывает, в каких благах нуждаются фирмы – члены организации саморегулирования и обладает ли организация саморегулирования конкурентными преимуществами в предоставлении этих благ.

Услуги для членов, предоставляемые организациями саморегулирования, можно условно разделить на два вида: те, которые фирма не в состоянии произвести самостоятельно или купить на рынке, и те, которые могут быть произведены (и производятся) вне организации саморегулирования, но такие организации могут обладать сравнительными преимуществами в их производстве. Ниже мы подробно рассмотрим набор услуг, чаще всего предоставляемый организациями саморегулирования своим членам.

Особым видом частных благ, которые может производить организация саморегулирования, является **коллективный товарный знак**. Вступление в организацию саморегулирования, как правило, дает фирме право указывать в информационных, рекламных и других материалах, что данная фирма является членом соответствующей организации саморегулирования. В более сложном случае организация саморегулирования может зарегистрировать в качестве товарного знака не только собственное наименование, но и иные фирменные наименования, право на использование которых предоставляется только членам организации.

Так, в Германии, Франции, США, Италии и ряде других стран «архитектором» может называться только член Архитектурной палаты – организации саморегулирования в этой сфере. Лица, не являющиеся членами архитектурной палаты, но занимающиеся аналогичной деятельностью, называются «дизайнерами».

Любой товарный знак можно рассматривать как сигнал качества, передаваемый от потребителя к продавцу⁸. Продавец, предоставляющий качественный товар или услугу, заинтересован в том, чтобы потребитель знал, что товар или услуга качественны. Однако предоставлять потребителю технические данные, свидетельствующие о качестве товара тоже бессмысленно – неспециалист их не поймет. Поэтому продавцу необходимо подать какой-то дополнительный сигнал, понятный потребителю, свидетельствующий о качестве товара или о том, что информация, которую продавец сообщает о себе, можно верить. Именно эту функцию и выполняет товарный знак, индивидуальный или коллективный. Для эффективного выполнения сигнальной функции важны два обстоятельства: во-первых, соответствующая информация о товарном знаке должна получить широкую огласку, а, во-вторых, товарный знак должен оказывать реальное влияние на предпочтения потребителей.

Если говорить о коллективных товарных знаках организаций саморегулирования, то особенность такого знака как рыночного сигнала состоит в том, что потребителю гарантируются определенный стандарт обслуживания и механизм разрешения конфликтов, причем эти гарантии обеспечиваются не самой фирмой, а третьей стороной. Именно наличие повышенного стандарта взаимодействия с контрагентами и мер по поддержанию этого стандарта и

⁸ Подробнее о теории рыночных сигналов и товарных знаках как рыночном сигнале см. Милгром П., Робертс Д. Экономика, организация и менеджмент. СПб, Экономическая школа, 1999; Менар и Вальцескини. Создание и защита коллективных товарных знаков. Вопросы экономики, №3, 1999.

обеспечивает воздействие брэнда организации саморегулирования на рыночные предпочтения потребителей. Соответственно чем выше уровень стандартов, поддерживаемых организацией саморегулирования, чем эффективнее механизмы разрешения споров и существеннее гарантии, предоставляемые потребителям, тем большее воздействие коллективный товарный знак оказывает (при прочих равных условиях) на предпочтения потребителей.

Однако не следует сбрасывать со счетов и степень «раскрученности» коллективного товарного знака организации саморегулирования. Чтобы членство в организации саморегулирования стало реальным рыночным сигналом для потребителя, этот знак должен быть известен. О том, каким образом продвигать коллективный товарный знак организации саморегулирования, мы расскажем в главе 9.

Понятно, что не все фирмы – члены организации саморегулирования получают равную отдачу от использования коллективного товарного знака. Это зависит и от интенсивности использования коллективного брэнда, и от затрат по продвижению собственного. В большинстве случаев наличие коллективного знака не означает отказ от вложений в поддержание индивидуального брэнда. Более того, возможно говорить о положительном перекрестном внешнем эффекте от использования коллективного и индивидуального товарных знаков в развитых организациях саморегулирования. Коллективный товарный знак организации саморегулирования служит дополнением к индивидуальному брэнду и может быть использован в его продвижении. В этом, кстати, состоит важное отличие товарного знака организации саморегулирования от многих других коллективных товарных знаков, например, от франчайзинговых схем, в которых происходит полный отказ от индивидуального брэнда.

С другой стороны, не только принадлежность к организации саморегулирования может усиливать конкурентные позиции фирмы, а членство фирм, обладающих определенной репутацией в глазах потребителей и делового сообщества, способствует поддержанию коллективного товарного знака. В значительном числе случаев не просто название организации, а состав ее членов является одним из факторов вступления новых фирм. С этой точки зрения использование факта членства в организации фирмами в их собственной рекламе поддерживает и репутацию фирмы, и репутацию организации саморегулирования.

Так, БББ Нью-Йорка в течение нескольких лет предлагает своим членам услугу по размещению коллективной рекламы. Под общим логотипом БББ в наиболее привлекательных для рекламодателя издани-

ях, например, в New York Times, публикуется реклама нескольких фирм – членов этой организации. Таким образом одновременно продвигается и торговая марка БББ, и индивидуальные торговые марки фирм – членов организации. Кроме того, такая схема оказывается выгодной и с чисто финансовой точки зрения: при публикации большого блока рекламы БББ получает оптовую скидку, так что рекламное место обходится фирмам значительно дешевле, чем если бы они размещали рекламу напрямую.

Весьма важным и привлекательным клубным благом для членов организаций саморегулирования может стать заложенная в законе «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)», принятом Государственной Думой 14 июля 2001 г., *возможность упрощенного государственного контроля* за членами организаций саморегулирования. В законе предусмотрено, что если в рамках организации саморегулирования существуют механизмы солидарной ответственности за нанесение членами организации саморегулирования ущерба третьим лицам, плановые контрольные (надзорные) мероприятия проводятся не по отношению ко всем фирмам – членам этой организации, а только к 10% членов. Подобный упрощенный механизм действует до тех пор, пока плановые проверки не выявили нарушения обязательных требований закона. Если такие нарушения выявлены, то государственный контрольный (надзорный) орган вправе принять решение о прекращении особой процедуры контроля в отношении членов организации саморегулирования. Подробнее о возможностях, предоставляемых новым законодательством, мы расскажем в следующей главе.

Другие виды частных благ, предоставляемых организациями саморегулирования своим членам, в большей степени являются конкурентными, аналог которых может быть произведен и внутри отдельной фирмы, и предлагается на рынке. Это, например, услуги по *консультированию* компаний-членов и по *обучению персонала*. Разумеется, со стороны фирм возможны обращения в консалтинговые, юридические, тренинговые и т.п. фирмы либо создание специальных подразделений внутри собственной компании, однако организации саморегулирования вполне могут оказаться конкурентоспособны на этом поле за счет узкой специализации и экономии на масштабе.

Набор консультационных услуг для членов организации саморегулирования формируется в зависимости от потребностей членов и возможностей организации.

Безусловно, основной акцент в консультационной работе должен быть сделан на специфические вопросы, характерные для сферы деятельности организации саморегулирования. Именно в узкопрофессиональной сфере конкурентные преимущества организации саморегулирования могут быть наиболее существенными.

Однако в рамках организации саморегулирования возможно и предоставление консультаций по более широкому кругу вопросов, например, по налоговому законодательству, маркетингу, технологиям продаж и т.п. Еще раз подчеркнем, что характер консультаций должен отражать реальные потребности членов организации саморегулирования.

Консультирование компаний-членов может быть организовано по-разному. Возможна организация очных консультаций, ответы на письменные запросы, телефонные консультации, использование Интернета. Многие ассоциации выпускают собственные внутренние бюллетени и другие издания, в которых дается полезная для членов организации информация.

Как правило, организации саморегулирования предоставляют консультации разной «глубины»: как на уровне «вопрос-ответ», так и на уровне детального анализа конкретных документов (договоров, претензий и т.п.). В некоторых случаях такие организации могут брать на себя разработку определенных документов по заказу члена ассоциации.

При организации консультационной помощи возникает несколько вопросов. Во-первых, может ли подобная помощь оказываться компаниям – не членам организации (естественно, на возмездной основе). Во-вторых, должны ли члены организации оплачивать консультационные услуги.

Решая эти вопросы, организации саморегулирования следует принимать во внимание следующие факторы. С одной стороны, предоставление консультационных услуг сторонним организациям позволяет получить дополнительные средства. С другой стороны, возможность получения консультационной помощи без членства в организации саморегулирования в определенной степени снижает стимулы к вступлению в организацию. Поэтому для принятия решения требуется внимательный анализ рынка и учет возможных последствий.

Что касается взимания или не взимания денег за консультационную помощь с членов организации, то здесь также действует несколько факторов. Безусловно, возможность получения бесплатной консультационной помощи является существенным стимулом для участия в организации саморегулирования. Кроме того, если организация саморегулирования организована в форме ассоциации юридических лиц, то в соответствии с российским законода-

тельством все услуги членам организации должны предоставляться на безвозмездной основе. Однако в случае, если все консультации предоставляются бесплатно, возможно сверхиспользование ресурсов организации: консультанты могут не справиться с потоком поступающих вопросов. Кроме того, различные члены организации пользуются консультационными услугами (как, впрочем, и другими) неравномерно, что может вызывать определенные проблемы, например, при определении размера членских взносов.

На практике проблема решается по-разному. Так, возможен вариант предоставления базовой консультационной помощи бесплатно, а более детальной (например, анализ или подготовка документов) – за плату. Возможен и вариант ограничения количества консультаций, получаемых бесплатно. В любом случае, консультационная помощь для членов организации должна быть значительно более доступной, чем для аутсайдеров.

Все вышесказанное относится и к тренинговым программам. Безусловно, особое место в организациях саморегулирования занимает обучение персонала компаний по специфическим вопросам, характерным для сферы деятельности организации саморегулирования, но возможна и организация тренингов по более широким темам. Вопрос платности или бесплатности образовательных услуг для членов организации решается с учетом тех же факторов, что и при определении платности или бесплатности услуг консультационных.

Образовательные программы организаций саморегулирования могут варьироваться от краткосрочных тренинговых семинаров до полноценных курсов обучения специалистов с выдачей соответствующих документов (в том числе государственного и международного образца). В последнем случае организация саморегулирования должна получить лицензию на осуществление образовательной деятельности.

В случае, если образовательные услуги со стороны организации саморегулирования пользуются большим спросом, может быть целесообразным выделение учебного центра в отдельное подразделение или даже в отдельное юридическое лицо.

Еще одним видом клубных благ для фирм – членов организаций саморегулирования может являться *прямая защита их интересов* в отношениях с аутсайдерами, прежде всего с потребителями и с государством.

В определенной мере эта сфера также является конкурентной, однако здесь возможен дополнительный эффект от использования имени организации как представителя интересов,

если организация обладает соответствующей репутацией. В российских условиях эта деятельность важна еще и потому, что отдельная фирма далеко не всегда готова к противостоянию с государством. Особенности российской правовой и экономической систем таковы, что на рынке практически нет абсолютно «белого» бизнеса, соблюдающего абсолютно все требования законодательства. Отсюда возникает страх и неготовность защищать правовыми методами свои даже абсолютно законные интересы, ведь в ответ государство может «нарыть» массу нарушений в других сферах. Поэтому организации бизнеса, которые могут взять на себя решение спорных проблем и отрасли в целом и отдельных компаний путем судебного и административного обжалования незаконных действий и документов государственных органов, чрезвычайно важны для нормального развития экономики. В главе 7 мы остановимся на вопросах защиты коллективных интересов бизнеса организациями саморегулирования более подробно.

В качестве еще одной услуги для членов организации саморегулирования можно упомянуть *внесудебное урегулирование споров*. Однако действительно ли является эта функция организаций саморегулирования клубным благом для ее членов зависит, прежде всего, от эффективности и стоимости других путей разрешения споров, в том числе судебных. На практике компании заинтересованы в системе внесудебного разрешения споров в том и только в том случае, если эта система принципиально дешевле для них, чем судебная процедура. В России, где судебная процедура относительно дешева и чрезвычайно затянута, для компаний в конфликтах с потребителями во многих случаях выгоднее провоцировать их на судебное разбирательство. Понятно, что значительная часть потребителей просто не будет связываться с судом, а те, кто пойдет в суд и даже выиграет дело, вряд ли получит суммы, сильно превышающие те, которые получили бы по решению внесудебного органа. Более того, проигрыш судебного дела не только не наносит сколь-нибудь серьезного финансового ущерба, но и практически не вредит репутации. Внесудебная система в таких условиях остается выгодной для компаний в том случае, если у них отсутствует собственная служба рекламаций с квалифицированным персоналом и эта функция передается организации саморегулирования (верно, как правило, для мелких и средних компаний). В любом случае система внесудебного урегулирования споров является важным средством поддержания коллективного товарного знака организации саморегулирования и отличительным признаком подобных организаций.

Глава 7.

Защита коллективных интересов бизнеса. Взаимодействие организаций саморегулирования с органами государственной власти

Одной из важных функций организаций саморегулирования в России является защита коллективных интересов бизнеса во взаимодействии с государственными органами. Отдельные аспекты такого взаимодействия были рассмотрены в предыдущих главах. В этой главе мы остановимся на возможностях, предоставляемых организациям саморегулирования новым законодательством, в частности, законом РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)», а также опишем пути оспаривания нормативных актов государственных органов, нарушающих права предпринимателей.

Новое законодательство России предоставило членам организаций саморегулирования возможность обеспечения более эффективной схемы взаимодействия бизнеса и государства. Так, 11 августа 2001 г. вступил в силу Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)». Приняв этот закон, государство фактически согласилось с тем, что предприниматели нуждаются в защите, прежде всего, от недобросовестных государственных чиновников.

В законе закрепляются принципы государственного контроля (презумпция добросовестности юридического лица, открытость и доступность обязательных требований, недопустимость взимания платы за проведение контрольных мероприятий и др.), устанавливаются механизмы защиты юридических лиц от недобросовестных действий государственных чиновников. Организации саморегулирования могут и должны разъяснять своим членам их права, закрепленные данным законом, оказывать им консультационную и юридическую поддержку, о чем подробно говорилось в предыдущей главе.

Помимо общих положений о гарантиях прав хозяйствующих субъектов, относящихся ко всем фирмам, вне зависимости от того, являются ли они членами организации саморегулирования, закон дает особые права именно организациям саморегулирования. Так, закон закрепляет особый режим государственного контроля для

членов саморегулируемой организации (мы уже упоминали об этом в главе 3).

Сущность этого режима в следующем: плановые контрольные мероприятия проводятся органом государственного контроля выборочно в отношении 10% членов саморегулируемой организации (но не менее чем двух хозяйствующих субъектов). Фактически функция контроля за соблюдением обязательных требований членами организации саморегулирования возлагается на саму организацию, а государством проверяется только качество этого контроля.

Чтобы обезопасить себя от возникновения многочисленных фиктивных организаций саморегулирования, целью которых является не соблюдение определенных стандартов деятельности, а уход от государственного контроля, закон «О проверках» установил ряд условий, которым должна соответствовать организация саморегулирования, а также довольно жесткий порядок лишения предоставленных законом привилегий.

Во-первых, Закон вводит понятие «саморегулируемая организация»: *«некоммерческая организация, созданная путем объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей и имеющая своей основной целью обеспечение добросовестного осуществления профессиональной деятельности членами саморегулируемой организации»* (ст.2).

Во-вторых, не каждая подобная организация вправе претендовать на особый режим контроля. Такое право имеют лишь те организации, уставными документами которых предусмотрено солидарное несение субсидиарной ответственности за ущерб, причиненный ее членами вследствие несоблюдения обязательных требований. На этом положении закона следует остановиться особо.

Гражданское законодательство предусматривает несколько форм ответственности, в том числе субсидиарную и солидарную.

Субсидиарная ответственность (ст.399 ГК РФ) предполагает право кредитора⁹ при недостаточности имущества должника потребовать возмещения причиненного ему ущерба от лица, на которое возложена законом или договором субсидиарная (дополнительная) ответственность.

Солидарная ответственность (ст.323 ГК РФ) – более суровая форма. Она предоставляет кредитору право предъявить требование о возмещении как ко всем должникам вместе, так к одному из нескольких солидарных должников. Солидарные обязательства обычно возникают в силу прямого указания закона (например, при неделимости объекта обязательств), либо на основании договора.

⁹ Кредитор в обязательстве – это лицо, которое имеет право потребовать от должника денежного или иного имущественного возмещения, а также совершения (или не совершения) определенных действий.

Итак, предложенная законодателями формула ответственности означает, что при возникновении ущерба, причиненного вследствие нарушения одним из членов саморегулируемой организации обязательных требований, все остальные члены несут субсидиарную ответственность перед пострадавшим. При этом пострадавший имеет право выбрать того члена саморегулируемой организации, к которому он предъявит свои требования.

Представим ситуацию: В региональной Ассоциации оценщиков 11 членов. Между ними заключен договор о солидарном несении субсидиарной ответственности за ущерб, причиненный нарушением обязательных требований. Один из членов Ассоциации нарушил установленные законодательством требования к оценке имущества. В результате у клиента возникли убытки, которые он справедливо требует с виновного. Размер убытков – 500 000 рублей, а все имущество должника оценено в 320 000 рублей. Оставшуюся сумму кредитор может потребовать с других членов Ассоциации. При этом кредитор может:

- предъявить иск ко всем членам Ассоциации, потребовав с каждого из них по 18 000 рублей;
- предъявить иск к одному члену Ассоциации, потребовав с него 180 000 рублей.

Тот член Ассоциации, который возместит должнику ущерб, впоследствии вправе требовать с остальных членов возмещения в равных долях за вычетом доли, падающей на него самого.

Насколько реалистично введение такой формы ответственности в организациях саморегулирования и насколько упрощенный режим контроля будет являться стимулом для введения подобной формы ответственности, покажет время.

Еще одно условие, соблюдения которого требует закон при переводе организации на особый режим – соответствие предмета саморегулирования предмету государственного контроля. Таким образом, фактически даже создание механизмов субсидиарной ответственности не избавит фирмы от многих форм государственного контроля. Вряд ли члены профессиональной ассоциации согласятся контролировать, например, соблюдение норм пожарной безопасности и нести ответственность за ущерб, причиненный нарушением этих норм.

Перевод на специальный режим производится на основании заявления саморегулируемой организации, поданного в соответствующий орган государственного контроля.

На бланке

В департамент страхового надзора

ХОДАТАЙСТВО

Союз страховщиков _____ области является некоммерческой организацией, объединяющей страховые компании _____ области, имеющей основной целью обеспечение добросовестного осуществления профессиональной деятельности ее членами.

В соответствии с п.7 Учредительного договора члены Союза солидарно несут субсидиарную ответственность перед третьими лицами за ущерб, причиненный в результате нарушения обязательных требований.

Согласно п.6 ст.7 Федерального закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» по обращению организации саморегулирования орган государственного контроля устанавливает особый порядок проведения плановых контрольных мероприятий в отношении членов саморегулируемой организации, включающий выборочную проверку не более 10% членов.

Учитывая изложенное, прошу установить особый порядок проведения плановых контрольных мероприятий в отношении следующих юридических лиц – членов Союза страховщиков:

Наименование организации
Ссылка на документ, подтверждающий членство

Приложение:
Копия учредительного договора
Копия свидетельства о регистрации
Копии документов, подтверждающих членство на ___ листах.

Президент _____

«___» _____ 2001г.

Закон закрепляет право органа государственного контроля отказать в установлении особого порядка лишь в случае, когда на момент обращения у него имеются основания для проведения внепланового контроля членов саморегулируемой организации. Такой отказ должен быть подписан руководителем органа государственного контроля, направлен саморегулируемой организации. При несогласии с отказом, организация саморегулирования может обжаловать его в судебном порядке.

Если в ходе планового контроля в одной из проверенных 10% организаций обнаружены нарушения обязательных требований, об этом извещается организация саморегулирования. Кроме того, в этом случае орган государственного контроля может провести внеплановые проверки у других членов саморегулируемой организации, а при выявлении серьезных нарушений принять решение об отмене установленного особого порядка контроля. Если такое решение будет принято, оно должно быть изложено в письменном виде и в трехдневный срок с момента принятия вручено саморегулируемой организации. В решении должны быть указаны нарушения, выявленные в результате проверок и обстоятельства, послужившие основанием для отмены особого режима. При несогласии с решением организация саморегулирования может обжаловать его в судебном порядке.

Закон РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» (ст. 16) предусматривает право некоммерческих организаций, в том числе и организаций саморегулирования:

- обращаться в органы прокуратуры с просьбами принести протесты на противоречащие закону нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти, нормативные правовые акты органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и нормативные правовые акты органов местного самоуправления;
- обращаться в суд в защиту прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, в том числе в защиту прав неопределенного круга юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Именно эти полномочия создают базу для защиты коллективных интересов бизнеса. Ниже мы рассмотрим технологию обжалования подобных нормативных актов.

Итак, принимается нормативный акт, ущемляющий интересы членов организации. Прежде чем выбрать способ обжалования следует установить противоречит ли этот документ законодательству. Законность нормативного акта зависит от следующих условий:

- соблюдение компетенции принявшего органа;
- соответствие федеральному законодательству или местному законодательству более высокого уровня.

Несоблюдение хотя бы одного из этих условий является основанием к отмене нормативного акта.

Рассмотрим пример. Постановлением главы г. Дзержинский Московской области от 26.12.2000 г. № 1441-ПГД утверждено Положение «О порядке регистрации и выдачи свидетельства об осуществлении торговой деятельности на территории г. Дзержинский». Необходимо определить соответствует ли этот акт законодательству.

Общее разграничение компетенции между органами содержится в Конституции Российской Федерации¹⁰. Анализ положений Конституции показывает, что регулирование торговли не относится ни к исключительному ведению Российской Федерации, ни к исключительному ведению субъектов РФ. Согласно ст.130 Конституции решение вопросов местного значения относится к компетенции органов местного самоуправления.

Следующий документ, определяющий компетенцию – Федеральный закон № 154-ФЗ от 28.08.95 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Согласно ст.6 указанного Закона создание условий для обеспечения населения услугами торговли находится в ведении органов местного самоуправления. Аналогичные нормы содержатся в законе Московской области от 13.06.1996 № 27/96-ОЗ «О местном самоуправлении в Московской области».

Непосредственная компетенция принявшего органа определяется Уставом. Согласно ст.27 Устава муниципального образования «г. Дзержинский Московской области» Администрация устанавливает правила торговли и бытового обслуживания населения на территории города и контролирует их соблюдение. Высшим должностным лицом Администрации является Глава города.

Таким образом, Постановление Главы администрации, устанавливающее порядок организации торговли на территории города, принято в соответствии с его компетенцией.

Далее необходимо установить, соответствует ли данный документ требованиям федерального законодательства или местному законодательству более высокого уровня.

Многие помнят, что отправной точкой массового развития предпринимательства в России стал Указ Президента РФ от 29.01.92 № 65 «О свободе торговли». Этот Указ до сих пор действует, и в соответствии с ним юридические лица независимо от форм собственности вправе осуществлять торговую деятельность без специальных разрешений.

Ст.49 Гражданского Кодекса РФ содержит указание о том, что свобода предпринимательской деятельности может быть ограничена толь-

¹⁰ Конституция Российской Федерации – гл.8 ст.71-73.

ко федеральным законом. Установив запрет на осуществление на территории города торговли без специального разрешения, Глава администрации это правило нарушил.

Таким образом, рассматриваемое нами Постановление Главы администрации г. Дзержинский Московской области противоречит законодательству и может быть обжаловано.

Наиболее эффективным способом борьбы с нормативными актами, ущемляющими права предпринимателей, может быть обращение в органы прокуратуры. Согласно ст.21 Федерального закона от 17.01.92 № 22-02-1 «О прокуратуре в Российской Федерации» прокуратура осуществляет надзор за соответствием нормативных актов органов местного самоуправления федеральному законодательству и опротестовывает противоречащие законодательству акты. Вертикальная подчиненность прокуратуры делает эти органы независимыми от местной власти и позволяет быть объективными в оценке ее деятельности.

Заявление с просьбой о принесении протеста на незаконный нормативный акт может быть подано как местному прокурору, так и в вышестоящую прокуратуру. Заявление может быть подано как от имени отдельного хозяйствующего субъекта, чьи права ущемляются нормативным актом, так и от имени организации саморегулирования. Если прокурор убедится в обоснованности доводов, он направляет представление¹¹ или приносит протест¹² на обжалуемый акт.

Представление об устранении нарушений законодательства направляется лицу, полномочному устранить допущенные нарушения и подлежит безотлагательному рассмотрению. Конкретные меры по устранению нарушения, а также по устранению причин и условий, способствующих нарушению законодательства, должны быть приняты в течение месяца с момента направления представления. О принятых мерах должно быть сообщено прокурору в письменной форме.

Протест направляется лицу (органу) принявшему незаконный акт, либо вышестоящему должностному лицу (органу). Протест прокурора должен быть рассмотрен не позднее, чем в десятидневный срок с момента его направления. В том случае, если опротестовывается акт представительного органа субъекта Российской Федерации, протест должен быть рассмотрен на ближайшем засе-

¹¹ Представление прокурора – письменное предложение об устранении нарушений законодательства.

¹² Протест – письменное требование прокурора об устранении нарушения законодательства. В протесте указывается, в чем состоит нарушение и каким способом его следует устранить.

дании. О дате рассмотрения протеста сообщается прокурору. В исключительных случаях прокурор вправе установить сокращенный срок для рассмотрения протеста. Орган, акт которого опротестовывается, обязан в письменной форме известить прокурора о результатах рассмотрения протеста.

В случае, если представление или протест не рассмотрены либо отклонены, прокурор вправе обратиться в суд.

Противоправные действия органов власти можно оспаривать также в Министерстве Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП РФ). В МАП можно обращаться в том случае, если действиями органов власти создаются необоснованные препятствия для выхода на рынок новых хозяйствующих субъектов, либо одному или нескольким хозяйствующим субъектам создаются более благоприятные условия для осуществления предпринимательской деятельности.

Порядок рассмотрения заявлений в МАП РФ регулируется Правилами рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства¹³. Основанием для рассмотрения дела является заявление хозяйствующего субъекта или организации саморегулирования.

На основании ст.16 закона РФ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)» организация саморегулирования может обращаться в суд с целью обжалования незаконных нормативных и ненормативных актов. Ненормативные акты государственных и иных органов оспариваются в арбитражных судах (ст. 22, 24 АПК РФ). Дела об оспаривании ненормативных актов высших органов государственной власти, а также об оспаривании нормативных актов федеральных министерств и ведомств, касающихся прав и свобод граждан, рассматриваются Высшим арбитражным судом и Верховным судом Российской Федерации (ст. 116 ГПК РСФСР, ст. 24 АПК РФ). Нормативные акты органов власти и должностных лиц субъектов РФ обжалуются в суд соответствующего субъекта РФ (ст. 115 ГПК).

Следует иметь в виду, что далеко не всегда проблема ущемления интересов предпринимателей может быть решена путем использования только формально-юридических методов. Очень важное значение имеет формирование соответствующего общественного мнения.

¹³ Утверждены Приказом МАП РФ от 25.07.96 г. № 91 (в ред. 22.06.2000 г.) зарегистрированы в Министерстве юстиции РФ 5.08.96 г. № 1443.

Кто может быть союзником предпринимателей в борьбе с административными барьерами? Прежде всего правозащитные организации. Они имеют большой опыт борьбы с нарушениями прав граждан в различных сферах, в том числе опыт судебного противостояния с органами власти. Юристы правозащитных организаций вполне могут быть представителями интересов предпринимателей в суде. Кроме того, правозащитные организации обладают опытом проведения массовых кампаний, использования средств массовой информации для формирования общественной позиции по тому или иному вопросу.

Другим важным союзником являются средства массовой информации. Опыт показывает, что без поддержки СМИ изменить позицию органов власти чрезвычайно сложно. Естественно, что чувствительность властей к информации в СМИ повышается в преддверии различного рода выборов. Работа со СМИ должна быть регулярной.

Еще одна группа потенциальных союзников – различные государственные органы и органы местного самоуправления. Если один орган всячески поддерживает тот или иной нормативный акт, препятствующий нормальному ведению бизнеса, это отнюдь не означает, что с ним согласны все остальные. Более того, федеральные органы негативно относятся к практике строительства местных административных барьеров не только потому, что этим ущемляются права хозяйствующих субъектов, но и потому, что таким образом разрушается единое экономическое пространство России. Достаточно последовательными противниками строительства административных барьеров являются Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства и его территориальные управления. Возможно найти и других союзников собственно внутри государственного аппарата.

Раздел III. Создание и развитие организаций саморегулирования

В этом разделе мы рассмотрим практические вопросы создания и развития организаций саморегулирования. С одной стороны, организации саморегулирования являются объединениями бизнеса, поэтому в своей деятельности, в том числе в продвижении собственного товарного знака, в политике привлечения членов и т.п., должны использовать технологии и методы, принятые в бизнес-сообществе. С другой стороны, организации саморегулирования являются некоммерческими и выполняют функцию производства общественных благ. Это накладывает определенные юридические ограничения на деятельность этих организаций, а также делает необходимым использование схем и технологий, широко распространенных в некоммерческом секторе, но редко используемых непосредственно в бизнесе. Анализу технологий создания и развития организаций саморегулирования как некоммерческих объединений бизнеса и посвящен этот раздел.

Глава 8. Создание организаций саморегулирования. Управление в организации саморегулирования

В этой главе мы рассмотрим вопрос, как создаются организации саморегулирования и каким образом осуществляется управление в организации саморегулирования. Мы остановимся на следующих вопросах:

- «движущие силы» создания организаций саморегулирования
- выбор организационно-правовой формы организации саморегулирования и государственная регистрация;
- определение структуры управления организации саморегулирования.

Причина возникновения организации саморегулирования во многом определяет последующее ее функционирование, на-

бор производимых ею благ, направления ее развития и эволюции. Описанный Д. Нормом эффект зависимости от траектории предшествующего развития¹ действует по отношению к саморегулированию так же, как и по отношению к другим институтам.

Мы рассмотрим четыре схемы возникновения организаций саморегулирования. Сразу подчеркнем, что, по какой бы причине не возникла такая организация, она может быть как вполне успешной и эффективной, так и «мертвой», — все зависит от реального наполнения ее деятельности после создания.

Итак, организации саморегулирования могут возникать:

- по инициативе бизнеса для получения конкурентных преимуществ и/ или защиты добросовестных предпринимателей;
- «по традиции», под воздействием практики участия в подобных организациях в других странах;
- «по закону», если отраслевым законодательством предусмотрено создание подобных организаций и предоставление им определенных прав;
- под воздействием «третьих сил» (организаций потребителей и др.)

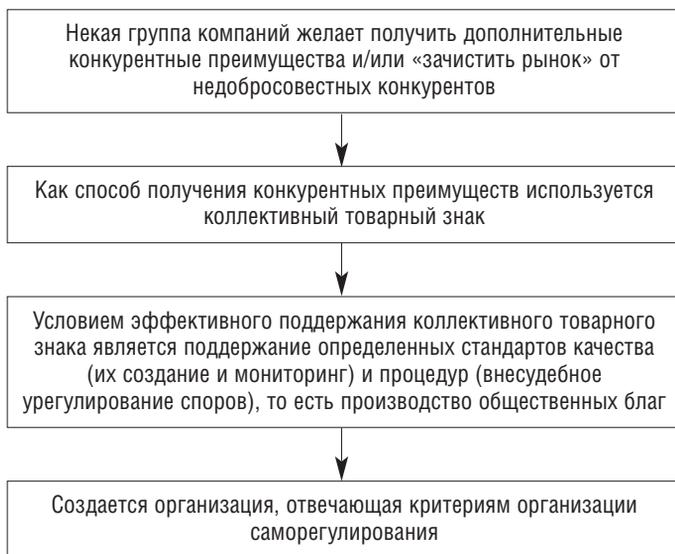
Организации саморегулирования возникают по собственной инициативе группы компаний в тех случаях, когда возможно получение конкурентных преимуществ за счет использования коллективного торгового знака организации саморегулирования, привлекательность которого для потребителя заключается в гарантиях соблюдения определенных стандартов ведения бизнеса. Другим фактором, стимулирующим бизнес к созданию организаций саморегулирования, является необходимость «чистки рынка» от недобросовестных компаний и защиты интересов бизнеса от возможного ужесточения государственного регулирования.

Схему возникновения организации саморегулирования в этом случае можно представить следующим образом (схема 8.1.).

В главе 2 мы рассматривали условия, при которых поддержание коллективного товарного знака организации саморегулирования является привлекательным для фирм-участников. Создание организации саморегулирования по такой схеме целесообразно при соблюдении этих условий. Главным лимитирующим фактором для возникновения организации по такой схеме является договороспособность сторон, в том числе их способность решить между со-

¹ См Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., Начала, 1997.

Схема 8.1.



бой «проблему безбилетника»² (распределить между собой издержки по поддержанию коллективного знака).

В России по такой схеме была создана, например, Российская гильдия риэлторов.

Широко распространена в России схема возникновения организаций саморегулирования «по традиции». В этом случае организации саморегулирования создаются компаниями, являющимися членами организаций саморегулирования в других странах. Зачастую подобные организации не имеют ни четкой программы действий, ни понимания своей роли и функций, особенно если их созданием поручено заниматься персоналу, близко не знакомому с практикой саморегулирования в других странах. Еще одна проблема состоит в том, что в такие организации легко вступают представители иностранных фирм, но не всегда охотно национальные компании. Это может быть связано и с тем, что национальные и иностранные компании принадлежат к разным «клубам», так и с тем, что уставные документы, стандарты членства, программа действий не адаптированы к национальным условиям. С другой сто-

² Проблема «безбилетника» (free-rider problem) – затрудненность осуществления взаимовыгодных коллективных действий из-за возможности получения экономическими агентами выгод без участия в общих издержках (см. Шаститко А. Неинституциональная экономическая теория. М., ТЕИС, 2000).

роны, в этом случае значительно проще решается вопрос с первоначальными инвестициями и ядром организаций-учредителей. Шансы на успех повышаются, если за создание подобной организации в новой стране берутся люди, менеджеры компаний, имеющие опыт работы с организациями саморегулирования в других странах, четко понимающие роль и задачи новой организации.

Однако создание «по традиции» отнюдь не означает, что организации обязательно будут неэффективны. Это зависит от эффективности модели «материнской» организации, от усилий компаний-учредителей, а также от способности адаптироваться к новым условиям. Поскольку стереотипы поведения бизнеса и традиции, как и всякие неформальные нормы, являются весьма устойчивыми, организация, созданная «по традиции», может существовать довольно долго, даже если не предоставляет набор благ, обеспечивающих ее эффективное функционирование.

В некоторых случаях такие организации являются независимыми, а в некоторых — дочерними подразделениями международных ассоциаций. В России к организациям, созданным «по традиции», можно уверенно отнести IAPM и Российскую ассоциацию прямых продаж (о деятельности этих организаций см., соответственно, главы 16 и 13).

Довольно распространенным способом возникновения организаций саморегулирования является их возникновение под давлением государства. Эта схема выглядит примерно следующим образом.

Схема 8.2.

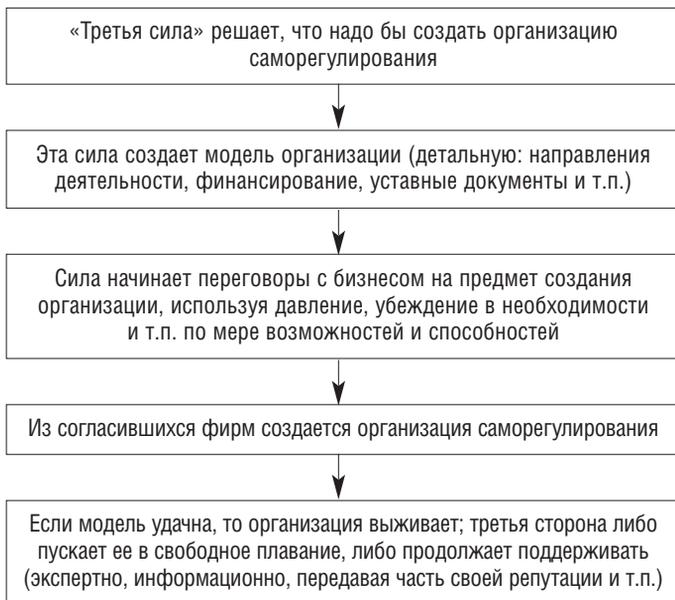


Эта схема достаточно часто применяется и за рубежом, и в России. В России таким образом были созданы НАУФОР и ПАРТАД (на основе ст. 48-50 закона «О рынке ценных бумаг» от 22.04.96), Федеральная Нотариальная палата (ст. 2 - 4, 9, 12, 14, 20, 24 - 32 «Основ законодательства Российской Федерации о нотариате» от 11.02.93), коллегии адвокатов (членство адвоката в адвокатуре является обязательным), Российское общество оценщиков (ст. 22 закона «Об оценочной деятельности» от 29.07.98, членство в организации саморегулирования не является обязательным) и др.

Безусловно, наличие законодательной базы создает серьезный стимул для создания организации саморегулирования. Кроме того, такая схема является чрезвычайно привлекательной с точки зрения государства. В этом случае фактически регулирование определенного сектора рынка осуществляется за счет самих регулируемых. Государству же остается только надзирать собственно за организацией саморегулирования, например, путем выдачи лицензии и контроля за исполнением условия лицензионного соглашения.

Организации саморегулирования могут возникать и под воздействием «третьих сил» (не государства и не бизнеса). Мы не будем рассматривать здесь мотивацию этих сил — она может быть различна. Схема выглядит следующим образом.

Схема 8.3



Главным вопросом в данном случае является качество модели и подбор первоначальных участников процесса (компаний и персонала). При этом требуется большая разъяснительная работа среди компаний, объясняющая и общую идеологию саморегулирования, и важность этого процесса для общества, и реальные интересы компаний от участия в процессе. Это предполагает и соответствующую кампанию в СМИ, и подготовку информационных материалов, адаптированных к пониманию менеджеров компаний, и переговоры с конкретными компаниями. Если на этой стадии работа была сделана качественно, то такая организация вполне может жить и развиваться. Еще один вопрос – насколько созданная организация будет независима от своих «крестных отцов». Создание полностью «карманных» и несамостоятельных организаций не способствует ни созданию избирательных стимулов для организаций-участников, ни собственно становлению саморегулирования бизнеса в том смысле, который мы вкладываем в это понятие.

Именно таким образом были созданы все существующие в настоящее время региональные, включая московское, БББ в России. Детальная схема создания и деятельности подобных организаций, типовые уставные документы и т.п. были разработаны экспертами Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП), практическую работу по созданию подобных организаций осуществляли специалисты КонфОП и региональных организаций потребителей.

В случае, если для создания организации саморегулирования имеются соответствующие предпосылки (заинтересованность бизнеса, законодательная база и т.п.) встает вопрос о выборе конкретной организационно-правовой формы такой организации. Как уже говорилось, организации саморегулирования создаются в России в форме некоммерческих организаций и, в некоторых случаях, в форме общественного объединения.

Основным нормативно-правовым актом, регламентирующим вопросы организационно-правовой формы юридических лиц, является Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ). Некоммерческие организации в соответствии со ст. 50 ГК могут создаваться как в рамках организационно-правовых форм, предусмотренных самим ГК, так и в формах, предусмотренных другими законами. На этом основании Федеральным законом от 12.01.96 № 7-ФЗ № «О некоммерческих организациях» был расширен перечень форм некоммерческих организаций.

Гражданским кодексом РФ устанавливаются следующие возможные для некоммерческих организаций формы:

- **потребительский кооператив (ст. 116 ГК РФ)** — представляет собой добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами паевых взносов;
- **общественные и религиозные организации (ст. 117 ГК РФ)** — это добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных материальных потребностей;
- **фонды (ст. 118 ГК)** — это некоммерческие организации, учрежденные гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующие социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели;
- **учреждения (ст. 120 ГК)** — организации, созданные собственником для осуществления управления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемые им полностью или частично;
- **объединения юридических лиц (ассоциации и союзы) (ст. 121 ГК)** — ими являются некоммерческие организации, созданные на основе договора между коммерческими организациями в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов.

В дополнение к вышеуказанным Закон от 12.01.96 № 7-ФЗ предусмотрел еще три организационно-правовые формы некоммерческих организаций:

- **государственная корпорация (ст. 7¹ закона «О некоммерческих организациях»)** — не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций;
- **некоммерческое партнерство (ст. 8)** — это основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении деятельности, в том числе направленной на защиту прав, законных интересов граждан и организаций, разрешение споров и конфликтов, оказание юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ;

- **автономная некоммерческая организация (ст. 10)** – не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов в целях предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры, науки, права, физической культуры и спорта и иных услуг.

При сопоставлении свойств организационно-правовых форм некоммерческих организаций с целями и задачами организаций саморегулирования нетрудно сделать вывод, что для нормального эффективного функционирования последних подходят только две формы: **объединения юридических лиц (ассоциации и союзы)** и **некоммерческие партнерства**. В настоящее время обе этих формы используются в России при создании и деятельности организаций саморегулирования.

Так, в форме ассоциаций создавались практически все организации саморегулирования, объединяющие профессиональных участников фондового рынка (НАУФОР, ПАРТАД, Национальная фондовая ассоциация). В форме некоммерческого партнерства образованы Российская гильдия риэлторов, Институт профессиональных аудиторов и некоторые другие организации саморегулирования.

Кроме того, в соответствии с законом РФ «Об общественных объединениях» организации саморегулирования могут создаваться в форме **общественной организации**. Однако эта форма приемлема только для физических лиц, поэтому организации саморегулирования в этой форме могут существовать только на узких сегментах рынка, где основная деятельность ведется именно физическими лицами.

И некоммерческие партнерства, и объединения юридических лиц в качестве организационно-правовых форм имеют некоторые недостатки, которые потом могут сказаться на развитии конкретной организации саморегулирования. Эти преимущества и недостатки суммированы в таблице (Таблица 8.1.).

Таким образом, организационно-правовая форма «объединение юридических лиц» не подходит для организаций саморегулирования в тех сферах, где субъектами рынка являются в том числе индивидуальные предприниматели. Кроме того, эта форма не позволяет предоставлять услуги членам ассоциации за дополнительную плату – все услуги должны покрываться из членских взносов. Это может стать проблемой в том случае, если члены организации пользуются услугами этой организации неравномерно, кто-то

Таблица 8.1.

Преимущества	Недостатки
Объединения юридических лиц (ассоциации и союзы)	
<ul style="list-style-type: none"> ● Организационно-правовая форма создавалась специально для координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих интересов юридических лиц – членов ассоциации 	<ul style="list-style-type: none"> ● Членами могут быть только юридические лица ● Услуги своим членам ассоциации и союзы оказывают бесплатно (п.1 ст. 123 ГК РФ, п.1 ст. 12 закона «О некоммерческих организациях») ● Необходимость согласования создания объединения юридических лиц с государственным антимонопольным органом
Некоммерческое партнерство	
<ul style="list-style-type: none"> ● Членами могут быть как юридические, так и физические лица ● Порядок и стоимость оказываемых услуг являются внутренним делом самого партнерства ● Нет необходимости предварительного согласования с антимонопольным органом 	<ul style="list-style-type: none"> ● Право членов при выходе из партнерства получать часть имущества или его денежную стоимость

меньше, а кто-то больше. Теоретически возможно установление зависимости уровня членских взносов от объема потребляемых услуг, но это достаточно сложная и спорная схема. На практике организации саморегулирования пытаются решить эту проблему, ограничивая объем услуг, получаемых каждым членом (например, представительство в суде не более чем по трем делам). Однако такие ограничения снижают привлекательность участия отдельных фирм в организациях саморегулирования.

В соответствии со ст. 17 закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» необходимо получить согласие антимонопольного органа на создание объединения юридических лиц. Ходатайство о создании подобных ассоциаций или союзов может быть отклонено антимонопольным органом, если это ведет к ограничению конкуренции. Для выявления и оценки возможных антиконкурентных последствий создания союзов или ассоциаций антимонопольный орган анализирует учредительные документы, структуру рынка (долю учредителей и т.п.) и другую информацию. Таким образом, если в создании ассоциации или союза участвуют компании, совокупно имеющие существенную долю рынка, то получение согласия антимонопольного органа может быть весьма непростым делом.

Если антимонопольный орган приходит к выводу, что создание объединения может повлечь за собой ограничение конкуренции, то он может в предварительном решении предложить заявителям исключить антиконкурентные положения из учредительных документов или изложить требования, направленные на обеспечение конкуренции, при соблюдении которых ходатайство может быть удовлетворено. Если, по мнению антимонопольного органа, создание объединения может привести к существенному ограничению конкуренции и никакие требования, направленные на ее обеспечение, не способны поддержать уровень конкуренции, антимонопольный орган отказывает в удовлетворении ходатайства. Его решение может быть обжаловано в суде. Государственная регистрация ассоциаций или союзов без согласия антимонопольного органа может быть признана недействительной по решению суда.

В некоммерческом партнерстве законом допускается членство как для организаций, так и для граждан, порядок и стоимость оказываемых услуг является внутренним делом самого некоммерческого партнерства.

Потенциально нежелательной для деятельности организаций саморегулирования является норма, предусматривающая право членов некоммерческого партнерства получать при выходе из некоммерческого партнерства часть его имущества или стоимость этого имущества в пределах стоимости имущества, переданного членами некоммерческого партнерства в его собственность, за исключением членских взносов, в порядке, предусмотренном учредительными документами некоммерческого партнерства (абз. 5 п. 3 ст. 8 закона «О некоммерческих организациях»). Эта норма является диспозитивной, то есть организации саморегулирования, созданные в форме некоммерческого партнерства, могут предусмотреть другие условия выхода членов из своего состава. Но само существование подобной возможности может стать основой для экономической нестабильности и как следствие неэффективности деятельности организаций саморегулирования.

Таким образом, у различных организационно-правовых форм существуют свои преимущества и недостатки, которые надо взвешивать при создании организации саморегулирования. Впрочем, вполне возможно появление в российском законодательстве специальной организационно-правовой формы — «организация саморегулирования».

Что касается выбора структуры управления организацией саморегулирования, то она во многом определяется организационно-правовой формой и требованиями, предъявляемыми законом.

Во многих случаях, если позволяет количество членов организации и объем финансовых ресурсов, целесообразно создание специализированных органов (комитетов, рабочих групп и т.п.), занимающихся отдельными направлениями деятельности организации.

Так, например, в структуре ПАРТАД действуют следующие комитеты:

- Комитет регистраторов, который разрабатывает внутренние документы ПАРТАД, регулирующие деятельность регистраторов;
- Комитет депозитариев, который разрабатывает внутренние документы ПАРТАД, регулирующие деятельность депозитариев;
- Дисциплинарный комитет, который выносит решения о применении различных санкций по фактам нарушения членами ПАРТАД стандартов ассоциации и законодательства.
- Комитет по стандартизации и сертификации, который разрабатывает требования к программному обеспечению деятельности членов ПАРТАД, а также принимает решения о выдаче сертификатов на программное обеспечение;
- Финансовый комитет, который рассматривает вопросы финансовой деятельности членов ПАРТАД, в том числе в сфере налогообложения.

В структуре Российской гильдии риэлторов действуют следующие профессиональные комитеты – постоянно действующие консультативные органы по вопросам профессиональной деятельности членов РГР:

- по кадровому и стратегическому планированию;
- по девелопменту и инвестициям в недвижимость;
- по оценке недвижимости;
- по брокерской и агентской деятельности;
- по страхованию недвижимости;
- по управлению недвижимостью;
- по профессиональным стандартам и сертификации услуг;
- по законодательству и взаимоотношениям с органами управления;
- по исследованиям рынка и консалтингу;
- по связям с общественностью;
- по информационным технологиям;
- по работе с государственными жилищными программами;
- по региональной политике и взаимоотношениям с региональными ассоциациями;
- по этике и членству;
- по обучению и профессиональному образованию;
- по международным связям и ФИАБСИ.

Создание специальных комитетов позволяет более тщательно разрабатывать отдельные вопросы, связанные с деятельностью организации, в том числе привлекать внешних экспертов к разработке отдельных программ и направлений деятельности. Но подчеркнем еще раз: количество и направления работы специализированных органов тесно связаны с количеством членов и финансовыми возможностями организации.

Еще одной важной проблемой саморегулирования является проблема внешнего контроля за деятельностью организации саморегулирования. С одной стороны, управление организацией должно обеспечивать интересы фирм-членов. С другой стороны, чтобы организация саморегулирования выполняла те функции, которые собственно и делают ее таковой, необходим контроль за производством общественных благ. Одним из способов решения этой проблемы является введение определенных элементов сорегулирования.

В организационном плане усиление элементов сорегулирования может решаться по-разному. Наименее жесткой формой является внешнее воздействие: участие организаций, представляющих интересы других групп (потребителей, наемных работников, государства, инфраструктурных организаций и т.п.) в формировании стандартов деятельности организаций саморегулирования. В Великобритании, например, широко распространена практика, когда кодексы, принимаемые организациями саморегулирования, предварительно обсуждаются (формально или неформально) с представителями потребительских организаций и государства³. При этом независимые организации по собственной инициативе могут проводить мониторинг соблюдения этих стандартов фирмами — членами организаций саморегулирования и в случае выявления нарушений передавать результаты собственных исследований в орган, контролирующий деятельность членов или работу с жалобами потребителей.

Более жесткой формой является участие аутсайдеров в непосредственной деятельности организаций саморегулирования. Во многих организациях саморегулирования существует практика, когда представители аутсайдеров участвуют в администрировании кодекса и в работе органа по внесудебному урегулированию споров. Такая схема принята, например, в ассоциациях прямых продаж (в том числе в российской), российских БББ, британских отраслевых омбудсменах и т.п. Введение подобных элементов сорегулирования может повысить доверие к организации со стороны потребителей. Это особенно важно для систем урегулирования споров и работы с жалобами, поскольку во многих случаях потре-

³ National Consumer Council. Models of Self-Regulation. NCC, December, 2000.

ли резонно сомневаются, что их проблема может быть справедливо и объективно решена организацией, представляющей исключительно интересы бизнеса. При этом вполне возможно разделение функций собственно разработки стандартов деятельности, предоставления клубных благ членам организации саморегулирования, отстаивания коллективных интересов бизнеса и функции мониторинга соблюдения стандартов и разрешения споров между различными организациями. Эта схема действует в британских профессиональных ассоциациях, есть сторонники такой схемы и в России.

Еще более жесткой формой является участие представителей других групп интересов в управлении организацией. Представители государства, потребительских организаций, другие аутсайдеры могут либо входить в наблюдательный совет организации саморегулирования, либо даже в совет директоров (такая схема применяется, например, в НАУФОР, российских БББ). В этом случае аутсайдеры получают реальную возможность воздействовать на политику организации саморегулирования. При значительной рыночной доле, а тем более при обязательности членства такая схема представляется вполне целесообразной.

Глава 9. Продвижение организаций саморегулирования

Условием успешной деятельности организации саморегулирования является ее известность и авторитетность. Но узнаваемость организации саморегулирования, как и любой торговой марки, не приходит сама по себе. Необходимы комплексные усилия по ее продвижению.

Поскольку организация саморегулирования производит три типа благ: клубные, отраслевые и общественные, продвигать ее необходимо по трем направлениям. Во-первых, необходимо обеспечить известность и авторитетность организации саморегулирования в соответствующем бизнес-сообществе. Это особенно важно для тех организаций, в которых нет обязательного членства, поскольку для них актуальной проблемой является привлечение новых членов, на членские взносы которых, собственно, и существует организация.

Во-вторых, необходимо продвижение брэнда организации саморегулирования среди потребителей услуг членов этой организации. Известность и доверие к коллективной торговой марке является условием получения конкурентных преимуществ для членов организации.

В-третьих, для эффективной защиты коллективных интересов бизнеса и своих членов организация должна иметь авторитет и известность среди государственных органов, других организаций и объединений.

Все эти три направления тесно взаимосвязаны. Сложно привлечь новых членов в организацию, если она неизвестна потребителям и членство в ней не дает реальных конкурентных преимуществ участникам. Организация, количество членов в которой незначительно, вряд ли сможет добиться признания со стороны государственных органов. Отсутствие влияния во взаимоотношениях с государственными органами опять же делают членство в организации менее привлекательным для бизнеса.

При этом следует иметь в виду, что методы продвижения организаций саморегулирования среди различных целевых групп существенно различаются. Кроме того, хотя в продвижении организации саморегулирования можно использовать часть маркетинговых технологий, применяемых для продвижения товаров и услуг, стандартные маркетинговые методы отнюдь не всегда являются самыми эффективными. Ниже мы последовательно рассмотрим различные методы продвижения организаций саморегулирования, а также факторы, воздействующие на эффективность этих методов.

Любая ассоциация бизнеса, в том числе и организация саморегулирования, заинтересована в росте числа членов. Для того, чтобы членство в организации саморегулирования стало привлекательным для компаний, необходимо создание реальных избирательных стимулов для членов организации. Такими избирательными стимулами могут служить, во-первых, услуги для членов организации, а во-вторых, возможность использовать коллективный товарный знак организации.

В главе 6 мы рассмотрели спектр услуг, которые может предлагать организация саморегулирования. Набор услуг определяется, прежде всего, спросом со стороны потенциальных членов организации. Он должен быть достаточно гибким, чтобы отражать реальные потребности сектора, особенно если организация саморегулирования работает на конкурентном рынке (аналогичные услуги, например тренинговые или юридические, предоставляют и другие коммерческие или некоммерческие структуры). Ряд услуг организации саморегулирования, например, защита отдельных компаний во взаимодействии с государственными органами, тесно связана с известностью и авторитетом организации среди государственных органов, СМИ, общественности.

К вопросу о методах продвижения коллективного товарного знака мы вернемся ниже.

Для продвижения услуг организации саморегулирования на рынок (привлечения новых членов) возможно использование стандартных маркетинговых приемов, используемых во взаимоотношениях «бизнес-бизнес», включая прямую рекламу, презентации, персональные переговоры и т.п.

Так, в БББ США широко распространена практика «продажи членства». Специалисты организации работают как торговые агенты: обзванивают потенциальных клиентов, предлагают им вступить в члены организации. Агенты работают на проценте от суммы привлеченных членских и вступительных взносов.

Для привлечения членов в организацию саморегулирования помимо набора услуг, важное значение имеет уровень членских взносов.

Для организаций с обязательным членством или данными по закону существенными конкурентными преимуществами все достаточно просто: чем выше взносы, тем лучше. Верхняя граница определяется самой выгодностью ведения бизнеса при слишком высокой плате за доступ на рынок (в этом случае членские взносы в организацию саморегулирования выступают именно в таком качестве). Другим ограничением является реальная возможность членов организации «голосовать руками» и соотношение переговорных позиций членов организации (заинтересованных в минимизации издержек) и менеджмента. Высокий размер членских взносов может также являться входным барьером на рынок и использоваться для ограничения конкуренции.

Для организаций саморегулирования без обязательного членства решение о размере членских взносов является более сложным. С одной стороны, чем ниже взносы, тем легче привлечь компании, в том числе не очень крупные. С другой стороны, объем поступающих членских взносов должен обеспечивать нормальное функционирование организации. С третьей стороны, к организации, взносы в которую составляют солидную сумму, отношение более серьезное. Какой из этих факторов окажется более важным, зависит от конкретной ситуации, в том числе от традиций саморегулирования в стране и отрасли, наличия конкуренции между организациями саморегулирования, от стереотипов поведения бизнеса и т.п.

Так, например, политика членских взносов сильно различается в американских и российских БББ. В США средний объем взносов в год составляет несколько сот долларов с компании. В московском БББ на стадии его создания членские взносы составляли 10 тыс. долларов в год, сейчас (через пять лет) – 4 тыс., а например, в Барнауле на момент созда-

ния – 800 долларов. И такая политика в России была выбрана сознательно: не только и не столько чтобы наполнить бюджет при незначительном числе фирм-членов, но и для того, чтобы фирмы относились к вновь созданной организации как к серьезному предприятию, в которую сделаны довольно значительные инвестиции. Такая политика стимулирует компании реально участвовать в деятельности организации, предпринимать усилия по ее продвижению, а не забыть о ее существовании сразу после уплаты взносов.

По-разному может решаться и вопрос о том, должны ли все компании платить одинаковую сумму или она должна варьироваться в зависимости от размера фирмы. На практике есть примеры и единой ставки членских взносов, и зависимости членских взносов от размера компании (активов, численности занятых и т.п.) В данном случае определенные затруднения может представлять собой база отсчета. Кроме того, больший размер компании, хотя, как правило, и определяет больший размер финансовых ресурсов, но не означает больший объем использования услуг организации.

Возможна также привязка суммы, уплачиваемой компаниями (членских взносов и иных платежей) к объему потребляемых услуг. В этом случае собственно членские взносы могут быть не очень высоки и обеспечивать фактически только административные расходы организации, финансирование же целевых проектов и специальных услуг членам может осуществляться отдельно. Такая политика может быть целесообразна, если члены организации предъявляют спрос на различные виды услуг (членство в организации разнородно). При этом снижается риск сверхиспользования ресурсов организации и менее выраженной становится «проблема безбилетника». В то же время такой подход снижает мобильность организации (затруднено перераспределение средств между направлениями деятельности). Кроме того, надо принимать во внимание ограничения, накладываемые различными организационно-правовыми формами, о чем подробно говорилось в предыдущей главе.

В любом случае размер членских взносов должен соответствовать реальным финансовым возможностям потенциальных членов организации и соответствовать объему и уровню предоставляемых услуг.

Продвижение организации саморегулирования среди потребителей предполагает, прежде всего, продвижение коллективного товарного знака. При этом задача состоит не просто в том, чтобы добиться узнаваемости знака, но и максимально широко распространить информацию о дополнительных гарантиях и стандартах, которые дает потребителю общение с продавцом – членом организации саморегулирования. Именно эти дополнительные гарантии

должны подчеркиваться при продвижении организации как ею самой, так и фирмами — членами организации саморегулирования.

Воздействие коллективного товарного знака на предпочтения потребителей может различаться в зависимости от влияния конкретной организации, степени охвата членством соответствующего сектора, традиций, иных внешних условий и т.п. Так, стандарты, предлагаемые организациями саморегулирования, могут восприниматься как **фон** на определенном секторе рынка: реально их соблюдает относительно небольшое число фирм — членов организации, на предпочтение потребителей они (пока) серьезного влияния по сравнению с другими факторами не оказывают, однако некую планку задают. Это состояние весьма неустойчивое, поскольку на уровне “фона” повышенные по сравнению с основной массой рынка стандарты не дают фирмам-участникам реального конкурентного преимущества. Таким образом, организация либо должна развиваться дальше, чтобы членство в ней стало реальным сигналом для потребителей, либо она объективно стагнирует или перерождается. Продвижение коллективного товарного знака должно идти двумя параллельными путями: усиление привлекательности и известности этого брэнда в глазах потребителей и укрепление избирательных стимулов для членов организации, в том числе не связанных напрямую с известностью коллективного товарного знака. Переход от состояния фона к состоянию реального сигнала для потребителя требует существенных инвестиций либо от фирм — членов организации, либо от других заинтересованных сторон.

На более высокой ступени членство в организации саморегулирования является реальным **сигналом** для потребителей. То есть при прочих равных условиях потребители и другие контрагенты предпочитают иметь дело с членами данной организации. В этом случае, с одной стороны, растет значение коллективного товарного знака для фирм — членов организации и как следствие все больше фирм данной сферы стремятся присоединиться к организации. Это позитивно воздействует на объем располагаемых финансовых ресурсов и соответственно на объем производства общественных благ. С другой стороны, все больший сегмент рынка работает по стандартам организации, охвачен системой внесудебного разрешения споров и т.п., то есть повышается общее качество взаимодействия с контрагентами и снижается угроза оппортунистического поведения со стороны продавцов. Именно этот уровень является оптимальным с точки зрения баланса интересов общества (аутсайдеров) и фирм — членов организации саморегулирования.

Для продвижения коллективного товарного знака можно и нужно использовать стандартные маркетинговые приемы. Однако у ор-

ганизаций саморегулирования есть возможность, связанная с предоставлением дополнительных социальных услуг потребителям.

Так, организации саморегулирования могут предоставлять *услуги по информированию и консультированию* аутсайдеров (прежде всего потребителей). Большинство действующих организаций саморегулирования совмещают работу по приему жалоб с консультированием потребителей по профильным вопросам. Организации саморегулирования сообщают также, является ли конкретная компания членом организации, распространяют информацию о стандартах членства и т.п. Развитые организации, например американские БББ, имеют базу данных с информацией о компаниях, не являющихся членами организации (прежде всего, информацию о наличии жалоб потребителей и реакции компании на такие жалобы). Как правило, подобная информационная деятельность является бесплатной для потребителей, то есть представляет собой чистое общественное благо. В то же время предоставление подобных услуг работает на поддержание коллективного брэнда, оказывает большее воздействие на предпочтение информированных и грамотных потребителей, хотя бы понимающих в чем преимущества более высоких стандартов ведения бизнеса.

Еще одной выгодой от предоставления подобных услуг является получение уникальной информации о предпочтениях потребителей, стереотипах поведения, новых конкурентных схемах и т.п. Грамотный анализ вопросов и жалоб потребителей если и не заменяет полноценные маркетинговые исследования, то существенно дополняет их. Информация, получаемая через «горячие линии» и иные каналы прямой связи с потребителями, при качественной подаче оказывается весьма интересной для СМИ. Обобщение жалоб потребителей, ответы на типичные вопросы специалистами организаций саморегулирования, публикуемые в СМИ, могут стать эффективной непрямой рекламой организации.

При продвижении организации саморегулирования следует иметь в виду, что чрезмерно большое количество членов организации (их высокая рыночная доля) может ослаблять значение коллективного товарного знака как стимула для потребителей.

При незначительном числе членов принадлежность к ассоциации не будет для потребителей реальным сигналом качества. Проблема в том, что в этом случае экономия на издержках по поддержанию коллективного брэнда не будет для каждой фирмы существенна по сравнению с поддержанием собственного брэнда (а эта функция сохраняется у любой компании). Кроме того, учитывая другие критерии потребительского выбора (цена, качество, верность брэнду, местоположение и т.п.), вряд ли малое число фирм-членов при-

ведет к сдвигу потребительских предпочтений в их сторону благодаря использованию (объективно ограниченному) коллективного товарного знака, какими бы дополнительными гарантиями третьей стороны не сопровождался этот знак. Конечно, малое число членов позволяет легче решать проблему безбилетника и при прочих равных больше использовать частные блага, однако снижение конкурентных преимуществ обесценивает этот выигрыш.

С другой стороны, слишком большое число членов относительно размера рынка также приводит к уменьшению конкурентных преимуществ. В этом случае главная конкуренция происходит не между членами и не-членами организации саморегулирования, а между членами. Кроме того, в организации с большим числом членов возрастают издержки мониторинга и издержки согласования решений. Более актуальной становится и проблема управления поведением исполнителя (отношения между членами организации и персоналом). Побочным эффектом может быть и сверхиспользование частных благ, особенно если размер платежей членами организации не привязан к объему потребления ее услуг. В этом случае необходимо развитие производства иных частных благ, помимо коллективного товарного знака, стимулирующих вступление в организацию, либо снижение до минимума издержек членства в организации, так что традиция участия, а не реальные частные блага будут главным фактором принятия решения о членстве.

В вопросе расширения членства могут возникать противоречия в интересах менеджмента организаций саморегулирования и компаний – членов организации. Менеджмент заинтересован в росте числа членов, поскольку больше членов означает больший объем финансирования и большее влияние (аналогично погоне менеджмента компаний за размером корпорации). Компании же не заинтересованы в безграничном росте членства поскольку, во-первых, при чрезмерном росте утрачиваются конкурентные преимущества от использования коллективного товарного знака, а во-вторых, объективно размывается «клуб избранных», в организацию допускаются фирмы, занимающие более низкое положение либо по объему операций, либо по известности брэнда.

Эффективность продвижения организации саморегулирования зависит не только от активности самой организации, но и от активности компаний-членов. В большинстве случаев организации саморегулирования разрешают и приветствуют использование своего товарного знака в рекламе компаний – участников организации. Описание дополнительных гарантий потребителям со стороны организации саморегулирования в информационных и рекламных материалах компаний, использование коллективного то-

варного знака организации саморегулирования повышает эффективность рекламной кампании отдельной фирмы, но в то же время способствует и продвижению организации в целом. Для избежания возможных коллизий необходима разработка правил использования коллективного товарного знака и его соответствующая юридическая защита.

Немаловажным вопросом является и согласованность различных подразделений внутри компании. Российская практика показывает, что зачастую подразделения, ответственные за маркетинг и рекламу, не используют возможности, предоставляемые членством компаний в различных организациях, в том числе в организациях саморегулирования. Это происходит в том числе и по незнанию, поскольку с организациями саморегулирования зачастую работают юридические службы и службы рекламаций.

Чтобы обеспечить авторитет и известность организации саморегулирования среди органов власти, деловых кругов (не обязательно работающих в профильной отрасли) и общественности, требуется использование методов, несколько отличных от маркетинговой практики бизнеса. В этой сфере полезно опираться на опыт правозащитных организаций, успешно защищающих свои клиентские группы, лоббирующие их интересы на разных уровнях государственной власти, активно работающих с прессой.

Социальная активность организаций саморегулирования, направленная на защиту интересов как бизнеса, так и аутсайдеров, и ее освещение в СМИ позволит получить больший эффект, чем прямая реклама организации. Если деятельность действительно является общественно значимой, она с высокой долей вероятности будет освещаться средствами массовой информации без оплаты. Более того, организация саморегулирования должна всячески избегать платежей СМИ за подобное освещение событий (фактически скрытой рекламы) не только из-за незаконности публикации скрытой рекламы, но и из практических соображений. Одни раз предложив деньги СМИ за освещение правозащитной деятельности, организация делает невозможным последующую бесплатную публикацию материалов о своей деятельности.

Из опыта правозащитных организаций организации саморегулирования могут взять на вооружение опыт проведения массовых кампаний – привлечения общественного мнения к определенной проблеме и, опираясь на это мнение, воздействие на органы власти с целью решить эту проблему. Проведение массовой кампании позволяет позиционировать организацию не как «клуб по интересам», а как реального субъекта гражданского общества и эффек-

тивного защитника общественных интересов (не только узких интересов бизнеса).

Выбор темы массовой кампании должен отвечать следующим критериям:

- общественная значимость темы (затронуты не просто интересы какой-то группы предпринимателей, но бизнеса в целом, бизнеса и потребителей и т.п.);
- массовый характер нарушений прав граждан в этой сфере;
- невозможность в силу разных причин решить проблему одним, например, судебным способом.

Необходимо также четко формулировать цель кампании, которая должна быть достаточно общественно значимой, достижимой и соответствовать имиджу организации.

Методы проведения кампаний могут быть самыми различными. Ниже мы перечислим несколько наиболее распространенных.

“Горячая линия”. Открывается на срок проведения кампании. “Горячая линия” может служить как для сбора мнений граждан по определенному вопросу (например, как вы относитесь к введению дополнительного маркирования продукции), так и для ответа на конкретные вопросы и жалобы граждан (как предпринимателей, так и потребителей).

Коалиции. Решения любой проблемы добиться тем легче, чем больше людей и организаций выступают с согласованной позицией. Коалиции позволяют усилить легитимность позиции, объединить ресурсы и обеспечить разделение труда. При создании коалиций необходимо учитывать действие двух факторов: с одной стороны, чем шире коалиция, тем весомее ее позиция. С другой стороны, чем больше организаций входит в коалицию, тем больше издержки по согласованию позиций и действий, тем больше вероятность расхождения интересов. Поэтому при формировании коалиций необходимо четко определить позиции участников и зону общих интересов, четко определиться с разделением труда и вкладом каждого из участников. Создание коалиции по одному вопросу отнюдь не означает, что организации имеют полностью совпадающие позиции и интересы по другим позициям. Например, интересы бизнеса и потребителей могут совпадать в борьбе с естественными монополистами, но это не значит, что организации по защите прав потребителей не будут предъявлять претензии бизнесу по другим вопросам.

Судебное оспаривание незаконных требований органов государственной власти. Этот метод хорош и сам по себе, и как информационный повод для СМИ. О технологии подачи подобных исков мы подробно говорили в главе 7. Решение по делу будет вынесено ско-

рее всего далеко за рамками кампании. Однако когда судебный процесс закончится (победой или поражением), не забудьте использовать это как информационный повод. Вынесение судебного решения может либо поставить точку в решении определенной проблемы, либо наоборот, дать толчок к новой массовой кампании.

“Круглые столы”, дебаты, конференции. Эти мероприятия позволяют детально обсудить проблему и обменяться мнениями. “Круглые столы” могут быть закрытыми (пресса не приглашается) или открытыми. Выбор формы встречи зависит от типа обсуждаемых проблем и от круга участников. Иногда имеет смысл не приглашать прессу собственно на встречу, а провести после нее пресс-конференцию или разослать пресс-релизы.

Публичные переговоры с органами власти. Лучший путь решения проблемы — это решение ее миром. Очень многого можно добиться, проведя двух- или многосторонние переговоры всех заинтересованных сторон (различных государственных органов, бизнеса, общественных организаций и т.п.). В некоторых случаях контрагенты легко идут на контакт с организаторами кампании (особенно после многочисленных публикаций), а в некоторых — всячески этого избегают. В последнем случае эффективным может оказаться публичный призыв к началу переговоров. И положительная, и отрицательная реакция контрагента может оказаться важной для успеха кампании в целом.

Естественно, все шаги в проведении массовой кампании должны сопровождаться активным взаимодействием со СМИ. Целесообразно начинать кампанию с пресс-конференции, на которой объясняются цели кампании и методы, какими она будет проводиться. Ход кампании следует освещать в пресс-релизах, рассылая их постоянно по средствам массовой информации, а наиболее существенные вопросы (например, отмена нормативного акта) выносить на пресс-конференции.

Однако стоит иметь в виду, что постоянно поддерживать интерес прессы к какой-то проблеме практически невозможно. Поэтому на стадии планирования кампании рассчитайте, в какие моменты вы будете производить «вброс» информации в СМИ. При общении с журналистами или при передаче в прессу готовых статей не забывайте о специфике издания: при общении с популярной молодежной газетой и серьезным профессиональным изданием стиль подачи материала должен различаться.

В ходе кампании надо быть готовым к противодействию прессы. Опыт показывает, что можно не обращать внимания на мелкие уколы прессы, но нельзя не реагировать на глобальные обвинения (например, в публикации недостоверных сведений, предвзятости и т.п.). Каждый такой случай должен пресекаться в судебном или ином порядке.

ЧАСТЬ II

Раздел IV. Практика саморегулирования в России

В этом разделе мы расскажем о существующих в России организациях, которые можно в той или иной степени назвать организациями саморегулирования. Они очень разные: некоторые объединяют тысячи участников, а некоторые всего несколько компаний, одни опираются в свое деятельности на специальное отраслевое законодательство, а другие были созданы исключительно по инициативе компаний. Они действуют в различных отраслях, спектр их услуг весьма широк.

Конечно, в этой книге представлены далеко не все существующие организации саморегулирования, но в нашу задачу входило не дать исчерпывающее описание саморегулирования в России, а показать разнообразие подобных организаций, широту спектра предоставляемых ими услуг и видов деятельности.

Все материалы о конкретных организациях саморегулирования подготовлены руководителями и высшими менеджерами этих объединений. Их взгляд на деятельность и перспективы развития собственных организаций и, шире, на развитие саморегулирования в России, безусловно, будет интересен для всех, кто только раздумывает о вступлении в существующие организации саморегулирования или создании новых.

Глава 10.

Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР)

«...Правительство, отменяя, допустим, 80% из лицензируемых видов деятельности, не может уйти в сторону от защиты прав потребителей на рынке. И поэтому нужно будет, если говорить о

фондовом рынке, соглашение с двумя-тремя крупными саморегулируемыми организациями, которые возьмут на себя выполнение определенных процедур по контролю на рынке. И уже их внутренними уставами регулируются многие вопросы. Это институты гражданского общества, нормальные демократически работающие механизмы, очень быстрый порядок изменения правил, если это требуется, потому что сами участники рынка правила и устанавливают. И устанавливаемые правила публичны. В этом ключ всей проблемы. Потому что у нас других механизмов, кроме государства, нет. А в государстве кто? Вороватый чиновник.»

*Министр экономического развития и торговли Г. Греф
в интервью газете «КоммерсантЪ» от 22 марта 2000 г.*

История создания НАУФОР

Отечественный фондовый рынок появился на свет в экстремальных условиях России 90-х. После первых лет бурного и хаотичного развития российского рынка ценных бумаг его участники пришли к осознанию того, что дальнейшая работа без единых правил поведения на фондовом рынке невозможна. В результате многочисленных переговоров, консультаций и поисков взаимных компромиссов за основу построения российского рынка ценных бумаг была принята американская модель, которая подразумевала управление фондовым рынком при помощи саморегулируемых организаций. Ряд региональных инвестиционных компаний Новосибирска, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга объединились в ассоциацию. В Москве 15 мая 1994 г. в представителями 15-ти ведущих компаний была учреждена Профессиональная ассоциация участников фондового рынка (ПАУФОР). Первостепенными задачами ПАУФОР были: разработка стандартов торговли ценными бумагами и комплекса мер дисциплинарного воздействия на их нарушителей, а также создание для участников ассоциации внебиржевой компьютерной торговой системы. Уже в сентябре 1994 г. был принят первый вариант правил ПАУФОР, что позволило сразу перейти к активному созданию торговой системы.

Особенностью работы российских фондовых бирж в начале 1990-х годов было отсутствие торговли акциями приватизированных промышленных предприятий. Успешно торгуя ваучерами и предъявительскими ценными бумагами, биржи упустили момент, когда нужно было начать формирование инфраструктуры цивилизованного фондового рынка с регистраторами, депозитариями, клиринговыми центрами и т.п. Поэтому организация внебирже-

вой торговли между членами ПАУФОР, которые добровольно обязались придерживаться взаимных договоренностей, правил информационной открытости и единого документооборота, стала первоочередной задачей Ассоциации.

Для обслуживания внебиржевого рынка акций была выбрана американская система ПОРТАЛ. Ее адаптированный для России вариант позволял поддерживать двустороннюю связь между пользователями, находящимися в своих офисах далеко друг от друга, и центральным сервером. В конце 1994 г. систему установили в брокерских фирмах-членах ПАУФОР и были проведены пробные торги.

Первоначально ПОРТАЛ выполняла скорее информационные функции, так как большинство выставленных в ней котировок были индикативными. И только в мае 1995 г., когда выставяемые в системе котировки стали обязательными для исполнения, начались регулярные торги акциями. Летом 1995 г. на смену ПОРТАЛ пришла Российская торговая система (РТС), и вскоре ее терминалы появились в других городах страны.

Совместная работа на фондовом рынке по схожим правилам со временем сблизила позиции ПАУФОР и независимых региональных организаций брокеров. Осенью 1995 г. стало окончательно ясно, что объединение всех брокерских ассоциаций в единую общероссийскую организацию позволит согласовать усилия и эффективнее отстаивать общие интересы. Поэтому, собравшись в Москве 30 ноября 1995 г., представители четырех региональных ассоциаций объявили о создании межрегионального объединения участников фондового рынка ПАУФОР России, которая стала прообразом будущей саморегулируемой всероссийской организацией — НАУФОР (Саморегулируемая организация «Национальная ассоциация участников фондового рынка»).

До 1996 г. Ассоциация успешно совмещала функции организации саморегулирования участников рынка ценных бумаг и организатора внебиржевых торгов. Однако вступившие в силу Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и временное положение Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг (ФКЦБ России) «О требованиях, предъявляемых к организаторам торговли на рынке ценных бумаг» потребовали от Ассоциации разделения этих направлений и лицензирования каждого вида деятельности.

Для выполнения этих требований НАУФОР в 1997 г. приступила к реструктуризации. Совет директоров НАУФОР принял решение исключить из компетенции НАУФОР вопросы, связанные с организацией внебиржевой торговли. В январе под эгидой НАУФОР было создано Некоммерческое партнерство «Торговая сис-

тема РТС», в собственность которого передана Российская торговая система. А в начале марта 1997 г. Федеральная комиссия приняла решение выдать лицензию организатора торговли Некоммерческому партнерству «Торговая система РТС», которое стало первым в истории российского фондового рынка официально признанным внебиржевым организатором торговли. 29 августа 1997 г. ФКЦБ России выдала НАУФОР лицензию саморегулируемой организации.

НАУФОР сегодня

Сегодня Ассоциация объединяет около 800 компаний, расположенных по всей России и имеет 14 филиалов, местонахождение которых совпадает с местонахождением региональных отделений ФКЦБ России.

Членами НАУФОР могут быть юридические лица, соответствующие требованиям НАУФОР и осуществляющие на основании лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг, выданной Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг (или иным лицензирующим органом, действующим на основании генеральной лицензии), следующие виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг:

- брокерская деятельность на рынке ценных бумаг;
- дилерская деятельность на рынке ценных бумаг;
- депозитарная деятельность на рынке ценных бумаг;
- деятельность по управлению ценными бумагами.

Кандидатами в члены НАУФОР могут быть юридические лица, предполагающие осуществлять вышеуказанные виды деятельности.

Для реализации уставных целей и задач НАУФОР осуществляет следующие функции:

- устанавливает стандарты осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг и правила проведения операций с ценными бумагами, технологические стандарты и инструкции, обязательные для применения членами НАУФОР;
- предоставляет ходатайства о выдаче лицензирующими органами лицензий профессионального участника рынка ценных бумаг в порядке и на условиях, предусмотренных нормативными актами ФКЦБ России и иными документами, регулирующими деятельность НАУФОР как саморегулируемой организации;

- осуществляет проверки соблюдения членами НАУФОР требований законодательства Российской Федерации о ценных бумагах, нормативных актов ФКЦБ России, учредительных и внутренних документов НАУФОР и применяет меры воздействия к членам, нарушающим вышеуказанные требования;
- разрабатывает правила по обеспечению открытости информации членов НАУФОР для проверок, проводимых по инициативе НАУФОР, и порядок ознакомления с результатами проверок других членов НАУФОР;
- анализирует практику применения законодательства Российской Федерации о ценных бумагах и направляет предложения по его совершенствованию в ФКЦБ России;
- разрабатывает учебные программы и планы, направленные на повышение профессиональной квалификации членов НАУФОР и иных участников рынка ценных бумаг;
- осуществляет подготовку руководителей и сотрудников организаций, осуществляющих профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг в соответствии с квалификационными требованиями ФКЦБ России и ведет учет лиц, получивших квалификационные аттестаты, выданные ФКЦБ России;
- в соответствии со стандартами, утвержденными ФКЦБ России и внутренними документами НАУФОР, устанавливает квалификационные требования к сотрудникам ее членов, осуществляет их подготовку, определяет квалификацию и выдает квалификационные аттестаты НАУФОР;
- готовит и выпускает учебно-методические пособия, научно-технические публикации, рекламные проспекты, организует издание научных трудов и лекций;
- осуществляет сотрудничество с участниками рынка ценных бумаг, не являющимися членами НАУФОР, а также с их объединениями.

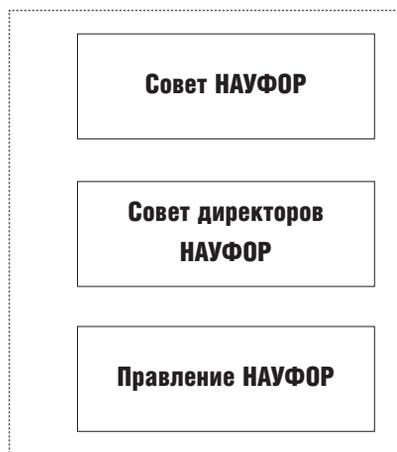
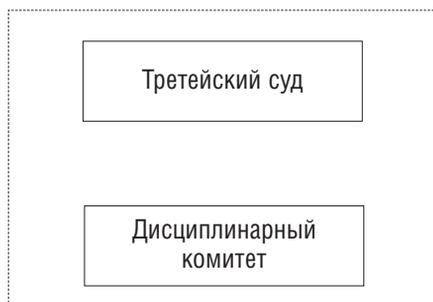
Совершенствование правового регулирования рынка ценных бумаг

В целях совершенствования правового регулирования рынка ценных бумаг, а также учета интересов членов НАУФОР при подготовке и принятии проектов федеральных законов, касающихся фондового рынка, НАУФОР осуществляет взаимодействие с Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации, министерствами и ведомствами, информирует своих членов о готовящихся проектах, собирает мнения членов НАУФОР по об-

Организационная

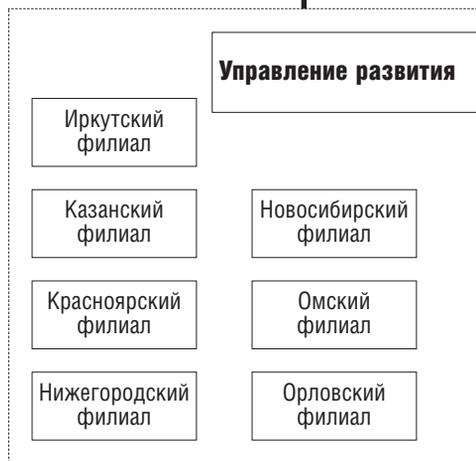
Органы управления

Органы по разрешению споров



Отдел по взаимодействию с органами государственной власти

Подразделения контроля, лицензирования и стандартизации



структура НАУФОР

Комитеты и рабочие группы по проблемным вопросам фондового рынка

Комитет по производным
инструментам

Финансово-
операционный комитет

Правовой комитет

Комитет по электронной
торговле

Комитет по долговым
обязательствам

**Отдел по связям
с общественностью**

Подразделения по обеспечению функций саморегулирования

региональной сети

Саратовский
филиал

Приморский
филиал

Северо-
западный
филиал

Ростовский
филиал

Уральский
филиал

Самарский
филиал

Челябинский
филиал

**Правовое
управление**

**Информационно-
аналитическое
управление**

суждаемым вопросам, создает профильные Комитеты НАУФОР по актуальным проблемам (по срочному рынку, по электронной торговле), проводит интернет-конференции, заседания рабочих групп.

НАУФОР осуществляет обобщение поступающих от профессиональных участников и инвесторов вопросов, касающихся практики применения законодательства Российской Федерации. Перечни этих вопросов регулярно направляются в ФКЦБ России. Ответы Федеральной комиссии публикуются на страницах журнала «Вестник НАУФОР» и на сайте НАУФОР. На своем сайте НАУФОР открыла виртуальную площадку для обсуждения вопросов профессиональной деятельности на фондовом рынке.

Ведется разработка новых стандартов НАУФОР, касающихся осуществления брокерской деятельности и деятельности по доверительному управлению ценными бумагами на срочном рынке, с использованием электронных систем (Интернет-трейдинг), при совершении маржинальных сделок, а также осуществления депозитарной и дилерской деятельности. Уделяется большое внимание совершенствованию существующих стандартов, правил и положений НАУФОР:

- Стандартов ведения внутреннего учета сделок и иных операций с ценными бумагами, фьючерсами и опционами профессиональными участниками рынка ценных бумаг, осуществляющими брокерскую, дилерскую деятельности и деятельность по доверительному управлению ценными бумагами.
- Стандартов организации системы внутреннего контроля профессионального участника рынка ценных бумаг, осуществляющего брокерскую, дилерскую деятельности и деятельность по доверительному управлению ценными бумагами.
- Стандартов осуществления депозитарной деятельности профессиональными участниками рынка ценных бумаг.
- Правил профессиональной этики членов НАУФОР.
- Положения о порядке рассмотрения жалоб и заявлений в НАУФОР.

Правила профессиональной этики членов НАУФОР

В целях повышения доверия к членам НАУФОР со стороны их клиентов и других участников рынка ценных бумаг были разработаны и утверждены обязательные для соблюдения всеми членами НАУФОР Правила профессиональной этики членов НАУФОР.

Этическими основами профессиональной деятельности членов НАУФОР являются:

- добросовестность;
- законность;
- приоритет интересов клиентов;
- профессионализм;
- независимость;
- информационная открытость.

При осуществлении профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг члены НАУФОР обязаны:

- проявлять должную меру заботливости к соблюдению условий договоров с клиентами;
- обеспечивать надежную защиту средств своих клиентов путем разделения активов клиентов и своих собственных активов, идентификации активов, а также и иными способами;
- избегать конфликта интересов, а если это невозможно, обеспечить раскрытие информации клиенту;
- не допускать удовлетворения собственных интересов за счет ущемления прав и законных интересов клиента;
- обеспечивать осуществление деятельности исключительно на высоком профессиональном уровне и не допускать к работе сотрудников, не имеющих необходимой квалификации;
- отказаться от выполнения поручений клиентов в случае, если они противоречат федеральным законам или иным нормативным правовым актам Российской Федерации с письменным обоснованием причин отказа.

Члены НАУФОР не вправе:

- злоупотреблять предоставленными им правами с целью извлечения выгоды или умаления интересов клиентов или других участников рынка ценных бумаг;
- злоупотреблять неосведомленностью, незнанием или неопытностью клиента;
- допускать предвзятости, давления третьих лиц и/или зависимости от них, способной нанести ущерб клиентам или третьим лицам.

Установление порядка рассмотрения жалоб и заявлений в НАУФОР

В целях установления единого порядка рассмотрения жалоб и заявлений граждан или организаций по вопросу восстановления

их нарушенных прав и законных интересов при осуществлении профессиональной деятельности членами НАУФОР было разработано и утверждено Положение о порядке рассмотрения жалоб и заявлений в Саморегулируемой организации «Национальная ассоциация участников фондового рынка».

Ответственные работники НАУФОР, принявшие к рассмотрению жалобу или заявление, обязаны:

- рассмотреть жалобу или заявление по существу в установленные сроки, объективно оценить изложенные факты, проверить их достоверность;
- способствовать незамедлительному принятию мер к пресечению неправомерных решений, действий (бездействия), нарушающих права и законные интересы граждан и организаций;
- принять мотивированное решение, основанное на законодательстве Российской Федерации о ценных бумагах, нормативных правовых актах Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг, Уставе и внутренних документах НАУФОР;
- сообщить заявителю о результатах рассмотрения жалобы или заявления и принятом решении в письменной форме в установленный срок.

В случае полного или частичного удовлетворения жалобы или заявления работниками НАУФОР составляется протокол по итогам рассмотрения жалобы или заявления и заключение с квалификацией выявленных нарушений в соответствии с Дисциплинарным кодексом НАУФОР, которые передаются на рассмотрение Дисциплинарного комитета НАУФОР, о чем заявителю должно быть направлено извещение.

Контроль

НАУФОР проводит проверки деятельности своих членов с целью выявления и предупреждения нарушений законодательства Российской Федерации о ценных бумагах, нормативных правовых актов Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг, Центрального банка Российской Федерации, иных нормативных правовых актов, регулирующих деятельность на рынке ценных бумаг, учредительных и внутренних документов НАУФОР.

Плановые проверки осуществляются в соответствии с годовыми планами и квартальными графиками проведения проверок, согласованными с Федеральной комиссией. Внеплановые проверки проводятся на основании:

- заявлений и жалоб граждан, организаций;
- предписаний и обращений Федеральной комиссии, Центрального банка Российской Федерации, иных уполномоченных органов государственной власти;
- сообщений средств массовой информации о нарушениях членом НАУФОР законодательства о ценных бумагах, прав и законных интересов граждан и организаций;
- результатов мониторинга процесса торгов;
- результатов предшествующих проверок проверяемой организации;
- результатов анализа отчетности проверяемой организации;
- результатов анализа документов проверяемой организации, поданных в НАУФОР для получения ходатайства о выдаче лицензии, при подаче заявления на вступление в НАУФОР.

По итогам проверки составляются протокол, предписание об устранении нарушений и/или заключение по итогам проверки, которые направляются в ФКЦБ России. НАУФОР раскрывает информацию о результатах проведенных проверок путем размещения на сайте НАУФОР, в журнале “Вестник НАУФОР” и по письменным запросам в порядке, установленном внутренними документами НАУФОР.

Дисциплинарный комитет

Вступая в НАУФОР, ее члены передают Ассоциации полномочия по дополнительному регулированию их профессиональной деятельности в определенных секторах рынка, а также по применению в отношении них мер воздействия в случае нарушения ими законодательства или внутренних документов НАУФОР. Члены НАУФОР обязуются добровольно исполнять решения Дисциплинарного комитета НАУФОР, действующего на основании Положения о Дисциплинарном комитете НАУФОР и Дисциплинарного кодекса НАУФОР.

Мерами дисциплинарной ответственности, применяемыми Дисциплинарным комитетом к членам НАУФОР могут быть: замечание, штраф и исключение из НАУФОР. В случае совершения профессиональным участником неоднократного, либо однократного, но тяжелого нарушения, Дисциплинарный комитет вправе обратиться в ФКЦБ России с представлением о приостановлении действия либо аннулировании лицензии члена НАУФОР, на которого предварительно было наложено дисциплинарное взыскание. Авторитетность выносимых Дисциплинарным комитетом решений обеспечивается высоким профессиона-

лизмом его членов: членов НАУФОР, сотрудников НАУФОР, а также компаний, не являющихся членами НАУФОР. Лица, не согласные с решением Дисциплинарного комитета, вправе в соответствии с Дисциплинарным кодексом НАУФОР в срок, установленный в решении, обжаловать решение в Совете директоров НАУФОР.

Таким образом, членство профессионального участника рынка ценных бумаг в НАУФОР, его подчинение правилам осуществления профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, принятым Ассоциацией, — дополнительная гарантия профессионализма и прозрачности их деятельности. В этой связи исключение из членов НАУФОР может рассматриваться как выражение крайней степени недоверия профессионального сообщества компании, исключаемой из Ассоциации.

Третейский суд

Вступая в члены НАУФОР, профессиональный участник рынка принимает на себя обязательство передавать любые гражданско-правовые споры по сделкам с другими членами НАУФОР на разрешение Третейского суда. Для этого во все заключаемые между членами НАУФОР договоры включается так называемая «третейская оговорка» или стороны подписывают соглашение о передаче споров в Третейский суд НАУФОР.

Третейский суд НАУФОР действует на постоянной основе и разрешает споры между членами НАУФОР, между членами НАУФОР и их клиентами, а также между любыми другими лицами, передавшими спор на разрешение Третейского суда. Кроме того, Третейский суд вправе разрешать споры между членами других саморегулируемых организаций, а также между членами и их клиентами, если НАУФОР и другая организация саморегулирования предварительно заключили соглашение о том, что эти споры будут рассматриваться в Третейском суде НАУФОР, а стороны спора включили в свой договор «третейскую оговорку».

Споры рассматриваются арбитрами, выбранными сторонами по делу из списка арбитров, утвержденного Советом директоров НАУФОР. В список арбитров включены высокопрофессиональные и авторитетные специалисты, делегированные членами НАУФОР и Ассоциацией, а также внешние специалисты. Арбитром не может быть избрано лицо, прямо или косвенно заинтересованное в исходе дела.

Рассмотрение дела может окончиться мировым соглашением, для чего арбитры обязаны использовать все имеющиеся у них воз-

возможности, или вынесением решения Третейского суда по существу дела. При вынесении решения по делу Третейский суд руководствуется законодательными и иными нормативными правовыми актами, действующими на территории Российской Федерации, международными соглашениями, подписанными Россией, а также принимает во внимание обычаи делового оборота. Решение является окончательным и обжалованию не подлежит. Оно исполняется сторонами добровольно в срок, указанный в решении арбитража, или немедленно, если такой срок не указан. Производство по делу может быть прекращено, если истец откажется от иска, ответчик признает иск или спор не подлежит рассмотрению Третейским судом НАУФОР.

Становясь членом НАУФОР, профессиональный участник рынка берет на себя обязательства добровольно и в полном объеме исполнять любые решения Третейского суда НАУФОР. Если компания-член НАУФОР все же не исполняет решения арбитража, к ней могут быть применены различные меры для принудительного исполнения решения. Решение Третейского суда НАУФОР может быть направлено в арбитражный суд для получения исполнительного листа. Председатель Третейского суда вправе обратиться в Дисциплинарный комитет НАУФОР о наложении взыскания на компанию, уклоняющуюся от исполнения решения Третейского суда, в соответствии с Дисциплинарным кодексом НАУФОР.

Предоставление ходатайств

С 1999 г. НАУФОР осуществляет проверку документов, поданных компаниями на лицензирование. Сотрудники НАУФОР изучают документы, дают рекомендации для приведения представленных документов в соответствие с лицензионными требованиями. Итогом осуществления проверки является предоставление обратившейся организации ходатайства НАУФОР перед ФКЦБ России о выдаче лицензии профессионального участника рынка ценных бумаг. Такое ходатайство выдается только члену или кандидату в члены НАУФОР. В выдаче ходатайства может быть отказано в случаях:

- наличия в документах, представленных заявителем, недостоверной информации;
- несоответствия заявителя требованиям и условиям, установленным Федеральной комиссией;
- выявления в процессе рассмотрения документов заявителя фактов нарушения им требований нормативных правовых актов Российской Федерации;

- нарушения заявителем требований учредительных и внутренних документов НАУФОР.

Образовательная деятельность

Информационно-аналитический учебный центр НАУФОР (ИАУЦ НАУФОР) адекватно отвечает на потребность фондового рынка в специалистах высокой квалификации.

Центр предлагает широкий спектр образовательных услуг:

- обучение специалистов с целью получения квалификационных аттестатов ФКЦБ;
- семинары для профессиональных участников и эмитентов;
- подготовку и проведение экзаменов для аттестованных бухгалтеров по программам института профессиональных бухгалтеров;
- организацию краткосрочных зарубежных стажировок и обучение по вопросам корпоративных финансов и управления в ведущих финансовых центрах Европы и Америки;
- подготовку независимых членов совета директоров по вопросам корпоративного управления и защиты акционеров.

Члены НАУФОР могут пользоваться услугами ИАУЦ НАУФОР на льготных условиях, а зачастую даже бесплатно.

Подбор специалистов

Кадровое агентство при Учебном центре НАУФОР специализируется на подборе персонала для фондового рынка. Постоянный мониторинг процессов, происходящих в инвестиционных компаниях, а также обширная база данных о специалистах фондового рынка, включая аттестованных, позволяет быстро найти требуемого специалиста.

Консалтинг

НАУФОР обладает уникальным опытом взаимодействия с ключевыми участниками рынка ценных бумаг – инвесторами, профессиональными участниками, эмитентами и государственными структурами, а также наработанными связями и высококвалифицированными специалистами в различных областях фондового рынка и корпоративного управления. Эти факторы явились осно-

вой для создания Консалтингового центра НАУФОР, оказывающего услуги по вопросам корпоративного управления:

- разработка системы корпоративного управления группой компаний;
- разработка и анализ внутренних документов акционерного общества;
- анализ корпоративных мероприятий эмитентов (собраний акционеров, заседаний совета директоров, реорганизации и т.д.) на соответствие законодательству;
- подготовка и оказание помощи при проведении общих собраний акционеров и заседаний совета директоров, процедуры реорганизации компании;
- консультации при совершении крупных сделок, сделок с заинтересованностью, обязательного выкупа акций эмитентом или группой крупных акционеров;
- подготовка документов и представление интересов компании в МАП России при реорганизации, совершении сделок, членстве одного лица в советах директоров двух и более хозяйствующих субъектов или по делам о нарушении антимонопольного законодательства;
- консультации относительно способов защиты прав и законных интересов акционеров;
- представление интересов акционера на собрании акционеров;
- подготовка и регистрация выпусков ценных бумаг;
- консультации по вопросам управления низколиквидными финансовыми инструментами, ценными бумагами, паями и долями;
- аудит инфраструктурных рисков — выявление и оценка технологических или законодательных рисков в деятельности организаторов торгов, депозитариев, расчетных организаций и т.п. при совершении любых операций с ценными бумагами;
- помощь в разработке и юридическая экспертиза схем внутренней отчетности профессиональных участников рынка ценных бумаг.

Издательская деятельность

«Вестник НАУФОР» — ежемесячный информационно-аналитический журнал, являющийся важной составляющей процесса информационного обеспечения участников фондового рынка. Освещает широкий спектр проблем финансового рынка, дает оценки, прогнозы, комментарии к ним, публикует мнения профессиональных участников фондово-

го рынка представляет антикризисные проекты и портреты компаний, рассказывает о финансовых инструментах и истории инвестиций.

Большое внимание в журнале уделяется новым технологиям на финансовом рынке — Интернет-трейдингу и Интернет-бэнкингу. Регулярно публикуются рейтинги популярности эмитентов по объемам заключенных сделок. Журнал обладает уникальными источниками информации: отчетность членов НАУФОР, НКС, СКРИН.

Авторы журнала — специалисты, эксперты и ведущие аналитики крупных компаний, банков, фондов, преподаватели профильных высших учебных заведений. Аудитория журнала — руководители и специалисты крупнейших российских и зарубежных инвестиционных компаний, банков, информационно-аналитических агентств, консалтинговых и страховых компаний, аудиторских фирм.

Отдельные статьи и полную электронную версию текущего и предыдущих номеров можно найти на сайтах: <http://www.integrum.ru>, <http://www.nns.ru>.

Информационные программы НАУФОР

СКРИН. Система комплексного раскрытия информации НАУФОР (СКРИН) — это база данных, содержащая информацию об эмитентах, ценных бумагах и операторах российского фондового рынка. Эти сведения уникальны, поскольку уникальны источники получаемой информации, главным из которых являются сами эмитенты. Отсутствие промежуточных звеньев позволяет получать информацию максимально быстро. Результаты ежедневного мониторинга деятельности эмитентов поступают от 14 филиалов ассоциации, охватывающих всю Россию.

Информацию об итогах торгов по ценным бумагам НАУФОР получает непосредственно от организаторов торговли. Также отслеживаются все публикации о рынке ценных бумаг в центральной и региональной прессе.

СКРИН содержит информацию о более чем 2000 российских эмитентов, рейтинг надежности профессиональных участников рынка ценных бумаг, огромный массив оперативной информации: ленту важнейших корпоративных новостей, аналитические материалы, базу данных, содержащую разнообразные сведения об эмитентах российских акций. Ежедневно ею пользуются около 1000 компаний и эти показатели постоянно растут. Для членов НАУФОР ко всем разделам СКРИН открыт свободный доступ.

Всю информацию можно найти на сайте СКРИН — <http://www.skrin.ru>.

НКС. Национальная котировальная система (НКС) — это современный программный инструмент, содержащий надежную ин-

формацию о капитализации сотен российских компаний, ценах на их акции, не обращающиеся на организованных рынках, а также о профессиональных участниках, заинтересованных в операциях с такими бумагами, и выполняющий следующие функции:

- предоставляет участникам системы возможность обмена информацией об индикативных котировках акций российских эмитентов, имеющих ограниченную ликвидность;
- предоставляет участникам системы возможность информировать потенциальных контрагентов о заинтересованности в приобретении или отчуждении тех или иных акций;
- расширяет возможности региональных инвестиционных компаний и банков, не являющихся участниками организованного рынка ценных бумаг;
- способствует развитию клиентской базы участников системы за счет увеличения количества инструментов и снижения операционных издержек, связанных с профессиональной деятельностью;
- позволяет превратить растущий интерес инвесторов к высокоэффективным динамично развивающимся промышленным предприятиям регионального и местного уровня в реальные инвестиции.

К настоящему моменту в НКС объявляют котировки более 230 компаний – профессиональных участников фондового рынка. В системе поддерживается более 900 активных котировок по более чем 400 ценным бумагам. Ежедневно около 200 компаний пользуются НКС в просмотрном режиме. Доступ членов НАУФОР к Национальной котировальной системе как в режиме объявления котировок, так и в режиме просмотра осуществляется бесплатно.

Полная информация о системе имеется на сайте НКС – <http://www.nqs.ru>.

Рейтинг надежности. Российский фондовый рынок отличает наличие высоких кредитных рисков. В этих условиях проблема надежности контрагента и выбора брокера становится одной из важнейших. Создавая Рейтинг надежности, НАУФОР ставила целью создать инструмент, облегчающий частному инвестору выбор надежного брокера, а профессиональному участнику – контрагента.

Для частных инвесторов Рейтинг надежности может стать единственным корректным и доступным инструментом, позволяющим осуществить свой выбор. Такого рода рейтинги важны и для риск-менеджмента профессиональных участников рынка, и для целей контроля за состоянием рынка со стороны регулятора.

Данные для составления рейтинга НАУФОР получает из ежеквартальных отчетов, предоставляемых всеми профессиональными участниками фондового рынка в соответствии с требованиями, установленными ФКЦБ России. Помимо данных бухгалтерского баланса и рассчитываемых на их основе коэффициентов, при составлении рейтинга учитываются также:

- собственный капитал, рассчитанный по методике ФКЦБ России;
- оборот по сделкам;
- структура сделок (сделки с бумагами, допущенными или не допущенными к торгам);
- членство в СРО;
- количество лицензий;
- «возраст» компании;
- состав учредителей;
- оценка компании как заемщика.

**Национальная ассоциация
участников фондового рынка (НАУФОР)**

Адрес: 107005, г. Москва, Бригадирский переулок, дом 6,
строение 1.

Телефон: (095) 787-77-74; 787-77-75

Факс: 787-24-85

E-mail: naufor@naufor.ru

Сайт: www.naufor.ru

Глава 11. Профессиональная ассоциация регистраторов, трансфер-агентов и депозитариев (ПАРТАД)

Профессиональная ассоциация регистраторов, трансфер-агентов и депозитариев (ПАРТАД) была создана в 1994 г. по инициативе профессиональных участников российского фондового рынка, основной целью ее создания являлось развитие инфраструктуры рынка ценных бумаг. С тех пор ПАРТАД принимает самое активное участие в формировании инфраструктуры российского фондового рынка путем разработки и установления стандартов профессиональной деятельности, а также осуществляет контроль за их исполнением. Основными задачами ПАРТАД являются:

- защита интересов членов ПАРТАД в государственных органах в контексте политики де бюрократизации экономики;

- повышение уровня профессиональной деятельности членов ПАРТАД и надежности системы защиты прав инвесторов путем разработки стандартов профессиональной деятельности и контроля за их соблюдением;
- создание системы управления рисками инфраструктуры рынка ценных бумаг;
- снижение трансакционных издержек профессиональных участников рынка и как следствие повышение ликвидности рынка в результате совершенствования технологии деятельности регистраторов и депозитариев.

В августе 1997 г. ассоциация получила лицензию на право осуществлять деятельность на рынке ценных бумаг в качестве саморегулируемой организации, после чего ПАРТАД стала принимать участие в лицензировании деятельности своих членов, контролировать соблюдение нормативных требований и стандартов ПАРТАД, применять меры дисциплинарного воздействия к нарушителям. ФКЦБ России 27 сентября 1999 г. вновь выдала ПАРТАД лицензию на право осуществлять свою деятельность на рынке ценных бумаг в качестве саморегулируемой организации, что создало основу для дальнейшего продолжения деятельности по совершенствованию учетной системы российского рынка ценных бумаг. В соответствии с нормами законов “О рынке ценных бумаг” и “О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг” контроль за деятельностью саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг, в том числе и посредством выдачи лицензий, осуществляется ФКЦБ России.

На сентябрь 2001 г. членами ПАРТАД являлись 219 компаний, из них 122 депозитария и 97 регистраторов. На протяжении двух последних лет численность членов ПАРТАД в среднем сохраняется. Тенденция к выравниванию соотношения численности регистраторов и депозитариев, уже наблюдавшаяся в 1998-1999 гг., сменилась на преобладание численности депозитариев. Начиная с января 2000 г. наблюдается увеличение доли банковских организаций – членов ПАРТАД. Необходимо отметить, что членами ПАРТАД являются ведущие российские компании – регистраторы и депозитарии, такие, как ОАО “Центральный Московский Депозитарий”, ОАО “Регистратор Никойл”, ЗАО “Национальная Регистрационная Компания”, ЗАО “Иркол”, ЗАО “Московский Фондовый Центр”, ЗАО “Регистратор-Связь”, НП “Национальный Депозитарный Центр”, ЗАО “Депозитарно-клиринговая компания”, Внешторгбанк, Внешэкономбанк, ЗАО “Международный Московский Банк”, ЗАО “Инвестиционная компания “Тройка Диа-

лог“, ЗАО “Брансвик Ю Би Эс Варбург Номиниз”, ЗАО “Кредит Свисс Ферст Бостон Секьюритиз” и многие другие.

В настоящее время ПАРТАД готовится к распространению своей деятельности как саморегулируемой организации на клиринговые организации и специализированные депозитариусы, обслуживающие институты коллективного инвестирования.

Организация и управление ПАРТАД

Высшим органом управления ПАРТАД является Общее собрание его членов. В период между общими собраниями членов ПАРТАД высшим руководящим органом ассоциации является Совет директоров ПАРТАД.

Для оперативного осуществления функций саморегулируемой организации Совет директоров ПАРТАД сформировал из своего состава Коллегию Совета директоров ПАРТАД. Она действует от имени и по поручению Совета директоров в промежутке между его заседаниями.

В ассоциации постоянно действует Комиссия по членству, которая принимает и проводит экспертизу пакетов документов на вступление в члены ПАРТАД, готовит заключения для Совета директоров по приему в члены и исключению из членов ПАРТАД, а также контролирует правопреемство по членству в ассоциации.

Кроме того, в рамках ассоциации созданы и действуют следующие комитеты:

- Комитет регистраторов, который разрабатывает внутренние документы ПАРТАД, регулирующие деятельность регистраторов;
- Комитет депозитариусов, который разрабатывает внутренние документы ПАРТАД, регулирующие деятельность депозитариусов;
- Дисциплинарный комитет, который выносит решения о применении различных санкций по фактам нарушения членами ПАРТАД стандартов ассоциации и законодательства.
- Комитет по стандартизации и сертификации, который разрабатывает требования к программному обеспечению деятельности членов ПАРТАД, а также принимает решения о выдаче сертификатов на программное обеспечение;
- Финансовый комитет, который рассматривает вопросы финансовой деятельности членов ПАРТАД, в том числе в сфере налогообложения.

В рамках ПАРТАД постоянно осуществляют свою деятельность следующие рабочие группы: по управлению рисками учетной системы, по гарантии подписи, по раскрытию информации, по деятельности специализированных депозитариев инвестиционных и пенсионных фондов.

Понимая важность присутствия на региональных рынках и активного участия в создании их инфраструктуры, ассоциация сегодня имеет представительства в пяти крупнейших финансовых центрах России: Северо-Западном (Санкт-Петербург), Сибирском (Новосибирск), Уральском (Екатеринбург), Поволжском (Самара) и Волго-Вятском (Нижний Новгород). Кроме того, действуют восемь представителей ПАРТАД: в Казани, Орле, Ростове-на-Дону, Саратове, Владивостоке, Омске, Красноярске, Иркутске.

Деятельность организации

Лицензирование профессиональных участников рынка ценных бумаг. В области лицензирования деятельности по ведению реестров ПАРТАД имеет уникальный опыт работы, так как ассоциация принимала участие в этом процессе задолго до получения статуса саморегулируемой организации, проводя экспертизу документов и помогая регистраторам оформлять их надлежащим образом. К процессу лицензирования депозитариев ПАРТАД впервые привлекли летом 1998 г. Участие ПАРТАД в процессе лицензирования заключалось в проведении предварительной юридической экспертизы документов, необходимых для получения лицензии, а также предоставление в ФКЦБ России ходатайств, свидетельствующих о соответствии документов членов ПАРТАД требованиям законодательства. За все время участия ассоциации в процессе лицензирования, нашими экспертами было рассмотрено порядка 700 комплектов документов.

Совершенствование нормативно-правовой базы. В рамках этого направления, наиболее актуальной задачей ПАРТАД является работа по внесению предложений по изменению и дополнению существующих нормативных правовых актов, регулирующих деятельность регистраторов и депозитариев на основе аккумулированных предложений членов Ассоциации и обобщенного опыта инспекционных проверок, проводимых ПАРТАД.

Для устранения пробелов и противоречий в действующем законодательстве особое внимание в этой области в 2000 г. уделялось разработке Комитетом регистраторов порядка применения "Положения о порядке передачи информации и документов, составля-

ющих систему ведения реестра владельцев именных ценных бумаг” и подготовке Комитетом депозитариев новой редакции “Положения о депозитарной деятельности в РФ”.

Ассоциацией были разработаны проекты Федеральных законов, касающихся правовой защиты интересов инвесторов, для последующего их вынесения на рассмотрение Государственной Думы РФ: “О саморегулируемых организациях”, “О внесении изменений и дополнений в Гражданский процессуальный кодекс РСФСР”. Проведена работа по подготовке и вынесению на рассмотрение Государственной Думы РФ изменений к проекту Федерального закона “Об инвестиционных фондах” и проекту Федерального закона “О негосударственных пенсионных фондах”. Большая часть предложенных экспертами ПАРТАД изменений и дополнений в закон “Об акционерных обществах” включена в действующую редакцию закона.

Консультирование и информационно-методическая помощь членам ПАРТАД. Основная работа в этой области осуществляется силами экспертов ПАРТАД в виде ответов на запросы, поступающие от организаций – членов ПАРТАД и их клиентов, касающиеся профессиональной деятельности и корпоративного управления. Осуществлялось издание журнала “Ведомости ПАРТАД”. Всего за период с января 1998 г. по сентябрь 2000 г., было выпущено 17 номеров журнала, один из которых был совместным проектом с ведущим российским журналом, посвященным проблемам фондового рынка, – “Рынок ценных бумаг”.

В качестве наиболее яркого примера методологической помощи ПАРТАД можно привести разработанные Комитетом депозитариев материалы по составлению Правил осуществления депозитарной деятельности, включающие в себя необходимый набор внутренних документов, регламентирующих деятельность депозитария, наличие которых необходимо для получения лицензии.

На протяжении 2000-2001 гг. ПАРТАД как уполномоченная организация регулярно организует специализированные квалификационные экзамены для специалистов, работающих в регистраторах и депозитариях. Следует отметить, что вопросы в экзаменационных тестах были составлены на основе учебного пособия, написанного в основном ПАРТАД и дочерней организацией ПАРТАД – ООО “Инфраструктурный институт ПАРТАД” (ИНФИ ПАРТАД).

Контроль и мониторинг профессиональной деятельности. ПАРТАД за время своего существования было проведено 225 инспекционных проверок профессиональной деятельности членов ПАР-

ТАД, из них 160 проверок регистраторов и 65 проверок депозитариев. Инспекционные проверки проводятся в соответствии с ежеквартальными планами в связи с жалобами, поручениями Дисциплинарного комитета ПАРТАД и ФКЦБ России. Проверки организуются таким образом, чтобы оценить профессиональную деятельность всей организации с учетом работы филиалов, представительств, трансфер-агентов. Наличие разветвленной филиальной сети у организации предполагает привлечение к проверкам региональных представителей ПАРТАД.

Контрольная функция ПАРТАД реализуется не только посредством проведения инспекционных проверок, но и путем анализа их результатов и отчетов об устранении нарушений, выявленных в ходе проверок. Программное обеспечение, разработанное специалистами ПАРТАД, позволяет вести учет проводимых проверок и формировать необходимые отчеты, содержащие как сведения о порядке устранения выявленных нарушений и мерах дисциплинарного воздействия (в случае их применения), так и анализ отчетов об устранении нарушений.

По истечении отчетного периода (квартала) ПАРТАД составляет аналитические записки, которые содержат статистические данные по нарушениям, выявленным в ходе проверок. Это позволяет ПАРТАД осуществлять профилактику типичных нарушений, а также выявлять тенденции, динамику и взаимосвязи. В результате этой деятельности подавляющее большинство нарушений, выявленных в ходе инспекционных проверок, устраняются в течение месяца с даты завершения проверки; сократилось число часто повторяющихся нарушений; существенно повысилась роль внутреннего контроля организаций.

Специальные программы ПАРТАД

Программа по разработке и внедрению системы мер снижения рисков профессиональной деятельности. Участие в Программе разработки и внедрения системы мер снижения рисков, связанных с осуществлением профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг, утвержденной Советом директоров ПАРТАД, является одним из основных требований, предъявляемых ассоциацией к своим членам. Если в отношении регистраторов программа по минимизации рисков профессиональной деятельности действует уже достаточно давно и практически все регистраторы – члены ПАРТАД имеют соответствующие договоры со страховыми организациями (такие договоры обязательно регистрируются в ПАРТАД), то в отношении депозитариев программа стала реализовываться только с

1999 г. Рабочей группой ПАРТАД были разработаны Требования ПАРТАД к документам, определяющие систему мер снижения рисков осуществления депозитарной деятельности. Последним достижением ПАРТАД в рамках программы снижения рисков и защиты прав инвесторов является разработка и принятие документов, определяющих порядок создания членами ПАРТАД компенсационного фонда, а также обществ взаимного страхования.

Программа гарантии подписи ПАРТАД. ПАРТАД последовательно реализует программу гарантии подписи по двум направлениям. По одному из них он выступает в качестве административного центра программы как системы трехсторонних договоров между регистраторами, гарантами и административным центром, выполняющая функции координации и информационного обеспечения. Другим направлением реализации программы в 1999 и 2000 гг. являлась регистрация в ПАРТАД двухсторонних договоров гарантии подписи между регистраторами и гарантами.

В августе 1998 г. Совет директоров ПАРТАД утвердил «Условия регистрации договоров гарантии подписи ПАРТАД». В целях анализа и подготовки экспертных заключений договоров гарантии подписи заключаемых членами ПАРТАД с профессиональными участниками рынка ценных бумаг в ПАРТАД была сформирована Рабочая группа по гарантии подписи. После рассмотрения договора гарантии подписи Рабочая группа составляет экспертное заключение, в котором содержатся рекомендации Рабочей группы для принятия соответствующего решения Советом директоров ПАРТАД.

Программа содействия деятельности Трансфер-агентского центра. 21 сентября 1999 г. было зарегистрировано Некоммерческое партнерство «Трансфер-Агентский Центр» (ТАЦ). В числе учредителей – крупнейшие российские регистраторы «Регистратор «Никойл», «Центральный Московский Депозитарий», «Национальная Регистрационная Компания», «Иркол», «Московский Фондовый Центр», «Реестр А-Плюс», «Энергорегистратор» и др.

Основной целью ТАЦ является создание эффективной и прозрачной системы, обеспечивающей исполнение сделок с ценными бумагами. ТАЦ предоставляет оперативный и удобный способ проведения операций в реестрах, которые ведутся регистраторами, подключившимися к системе. Профессиональные участники рынка ценных бумаг (брокеры, кастодианы) могут пользоваться системой ТАЦ после заключения соответствующих договоров о присоединении к системе. Договором предусматривается признание правил работы ТАЦ, использование электронной подписи при передаче документов на проведение операций в реестрах, принципы воз-

никновения и разграничения ответственности сторон при проведении операций. Инвесторы, не являющиеся профессиональными участниками рынка ценных бумаг, могут обращаться к любому регистратору, подключенному к ТАЦ, для того чтобы дать поручение на проведение операции в любом из реестров, объединенных ТАЦ.

ПАРТАД в рамках Программы содействия созданию ТАЦ продолжает начатую в 1999 г. методическую поддержку разработки стандартов деятельности ТАЦ как системы передачи информации для проведения операций в реестрах с помощью электронных средств. ПАРТАД осуществляет помощь в продвижении услуг ТАЦ среди своих членов, оказывает ТАЦ по мере необходимости техническую и организационную поддержку при проведении собраний, советов партнерства, пресс-конференций.

Программа сертификации программного обеспечения. На сентябрь 2001 г. ПАРТАД вынес решение о соответствии 51 программного продукта «Требованиям к программному обеспечению ведения реестра владельцев именных ценных бумаг», утвержденным решением Совета директоров ПАРТАД. Работы по тестированию проводились как с компаниями, специализирующимися на разработке программного обеспечения, так с регистраторами, самостоятельно разрабатывающими программные продукты. В 2000 г. все регистраторы стали использовать сертифицированное программное обеспечение, однако работы по совершенствованию требований к программному обеспечению постоянно проводятся в Комитете по стандартизации ПАРТАД. 24 ноября 2000 г. ПАРТАД зарегистрирован в Госстандарте России как орган добровольной сертификации программного обеспечения депозитарной деятельности. 13 июля 2001 года ПАРТАД выдал первый сертификат на депозитарный программный продукт и на данный момент такая сертификация является одним из наиболее перспективных направлений деятельности ПАРТАД.

Программа раскрытия информации. В рамках программы раскрытия информации в ПАРТАД реализуется несколько проектов. С 1997 г. по настоящее время ежеквартально составляется и публикуется рейтинг регистраторов. Совершенствование методики расчета рейтинга является одной из основных задач рабочей группы по раскрытию информации, членами которой являются как регистраторы, так и депозитарии. Постоянно расширяется база данных ПАРТАД, разработана и функционирует на сайте ПАРТАД уникальная поисковая система эмитентов и их регистраторов. Ряд регистраторов (ФРК, ЦМД, Тульский промышленник, ДРАГА, МФЦ, Единый регистратор, Сибирско-Уральский регистрацион-

ный центр, Реестр А-плюс) заключили соглашение и предоставляют информацию о корпоративных событиях у эмитентов, ведение реестров которых осуществляет данный регистратор.

С 21 августа 2000 г. на сайте ПАРТАД размещена новая версия базы данных “Регистратор – Эмитент – Трансфер-Агент – Номинальный Держатель” (РЭТАН-НД). Указанная система содержит данные более чем о 100 регистраторах и трансфер-агентах и более чем о 9 000 эмитентах. Важной особенностью системы является то, что она непосредственно связана с “Российской Торговой Системой” (РТС), и это позволяет любому, работающему в РТС, получить оперативный доступ к информации из базы данных ПАРТАД.

Одним из новых проектов ПАРТАД в этой области является осуществляемый совместно с Фондом развития финансовых исследований «Инфраструктурный институт» проект по созданию рейтинга надежности депозитариев, пилотный выпуск которого опубликован в последнем выпуске “Ведомостей ПАРТАД”.

Механизмы внесудебного разрешения споров и конфликтных ситуаций

В течение 1999-2001 гг. Дисциплинарным комитетом было рассмотрено более 60 дисциплинарных дел. В частности, по одному из дел рассмотрены материалы, предоставленные Информационно-технической службой ПАРТАД, о несвоевременном исполнении 76 членами ПАРТАД предписаний ПАРТАД относительно перехода на сертифицированное программное обеспечение для ведения реестра. Было принято решение о применении мер воздействия в виде наложения штрафа в отношении 75 членов ПАРТАД.

По результатам инспекционных проверок, проводимых экспертами ПАРТАД по поручению ФКЦБ России и жалобам, рассматривались дела, результатом которых были и решения о наложении штрафов, и решения о предупреждении с публичным извещением общественности.

В сентябре 2000 г. было рассмотрено дело в отношении 16 депозитариев в связи с нарушением требований ПАРТАД по заключению договоров страхования рисков совмещения депозитарной деятельности с иными видами профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг. В результате к четырем депозитариям применена мера дисциплинарного воздействия в виде замечания; относительно четырех депозитариев принято решение о наложении штрафа.

В 2000 г. приступил к работе Третейский суд ПАРТАД, который призван предоставить членам ПАРТАД возможность выбирать место разрешения экономических споров. Целями организации Третей-

ского суда ПАРТАД являются в первую очередь оперативное разрешение споров частноправового характера на рынке ценных бумаг и обеспечение эффективной судебной защиты прав членов ПАРТАД, их клиентов, других профессиональных участников рынка ценных бумаг. Отличительными чертами конструкции Третейского суда ПАРТАД являются строгие требования, предъявляемые к арбитрам (обязательное наличие высшего российского юридического образования и специальных познаний в области российского рынка ценных бумаг), отсутствие любого рода принуждения сторон к передаче споров на разрешение Третейского суда ПАРТАД, разумные сроки рассмотрения третейских дел, экономически выгодные профессиональным участникам рынка ценных бумаг судебные расходы.

**Профессиональная ассоциация регистраторов,
трансфер-агентов и депозитариев (ПАРТАД)**

Почтовый адрес: 119048, Москва, ул.10-летия Октября,
д.11, этаж 2.

Телефоны/факсы: (095) 245-67-29, 245-64-29, 245-64-19

E-mail: partad@dol.ru

Сайт: www.partad.ru

Глава 12.

Российская гильдия риэлторов (РГР)

История, структура, цели

Рынок недвижимости России — один из самых молодых и быстро развивающихся. Становление началось в 90-е годы, когда в силу вступили первые нормативные акты, разрешившие приватизацию жилья. Особенности развития регионов привнесли коррективы в формирование общей картины рынка недвижимости. Но в целом можно выделить некоторые общие черты.

С марта 1991 г. заканчивается государственная монополия на рынке жилья. Первые аукционы по продаже недвижимости дали толчок к экономическому обороту недвижимости и в основном легализовали работу черных маклеров. 1992-93 гг. отмечены активным ростом числа агентств недвижимости. Столь динамичное развитие рынка недвижимости в первые годы его существования обусловлено в первую очередь наличием отложенного спроса и во вторую — облегчением процедур совершения сделок с жилыми помещениями.

Отсутствие механизмов государственного регулирования деятельности риэлторских агентств, не разработанная правовая база

совершения сделок с объектами недвижимости не способствовали цивилизованности рынка. Особая социальная значимость жилищных вопросов и важность сектора недвижимости для экономики привели к необходимости кардинального изменения ситуации.

Именно в этот период произошел качественный перелом и определился круг людей, занимающихся риэлторским бизнесом, которые захотели объединиться. Так в 1992 г. родилась идея образования Российской гильдии риэлторов. Вместе с тем возникла необходимость определить «правила игры» на рынке недвижимости, и профессионалы были кровно заинтересованы в том, чтобы эти правила отвечали их потребностям. Таким образом, можно сказать, что инициатива создания РГР пошла «снизу».

В тот период перед РГР стояли следующие задачи:

- влияние на формирующееся законодательство в области недвижимости;
- обучение специалистов рынка недвижимости;
- создание единого информационного пространства;
- изучение передового иностранного опыта в сфере недвижимости;
- выработка единых принципов морали, по которым бы действовали все субъекты рынка недвижимости;
- конструктивное взаимодействие с органами исполнительной власти.

За десять лет рынок недвижимости России качественно изменился. Этот путь вместе с рынком прошла и Российская гильдия риэлторов. Но сегодняшние условия и темпы формирования экономики ставят новые задачи, определяют направления дальнейшего развития.

В июне 2001 г. состоялся X съезд РГР, который утвердил новую редакцию Устава, новую структуру Профессиональных комитетов и Исполнительной дирекции.

В соответствии с проектом концепции развития организации аппарат управления РГР был реформирован, увеличена роль постоянно действующих консультационных органов и возложены новые функции на Исполнительную дирекцию, в частности, обязанность по координации работы Профессиональных комитетов, а не просто обеспечение их деятельности.

Структура РГР включает в себя:

Общее собрание (Съезд) — высший законодательный орган. Правомочен принимать решения по любым вопросам деятельности. Собирается не реже одного раза в год.

Ревизионная комиссия — орган, осуществляющий контроль за финансовой и хозяйственной деятельностью.

Национальный совет — высший орган управления в период между съездами. Принимает решения по всем вопросам, кроме отнесенных к компетенции съезда. Избирается съездом из числа действительных членов. Созывается не реже чем 1 раз в 6 месяцев.

Президент — высшее должностное лицо, возглавляющее органы управления (Национальный совет и Совет оперативного руководства и планирования). Кроме представительских функций на президента возложена обязанность осуществлять планирование и общее руководство деятельностью РГР и Исполнительной дирекцией. Избирается съездом.

Правление — постоянно действующий консультационный орган при президенте, обеспечивающий преемственность президентской формы управления. В состав правления входят: действующий президент, экс-президент (бывший), президент-элект (будущий), руководитель комитета по кадровому и стратегическому планированию, руководитель Исполнительной дирекции. Все члены Правления по статусу являются вице-президентами РГР. Заседания Правления проводятся не реже 1 раза в месяц.

Совет оперативного руководства и планирования — коллегиальный орган основными задачами, которого являются разработка текущей политики, планирование и контроль деятельности профессиональных комитетов. В состав Совета входят вице-президенты, руководители профессиональных комитетов, делегированные члены Национального совета. Заседания проводятся не реже 2 раз в квартал.

Экспертный совет — консультационный орган Совета оперативного руководства и планирования, формирующий позицию РГР по стратегическим вопросам. Осуществляет экспертную оценку и готовит заключения по проектам, выносимым для рассмотрения на Национальный совет и Совет оперативного руководства и планирования. Состоит из высококвалифицированных специалистов по различным областям деятельности. Заседания проводятся по мере необходимости.

Исполнительный вице-президент — руководитель Исполнительной дирекции РГР, осуществляющий руководство текущей деятельностью, координирующий работу советов и комитетов. Утверждается Национальным советом по представлению президента РГР.

Исполнительная дирекция — аппарат, обеспечивающий функционирование РГР, координирующий работу профессиональных комитетов и оказывающий услуги членам по различным направлениям. Состоит из отделов.

Профессиональные комитеты — постоянно действующие консультативные органы по вопросам профессиональной деятельности членов РГР. Формируются из наиболее авторитетных и инициативных членов. Руководители комитетов являются членами Совета оперативного руководства и планирования. Деятельность комитетов координируют сотрудники Исполнительной дирекции и исполнительный вице-президент. Заседания проходят по мере необходимости.

Одновременно с внесением организационных изменений в учредительные документы произошло уточнение целей и задач РГР.

В соответствии с уставом РГР определяет свою миссию как *«создание и развитие цивилизованного рынка недвижимости в Российской Федерации на основе развития законодательной и нормативной баз»*. Вместе с тем ближайшая цель определена как *«постепенный переход к организации саморегулирования на рынке недвижимости»*.

Наиболее существенными задачами на сегодняшнем этапе являются:

- содействие в создании и становлении региональных объединений профессиональных участников рынка недвижимости, обеспечение демократичности развития таких объединений;
- разработка и внедрение системы профессиональных стандартов членов РГР и процедур взаимоотношений между членами РГР и потребителями, а также между профессиональными участниками рынка недвижимости;
- участие в защите прав собственников на рынке недвижимости, рассмотрении споров между членами РГР, а также между членами РГР и потребителями их услуг;
- определение основных направлений в области подготовки специалистов на рынке недвижимости, создание обучающих программ, обучение на основе принятых стандартов;
- оказание услуг по обмену информацией, установление связей и развитие сотрудничества между различными участниками рынка недвижимости, взаимодействие со СМИ;
- содействие развитию деловых связей членов РГР с иностранными партнерами, интеграция в международную сеть бизнес - недвижимости;
- создание единой информационной сети коммерческой информации, относящейся к торговле недвижимостью, инвестиционной и строительной деятельности с целью активизации операций с недвижимостью на межрегиональном и международном уровне, содействие развитию мультилистинговых систем;

- изучение текущего состояния, тенденций и проблем развития рынка недвижимости, подготовка информационных, аналитических исследований, экспертных материалов;
- формирование положительного общественного мнения о РГР, осуществление конструктивного взаимодействия с органами исполнительной власти, проведение активной рекламной и публицистической деятельности в интересах членов РГР;
- организация и проведение специализированных выставок, симпозиумов, конференций и конгрессов по недвижимости, культурных мероприятий.

Членство в РГР

С 1994 г. началась активная работа по созданию региональной сети РГР. На сегодняшний день членами РГР являются не только агентства недвижимости, но и их профессиональные объединения. В состав РГР входит более 800 членов, 28 региональных и профессиональных ассоциаций из 69 регионов Российской Федерации.

В настоящий момент члены РГР, используя фирменный бренд - «РИЭЛТОР», осуществляют следующие виды профессиональной деятельности:

- брокерская – деятельность агентств недвижимости;
- девелоперская – привлечение частных инвестиций для строительства объектов недвижимости;
- управление недвижимостью – от имени собственника эффективное управление объектами недвижимости;
- оценка недвижимости;
- другая деятельность, связанная с оказанием услуг участникам рынка недвижимости.

Более 75% членов РГР составляют агентства недвижимости, на долю девелоперских и управленческих компаний приходится около 15%, 5% составляют оценочные организации и 5% - различные предприятия, оказывающие услуги членам РГР (учебные заведения, финансовые и страховые компании, банки, работающие на рынке недвижимости и др.)

Деятельность организации

Направления деятельности РГР обусловлены ее миссией – *«создание и развитие цивилизованного рынка недвижимости в России»*

ской Федерации на основе развития законодательной и нормативной базы» и ближайшей целью — «переход к организации саморегулирования на рынке недвижимости». Развитие цивилизованного рынка недвижимости подразумевает корректные партнерские отношения, уважение и соблюдение прав потребителей, добросовестную конкуренцию, построенную на эффективной законодательной базе, постепенное развитие системы саморегулирования рынка недвижимости.

Поставленные цели и определяют основные направления деятельности РГР, которые включают:

- международное сотрудничество;
- поддержку и развитие регионов;
- нормотворческую деятельность;
- работу со СМИ;
- обучение и повышение квалификации;
- обмен информацией;
- функционирование системы разрешения споров и защиты прав потребителей;
- стандартизацию и сертификацию.

Международное сотрудничество

Одним из направлений деятельности РГР является развитие международного сотрудничества и установление тесных взаимовыгодных отношений со специалистами real estate бизнеса стран Европы и Америки. Так 1994 г. ознаменован резким увеличением международных контактов. РГР была принята основным членом в FIAVCI (Международную Федерацию недвижимости), подписан договор с Восточно-Европейским Фондом недвижимости (ВЕФН США) о проведении ряда совместных обучающих программ (эти связи существенно расширились в 1998-1999 гг.), заключено генеральное соглашение с Ассоциацией нидерландских маклеров, направленное на интеграцию рынков недвижимости, обмен информацией по законодательству и налогообложению, установление бизнес-контактов между членами профессиональных организаций. В сентябре 1995 г. и октябре 1997 г. аналогичные соглашения были подписаны с Ассоциацией испанских агентов недвижимости и Ассоциацией риэлторов г. Майами. РГР установлены тесные взаимоотношения с риэлторскими агентствами и девелоперами Австрии, Италии, Германии, Франции, Великобритании, Болгарии, Чехии, Словакии, Венгрии, Польши, Белоруссии, Украины.

С 1993 г. РГР в качестве члена международной секции принимает участие в работе ежегодных съездов Национальной ассоциации риэлторов США, крупнейшего в мире профессионального объединения, насчитывающего более 750 000 индивидуальных членов. В этих форумах участвуют более 20 000 профессионалов рынка недвижимости со всего мира, проходит выставка передовых real estate технологий.

С ноября 1999 г. представитель РГР входит в инициативную группу руководителей национальных риэлторских ассоциаций, которая занимается выработкой единых стандартов практики, образования и представления информации для участников общемирового рынка недвижимости. Важность этой работы продиктована усиливающейся тенденцией глобализации рынка, свободного перемещения капитала, развития электронной торговли. Помимо России членами этой группы являются также ассоциации США, Канады, Австралии, Голландии, Бразилии, Ирландии, Норвегии и Сингапура.

Ежегодно формируются делегации за рубеж с целью ознакомления с работой профессиональных объединений ведущих стран мира и Восточной Европы. Так, в октябре 1999 г. официальная делегация РГР приняла участие в работе 6-ой Ежегодной конференции ассоциаций риэлторов Центральной и Восточной Европы, которая состоялась в Братиславе (Словакия). РГР является действительным членом CEREAN (Сети ассоциаций риэлторов стран Центральной и Восточной Европы). В ноябре 2001г. официальные делегации РГР участвовали в международных конференциях и съездах CEREAN (София, Болгария) и Национальной ассоциации риэлторов (Чикаго, США). В 2002 г. конференция CEREAN будет проведена в России.

Поддержка и развитие регионов

Особое внимание РГР уделяет развитию региональных рынков недвижимости, поддержке существующих профессиональных общественных организаций.

С участием американских преподавателей-практиков прошла целая серия региональных семинаров, посвящённых развитию региональных риэлторских ассоциаций, их роли в формировании местной законодательной базы, имиджа специалиста рынка недвижимости. Сейчас эта программа несколько видоизменилась, основной упор в ней сделан на изучение американского опыта управления риэлторской фирмой, сотрудничество между брокерами, набор и обучение агентов по недвижимости. В настоящее время

готовится очередной семинар-тренинг на тему «Управление ассоциацией», который пройдет в Самаре. Преподавание на этих семинарах осуществляют лучшие специалисты Национальной ассоциации риэлторов США, среди которых три экс-президента этого крупнейшего в мире профессионального объединения. С их опытом уже успели ознакомиться в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Тюмени, Новосибирске, Владивостоке, Уфе, Иркутске, Ижевске, Астрахани, Якутске, Хабаровске.

Большой интерес со стороны региональных ассоциаций вызвала проводившаяся в 1999 г. совместно с ВЕФН программа мигрантов. По его результатам семь местных ассоциаций риэлторов, представивших наиболее интересные проекты, получили безвозмездную финансовую помощь.

Представители РГР активно участвуют в региональных конференциях и семинарах, посвященных различным актуальным проблемам развития рынка недвижимости. Важность данных семинаров для регионов трудно переоценить, так как они дают возможность не только обменяться опытом, но и получить новые знания, утвердиться в дальнейших направлениях развития, привлечь новых членов.

Другим проектом, направленным на развитие региональных ассоциаций, является разработка возвратной системы уплаты членских взносов, согласно которой большая часть из них остается в региональных ассоциациях, предоставляя им большую финансовую независимость.

Нормотворческая деятельность

Специалисты РГР и региональных ассоциаций активно участвуют в нормотворческих процессах, включая федеральный и муниципальный уровень власти. В сотрудничестве с РГР разрабатывались практически все ключевые нормативные акты в области недвижимости. Вот несколько примеров:

При введении лицензирования риэлторской деятельности специалистам РГР удалось подкорректировать, во многом в положительную сторону, постановление о лицензировании, а в Москве, даже была введена двухступенчатая (агент/брокер) система лицензирования.

В 1998 г. РГР представила общественности и руководству страны Концепцию развития рынка недвижимости, направленную на создание единого законодательного пространства на всей территории РФ, развитие и регулирование рынка недвижимости. Позже, в 2000 г., Центр стратегических разработок при Президенте РФ использо-

вал данную концепцию для разработки государственной политики в сфере земли и иной недвижимости городов и поселений.

Сегодня эксперты РГР активно участвуют в разработке целого пакета нормативных документов по развитию рынка недвижимости. Был принят Земельный кодекс РФ, идет работа над проектами законов «О приватизации», «О риэлторской деятельности в РФ». Осознавая важность законопроекта, эксперты РГР принимают участие в работе над проектом закона «О саморегулируемых организациях».

В настоящий момент идет активная работа по совершенствованию системы защиты прав добросовестного приобретателя, который по действующему законодательству практически никак не защищен, что вызывает большое количество коллизий в разрешении судебных споров в случае признания предшествующих сделок недействительными. Именно неопределенность в объеме прав собственника резко снижает инвестиционную активность и привлекаемость России в сфере недвижимости. По этому вопросу в ближайшее время планируется ряд “круглых столов” с участием экспертов РГР, представителей Министерства юстиции, нотариата, регистраторов, депутатов Государственной Думы РФ.

Работа со СМИ

Формирование положительного имиджа отрасли, повышение доверия к профессиональным участникам рынка недвижимости, информирование потребителей об основных его событиях, поддержка фирменного бренда «РИЭЛТОР» и другие задачи решаются при проведении публичных мероприятий РГР.

Среди наиболее важных общественных мероприятий можно отметить ежегодные съезды РГР, в рамках которых стало доброй традицией проводить конгрессы недвижимости. Участниками таких мероприятий являются не только представители регионов России и иностранных государств, но и высшие должностные чины государственной власти.

Красивой и важной публичной акцией, являющейся хорошим стимулом к более качественной работе, является ежегодное проведение профессионального конкурса по номинациям «Лучшая брокерская фирма», «Лучшая оценочная фирма», «Лучшая управляющая компания», «Лучший реализованный девелоперский проект», «Лучшее средство массовой информации по освещению рынка недвижимости», «Лучший журналист по освещению рынка недвижимости».

Еще одним аспектом публичной деятельности РГР является проведение выставок по недвижимости. Потребителей привлекает

не только возможность изучения большого количества предложений, но возможность бесплатно поучаствовать в специально организованных просвещающих семинарах. Профессионалы имеют возможность не только встретиться друг с другом, но и обменяться опытом, обсудить общие проблемы.

Обучение

РГР уделяет большое внимание расширению возможностей получения высококачественного профессионального образования и повышения квалификации. Успешное развитие рынка недвижимости, высокий статус профессии в первую очередь обусловлены квалификацией брокеров и агентов, тех, кто непосредственно работает с потребителем.

В связи с этим особое внимание уделяется обучению специалистов рынка недвижимости. РГР совместно с Московской государственной юридической академией и с Российской правовой академией Министерства юстиции РФ проводит обучение и повышение квалификации специалистов по недвижимости с присвоением им квалификаций «Агент» и «Брокер». Для руководящего персонала агентств недвижимости, бухгалтеров и юристов организуются специализированные курсы «Управление риэлторской фирмой», «Бухгалтерский учет и отчетность в риэлторской фирме», «Юридическое обеспечение риэлторской деятельности и операций с недвижимостью». Судебно-арбитражная практика по сделкам с недвижимостью». В ближайших планах РГР находится организация профессионального учебного центра, основной задачей которого является не только подготовка специалистов для рынка недвижимости по различным направлениям, но и накопление знаний и формирование на их основе научного центра по проблемам недвижимости.

Для поддержания высокого уровня образовательных программ РГР активно сотрудничает с международными организациями.

Так, при поддержке Восточно-Европейского фонда недвижимости и Агентства международного развития США (USAID), организуются международные конференции и семинары с приглашением представителей компаний – членов РГР. В соответствии с подписанным протоколом ВЕФН передал РГР ряд изданий по брокерской деятельности, оценке, девелопменту, управлению недвижимостью и другим направлениям риэлторской деятельности, которые были представлены профессионалам рынка недвижимости.

С 1995 г. РГР в соответствии с подписанным соглашением с Институтом управления недвижимостью США (IREM) организует

обучение по профессии «Управляющий недвижимостью» с присвоением международно признанной степени «Сертифицированный управляющий недвижимостью» (CPM). По этому соглашению РГР провела курсы в Твери, Самаре, Воронеже, Перми, Москве, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге. Три группы риэлторов уже успешно завершили этот курс и получили сертификаты. Представителями IREM были отобраны шесть лучших слушателей из первого потока и обучены по специализированной программе подготовки инструкторов курсов по обучению, входящих в программу CPM. Проведя два курса совместно с преподавателями из США, четверо из них были внесены в официальный реестр преподавателей IREM, что предоставило им возможность самостоятельно проводить столь востребованное обучение.

При содействии ВЕФН РГР совместно с Институтом коммерческих инвестиций в недвижимость Национальной ассоциации риэлторов США (CIREI) проводит обучающие программы с присвоением степени «CCIM» – «Сертифицированный специалист по коммерческим инвестициям» (курс «Финансовый анализ инвестиций в недвижимость»). С 1996 г. подписано двустороннее соглашение между РГР и Национальной ассоциацией риэлторов США, в соответствии с которым российские риэлторы могут учиться на курсах, организованных NAR, с последующим присвоением степени «Сертифицированный специалист по международной недвижимости» (CIPS). Риэлторы, получившие степень CCIM, ценятся во всем мире как профессионалы в своей области.

Важной формой обучения и обмена опытом и мнениями является организация научно – практических конференций по различным аспектам рынка недвижимости. Среди конференций, вызвавших наиболее острую полемику в СМИ и положительные отзывы профессионалов, можно отметить проводимые под лозунгом «Перспективы развития рынка недвижимости». Так наиболее интересными и значимыми конференциями были «Инвестиционный климат в России» и «Проблемы развития мультилистинговых систем в России».

Обмен информацией

Информирование и консультирование является значимой услугой для членов РГР. С этой целью издается ежемесячный печатный вестник «Профессионал», который прямой почтовой рассылкой доставляется всем членам РГР. Электронная версия вестника представлена на сайте РГР www.rgr.ru. Концепция вестника заключается в подробном освещении основных событий рынка недви-

жимости не только Москвы, но и регионов, и анонсировании ближайших мероприятий, что предоставляет возможность членам РГР получать полную картину рынка недвижимости в России.

Особое внимание уделяется использованию новых технологий и Интернета. Так, создан и успешно развивается Виртуальный клуб риэлторов. Он представляет собой своеобразный форум профессиональных риэлторов, на котором в режиме on line специалисты обмениваются информацией, обсуждают возникшие проблемы и оперативно получают консультации и советы. Виртуальный клуб насчитывает шесть специализированных секций и одну общую.

Стандартизация и сертификация

Соответствие стандартам практики, как и использование фирменного бренда «РИЭЛТОР», является одним из конкурентных преимуществ, которое предоставляется членам РГР. Для более качественного предоставления услуг, защиты прав потребителей и добросовестной конкуренции в РГР были приняты внутренние нормативные документы. К таким документам в первую очередь относятся Кодекс этики и Профессиональные стандарты практики. Но, к сожалению, эти документы не в полной мере отвечают современному состоянию рынка недвижимости, многие положения просто не могут быть выполнены членами РГР ни при каких условиях. Это обусловлено тем, что прообразом этих нормативных документов служили соответствующие документы Национальной ассоциации риэлторов США. Между тем разница во времени развития рынков недвижимости в США и России составляет более чем 100 лет. В настоящий момент происходит ревизия данных документов и разрабатывается принципиально иная система профессиональных стандартов. Основная задача данной системы – внесение принципа научности и приближенности к реальной практике, создание на ее основе системы сертификации. О данной системе мы подробнее расскажем ниже.

Система разрешения споров

Системы разрешения споров получили развитие в основном в региональных ассоциациях, где существуют специальные комиссии по разрешению споров. Как правило, в компетенцию таких комиссий входит разрешение споров между членами и потребителями услуг и между членами Гильдии.

Успешное развитие систем разрешения споров затруднено двумя обстоятельствами. Во-первых, суды не признают комиссии по разрешению споров в качестве третейских судов, хотя все формальные признаки соблюдены. По общему положению суды общей юрисдикции не могут принимать к рассмотрению дела, по которым уже имеется решение третейского суда. По факту же суды принимают иски от сторон (потребителей или агентств недвижимости), несмотря на то, что существует решение комиссии по разрешению споров. Решить эту проблему можно только путем внесения изменений в гражданско-процессуальное законодательство.

Во-вторых, лицензирующие органы частично подменяли функции комиссий по рассмотрению споров. Многие потребители напрямую обращаются в лицензирующие органы с жалобами, в результате над агентством недвижимости возникает угроза лишения лицензии, даже в случае, если оно право.

Но, несмотря на эти проблемы, существует положительный опыт работы комиссий по разрешению споров. Так, например, в Московской ассоциации-гильдии риэлторов, уже на протяжении нескольких лет постоянно действует такая комиссия. Заседания проходят один раз в две недели и на них рассматриваются практически любые виды споров. За время существования комиссии было рассмотрено более 1000 дел, причем в 90% случаев стороны были удовлетворены принимаемым решением. Комиссия выработала свои правила разрешения споров, основное из которых гласит, что в споре в первую очередь рассматриваются этические нормы и соответствие действий агентства недвижимости правилам и нормам делового оборота. Особенно отмечается, что разрешение спора не носит формального юридического характера, так как в противном случае спор превращается в долгую, утомительную и процессуально сложную процедуру, в которой юристы сторон упражняются в своем мастерстве.

Перспективы развития РГР

За 10 лет своего существования Российская гильдия риэлторов прошла большой путь. Но для дальнейшего эффективного развития необходимо постоянно совершенствовать и расширять перечень услуг, предоставляемых членам, повышать уровень демократичности и открытости для общественного контроля.

В проекте концепции развития гильдии предусмотрено постепенное создание системы саморегулирования риэлторской деятельности с учетом изменений законодательства, настроений об-

щества. Основными вводными данными, послужившими основанием для принятия решения о стремлении к созданию системы саморегулирования, явились следующие:

- необходимость структурных изменений в РГР и переход на новый этап развития;
- принятие пакета законов по дерегулированию и либерализации экономики;
- отмена лицензирования риэлторской деятельности;
- отсутствие необходимости в разработке специального закона «О риэлторской деятельности»;
- стремление к развитию системы регионального представительства, в том числе и создания региональных ассоциаций;
- наличие в деятельности и структуре РГР элементов саморегулирования.

Моментальный переход к системе саморегулирования на рынке недвижимости осуществить невозможно, да вряд ли это нужно. Необходимо создавать предпосылки для того, чтобы общество самостоятельно пришло к выводу о том, что профессионалы рынка недвижимости могут гораздо более эффективно управлять отраслью экономики, чем государство, не допуская нарушений прав потребителей и защищая интересы своих членов.

Внедрение системы саморегулирования на рынке недвижимости можно разбить на четыре этапа:

1. Разработка стандартов профессиональной деятельности и внедрение системы добровольной сертификации риэлторских услуг в рамках РГР.
2. Развитие системы регионального представительства.
3. Развитие законодательства в области саморегулирования.
4. Построение системы саморегулирования на основе положительного опыта и в соответствии с нормами законодательства.

1. Разработка стандартов профессиональной деятельности и внедрение системы добровольной сертификации риэлторских услуг в рамках РГР

Ситуация с отменой лицензирования риэлтерской деятельности активизировала работу по введению системы добровольной сертификации в рамках РГР. На сегодняшний день большинство членов РГР – агентства недвижимости, и вопрос отмены лицензирования для них не является праздным. Не совсем корректно было бы говорить, что идея добровольной сертификации родилась только благодаря отмене лицензирования. Правильнее будет сказать,

что сертификация является переходным этапом к системе саморегулирования.

Разработка правил риэлторской деятельности (стандартизация) и мониторинг их исполнения (сертификация) будут являться основной задачей первого этапа.

В настоящий момент разработаны основные принципы построения системы сертификации в рамках РГР:

- **Открытость и публичность системы сертификации.** В то время как у большинства агентств недвижимости отсутствует четкая позиция в отношении целесообразности отмены существующей системы лицензирования и развивающейся системы сертификации, РГР предоставляет свободный доступ граждан и юридических лиц, институтов гражданского общества к информации о ходе разработки стандартов профессиональной деятельности и документов по сертификации.
- **Демократичность системы сертификации.** Создаваемая система сертификации является добровольной и решение о необходимости прохождения сертификации принимается участниками рынка недвижимости самостоятельно.
- **Децентрализация системы сертификации.** К работам по сертификации будут в первую очередь привлечены региональные ассоциации, а в случае невозможности региональной ассоциации выполнять работы по сертификации на надлежащем уровне, данные функции могут быть переданы уполномоченным организациям на федеральном территориальном уровне.
- **Единый Национальный Стандарт требований к качеству услуг.** Наличие единого Национального Стандарта услуг, устанавливающего минимальные гарантии защиты прав потребителей при совершении сделок с недвижимостью, позволит говорить об унификации процедур оказания услуг и обеспечении защиты прав потребителей. Стандарт не будет являться статичным. Актуализация стандарта будет проходить под влиянием быстроизменяющихся нормативных актов и обычаев делового оборота.
- **Учет особенностей оказания брокерских услуг в регионах.** В случае, если Национальный Стандарт не в полной мере отражает особенности оказания услуг в регионе, то региональные ассоциации могут разрабатывать свои стандарты профессиональной деятельности с учетом положений Национального Стандарта и на их основании проводить работы по сертификации.
- **Эффективность системы сертификации.** Система сертификации будет объективна благодаря прозрачным и общедоступным про-

цедурам. Поддержание качества услуг на высоком уровне будет обеспечиваться системой ежегодного инспекционного контроля за деятельностью владельцев сертификатов. Предполагается, что к работам по сертификации могут быть привлечены специалисты из различных областей, в том числе и органов по защите прав потребителей и органов государственного управления. Система будет открытой, обеспечивающей возможность общественного контроля за деятельностью органов по сертификации.

- **Существование процедуры внесудебного разрешения споров.** Предполагается наличие единой системы внесудебного разрешения споров, обеспечивающей объективную защиту прав потребителей.

2. Развитие системы регионального представительства.

Система саморегулирования, построенная в рамках РГР, не сможет эффективно выполнять всех своих функций без активного участия региональных ассоциаций. Для этого РГР должна предпринять ряд усилий, направленных на поддержку общественных объединений. Так, децентрализация работ по сертификации позволит повысить их статус, одновременно предоставив им возможность улучшить свое финансовое положение. Наряду с этим пройдет ряд обучающих семинаров, направленных на более эффективное управление ассоциацией и подготовкой к проведению работ по сертификации. Именно региональные ассоциации будут выполнять ключевую роль в функционировании системы сертификации и дальнейшем построении саморегулируемой организации на рынке недвижимости.

3. Развитие законодательства в области саморегулирования.

В настоящий момент не существует единой точки зрения на возможные варианты построения системы саморегулирования. Остаются открытыми вопросы, касающиеся количества организаций, входящих в систему саморегулирования, количества организаций саморегулирования, одновременно существующих в одной отрасли, процедура входа организаций на рынок (лицензирование и кто его осуществляет). Пока не ясен вопрос об обязательности стандартов внутри организации саморегулирования, и смогут ли существовать предприятия, не выполняющие требования данных стандартов или не входящие в организацию саморегулирования.

Таким образом, говорить сегодня о контурах организации саморегулирования на рынке недвижимости в рамках РГР рано. Отсутствует четкое описание юридического статуса организаций саморегулирования и соответственно реализация четвертой стадии будет напрямую зависеть от позиции законодательства в области саморегулирования.

Учитывая тенденции законодательства в сторону либерализации экономики и расширение гражданских инициатив, можно предложить следующее развитие законодательства в этой области:

- Членство в организации саморегулирования не является обязательным, предприятие самостоятельно определяет необходимость вступления в такую организацию.
- В случае, если компания принимает решение о выполнении стандартов практики, то она в обязательном порядке несет всю полноту ответственности за их неисполнение.
- Решения органов, осуществляющих мониторинг исполнения стандартов и внесудебное разрешение споров, являются обязательными.
- В отрасли может существовать одновременно несколько организаций саморегулирования.

Именно в реализации такого подхода РГР видит базис для построения системы саморегулирования на рынке недвижимости.

Некоммерческое партнерство «Российская гильдия риэлторов»

Адрес: г. Москва, ул. 9-ая Парковая, д. 37 к.2.

E mail: icrgr@dol.ru

Сайт: www.rgr.ru

Глава 13.

Российская ассоциация прямых продаж (РАПП)

Прямые продажи являются динамичным и быстро развивающимся способом сбыта товаров и услуг непосредственно потребителям. Точнее всего прямые продажи можно определить как сбыт (маркетинг) товаров и услуг непосредственно потребителям при личном контакте с ними. Такой контакт обычно имеет место у потребителей в доме, в домах знакомых, на работе или в других местах, то есть вне стационарных торговых точек. Прямые продажи обычно осуществляются путем объяснения или личной демонстрации продукции, проводимой независимыми продавцами. Эти продавцы обычно называются прямыми распространителями.

Для регулирования деятельности данной отрасли в 1978 г. была основана Всемирная федерация ассоциаций прямых продаж (ВФАПП), которая является неправительственной организацией, представляющей мировую индустрию прямых продаж. В настоя-

щее время членами ВФАПП являются более 50 национальных Ассоциаций прямых продаж (АПП).

В Европе интересы данной отрасли представляет Европейская федерация ассоциаций прямых продаж (ЕФАПП). Российская ассоциация компаний прямых продаж является членом и Всемирной, и Европейской федераций.

Всемирная федерация и ее национальные АПП признают, что свобода предпринимательства несет с собой обязательство учитывать не только свое материальное благополучие, но и благосостояние других людей и индустрии в целом. ВФАПП всегда поддерживала необходимость этичного поведения на рынке. В 1994 г. Федерация приняла Мировые Кодексы поведения при прямых продажах, которые должны быть обязательно приняты всеми национальными АПП и воплощены в их национальных Кодексах. Все компании прямых продаж должны соблюдать эти кодексы в качестве условия их членства в национальных АПП.

Кодексы поведения предусматривают меры саморегулирования индустрии прямых продаж. Они не являются законодательными актами, но соблюдение их норм часто требует более высокого уровня ответственности, чем при выполнении положений законов. Мировые Кодексы поведения при прямых продажах обеспечивают удовлетворение и защиту интересов потребителей. Например, покупатель имеет право вернуть купленный товар независимому распространителю в течение определенного срока с момента покупки. Кодекс также предусматривает защиту интересов независимых распространителей. Например, компания прямых продаж может включить в заключенный в письменном виде договор положение об условиях возврата независимым распространителем товара при прекращении сторонами отношений по контракту. В этом отношении Кодекс не поощряет практику, характерную для «пирамид», например, когда компания навязывает независимому распространителю больше товаров, чем ему необходимо.

Кодекс поощряет здоровую конкуренцию в рыночных условиях и предписывает не выходить за рамки реалистичного представления возможностей данной отрасли.

Ответственность за соблюдение Кодексов поведения лежит на каждой отдельной компании прямых продаж. В то же время, обязанностью каждой национальной АПП является назначение какого-либо лица или организации на роль Администратора Кодекса, в обязанности которого входит наблюдение за соответствием действий компаний-членов АПП нормам, установленным кодексами. В случае нарушения положений кодексов,

Администратор Кодекса должен урегулировать любое возникающее противоречие.

Саморегулирование, которое проводит Ассоциация с помощью Кодекса поведения, является эффективным способом защиты потребителей, кроме того, этот способ менее дорогостоящий, чем регулятивная система. Саморегулирование дает возможность компаниям и индивидуальным предпринимателям воспользоваться постоянно меняющимися условиями рынка, новыми технологиями построения своего торгового предприятия, а успешно функционирующие торговые предприятия составляют основу успешно функционирующей экономики.

Российская ассоциация компаний прямых продаж была образована 20 августа 1997 г. В РАПП входят следующие компании:

- «Эйвон» (Avon)
- «Мэри Кэй» (Mary Kay)
- «Тапервэр» (Tupperware)
- «Орифлэйм» (Oriflame)
- «Гербалайф» (Herbalife)
- «Амвэй» (Amway)
- «Голден Нео-Лайф Диамит» (Golden Neo-Life Diamite)

РАПП является ассоциацией компаний-производителей, и ее роль состоит и в поддержке этических принципов среди ее членов, и в противодействии избыточному регулированию.

Таким образом, РАПП поддерживает практические законодательные и нормативные акты, направленные на защиту прав потребителей, включая законодательные акты, защищающие граждан от мошеннических пирамид. Кроме того, РАПП сотрудничает с регулирующими органами для предотвращения избыточного регулирования отрасли.

Основная цель РАПП – развитие индустрии прямых продаж, главным условием и предпосылкой которого является защита прав потребителей и соблюдение этических стандартов развития бизнеса.

Основным инструментом саморегулирования, обеспечивающим выполнение данной задачи, является Кодекс профессиональной этики по отношению к покупателям и Кодекс профессиональной этики, регулирующий отношения с продавцами, между продавцами и между компаниями.

Кодексы были утверждены РАПП в 1999 г. В их основе лежит закон «О защите прав потребителей» и другие положения российского законодательства. «Российский кодекс профессиональной этики в области прямых продаж, регулирующий отношения с про-

давцами, между продавцами и между компаниями» был согласован с Министерством по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства РФ, однако он не является законодательным или нормативным актом. Это, по своей сути, свод норм и стандартов, которые установили для себя компании, входящие в РАПП и которые в целом ряде случаев превышают требования российского законодательства и устанавливают более высокий уровень ответственности.

Основные принципы Кодекса, направленные на защиту покупателей, следующие:

- продавцы прямых продаж обязаны сообщать свои профессиональные данные, сведения о компании и продукции, а также предоставлять полную и исчерпывающую информацию, которая позволила бы покупателям сделать осознанный выбор;
- информация о продукции и условиях ее продажи должна быть изложена в ясной и правдивой форме;
- покупатель должен иметь право на принятие решений в отношении совершения покупки (так называемый «период охлаждения») и отмену заказа в течение определенного периода времени (от 7 до 14 дней);
- в случае, если на продукцию распространяется гарантия, гарантийные условия должны быть ясно изложены и предоставлены в письменном виде. Продукция, не отвечающая критериям в отношении качества подлежит замене или обмену;
- покупателю должны быть обеспечены гарантии невмешательства в личную жизнь. Продавцы прямых продаж обязаны воздерживаться от контактов с покупателями в неурочное время и в навязчивой форме, а также обязаны прекратить демонстрацию по первому требованию покупателя;
- покупатели, которые приобретают товар в компаниях, входящих в АПП, имеют право на досудебное урегулирование конфликтов. Покупателям гарантируется предоставление бесплатной процедуры посредничества в случае их разногласий с компанией прямых продаж. Данная процедура должна осуществляться независимым лицом или органом в каждой стране и к компаниям должны применяться соответствующие санкции. Для этого им достаточно направить жалобу в АПП, и она будет рассмотрена Администратором Кодекса (независимым лицом или органом) и предложен способ урегулирования разногласий с компанией. Эта процедура является бесплатной для покупателя, она обеспечивает не только экономию его средств, но и времени.

Российская АПП в настоящее время разрабатывает вместе с КонфОП независимую процедуру администрирования Кодекса, но даже без этого РАПП были достигнуты большие успехи в помощи покупателям в урегулировании любых возникающих конфликтов и проблем, и все члены Российской АПП действуют согласно нашему Кодексу профессиональной этики.

Компании-члены РАПП распространяют среди покупателей и продавцов экземпляры Кодексов профессиональной этики.

Что касается вопроса защиты продавцов прямых продаж, то здесь следует выделить следующие основные принципы:

- продавцы прямых продаж обязаны получать точную и исчерпывающую информацию о компании и ее продукции, а также деловых перспективах (включая юридические права и обязанности, типовые затраты и расценки). Продавцы прямых продаж обязаны получить и подписать с компанией текст договора на осуществление продаж продукции компании;
- компании и продавцы прямых продаж обязаны воздерживаться от использования обмана, введения в заблуждение или иных неправомерных действий при осуществлении рекрутирования (то есть при привлечении новых членов). Информация о потенциальных доходах и всех преимуществах в отношении карьеры должна быть оформлена в письменном виде. Обычно компании прямых продаж оформляют эти программы в виде маркетинговых планов;
- первоначальные капиталовложения или вступительный взнос должны составлять достаточно ограниченную сумму. Так, например, одним из основополагающих отличий легитимных компаний прямых продаж является право на возврат продукции, если продавец прямых продаж решит прекратить свою деятельность. В случае, если продавец прямых продаж уходит из бизнеса, компания обязана принять (выкупить) у него/нее всю непроданную продукцию, сохранившую свои потребительские свойства, по первоначальной оптовой цене с удержанием до 10% в качестве компенсации за понесенные затраты, связанные с упаковкой, доставкой и транспортировкой продукции. Компании не должны требовать от продавцов прямых продаж или вынуждать их приобретать продукцию в значительных количествах;
- компании прямых продаж должны предоставлять продавцу необходимое обучение. Продавцы прямых продаж должны получать адекватную подготовку в отношении знаний продукции, путей расширения своего бизнеса, национальной правовой базы и кодекса деловой этики. Обучение должно быть бесплатным или предоставляться за умеренную плату;

- продавцы прямых продаж должны иметь возможность воспользоваться бесплатной процедурой урегулирования разногласий при наличии у них претензий, которые не разрешены путем переговоров с компанией прямых продаж. Данная процедура должна осуществляться независимым лицом или органом в каждой стране. На основании упомянутой процедуры по отношению к компаниям должны применяться соответствующие санкции.

Текущая деятельность Российской ассоциации прямых продаж строится по следующим приоритетным направлениям.

РАПП проводит активную информационную и пропагандистскую работу по проблемам прямых продаж. Эта деятельность направлена на распространение достоверной информации о специфике метода прямых продаж, его отличительных особенностях в сопоставлении с иными формами разносной торговли, этических нормах, призванных гарантировать защиту прав и интересы потребителей. В целях достижения максимальной эффективности РАПП использует весь спектр различных методов и форм, позволяющих охватить самые широкие слои населения и завоевать доверие потенциальных покупателей. Последовательно реализуя задачу повышения уровня информированности населения в отношении индустрии прямых продаж, ее целей и задач, методов и форм реализации товаров, РАПП издала и распространяет среди независимых продавцов и покупателей продукции Кодекс профессиональной этики по отношению к потребителю. РАПП разработана и используется процедура, позволяющая отслеживать соблюдение этого Кодекса компаниями, входящими в ассоциацию. РАПП провела целевой семинар для депутатов Государственной Думы, организовала ряд лекций в университетах г. Москвы. Деятельность РАПП освещается центральными изданиями, пресса регулярно публикует материалы, посвященные широкому спектру организационных и правовых вопросов реализации метода прямых продаж в России, перспективам и тенденциям их развития.

Совместно с КонфОП РАПП регулярно проводит специализированные семинары для специалистов и экспертов, работающих в сфере защиты прав потребителей, правового регулирования и нормативного обеспечения сферы торговли. В качестве наиболее эффективной и демократичной формы организации подобных мероприятий используются “круглые столы” с участием представителей обществ и союзов защиты прав потребителей из различных регионов страны, ответственных сотрудников Министерства по антимонопольной политике, Министерства экономического разви-

тия и торговли, Государственных торговых инспекций, Торгово-промышленной палаты.

РАПП проводит постоянную работу по оперативному рассмотрению и урегулированию жалоб, поступающих в ее адрес. При этом значительное внимание уделяется целенаправленной работе с компаниями-членами РАПП, детальному анализу всех претензий со стороны потребителей и принятию мер по соответствующему регулированию деятельности компаний-членов РАПП, направленных на устранение первопричин возникновения претензий потребителей. В результате работы РАПП с одной из компаний, являющейся членом ассоциации, была получена устойчивая положительная динамика в отношении сокращения количества претензий и жалоб со стороны потребителей. Существенное снижение числа жалоб, поступивших в адрес РАПП в отношении данной компании, свидетельствует об эффективности данного направления деятельности РАПП, позволившей повысить качество обслуживания покупателей и обеспечить всемерное соблюдение требований Закона о защите прав потребителей со стороны сотрудников компании. Если во 2-ом полугодии 1999 г. компанией было получено 19 претензий покупателей, то в 1-ом полугодии 2000 г. их число сократилось до 13, а во 2-ом полугодии 2000 г. упало до 1.

Опыт РАПП показывает, что внутриотраслевое саморегулирование является весьма эффективным инструментом в работе с жалобами, поступающими от потребителей, и развитии подобного саморегулирования в интересах и бизнеса, и потребителей.

Российская ассоциация прямых продаж

Адрес: 101000 г. Москва, Уланский пер., д. 4, стр. 1

Глава 14.

Институт профессиональных аудиторов (ИПАР)

История создания

Институт профессиональных аудиторов (ИПАР) был учрежден в июне 2000 г. ведущими российскими аудиторскими компаниями. В течение предыдущих 5-6 лет существования национального аудита как профессии в России сформировался ряд профессиональных аудиторских объединений, однако целью их деятельности было только представление интересов определенной части профессионального сообщества. К концу 1999 г. стало очевидно, что простое представление интересов не решает задач

развития аудита, и возникла насущная потребность в организации, созданной по мировому стандарту функционирования организаций саморегулирования в области бухгалтерского учета и аудита.

Необходимость создания саморегулируемой организации была обусловлена самим процессом развития аудита в нашей стране, который характеризовался следующими чертами:

- постоянное расширение рынка аудиторских услуг при относительно невысоком уровне требовательности к аудиторам;
- ориентирование системы аттестации прежде всего на количественные, а не на качественные показатели подготовки специалистов, вследствие чего резко выросло число аттестованных специалистов, но их квалификация в среднем по стране существенно отстала как от международного уровня, так и объективных потребностей российских потребителей.

Эти процессы, а также кризис 17 августа 1998 г. привели к укрупнению на российском аудиторском рынке таких явлений как “черный” и “карманный” аудит, суть которых состоит в предоставлении низкокачественных аудиторских услуг, а порой и выдача аудиторского заключения без проведения проверки финансовой отчетности за мизерную цену. Этому также способствовала неразвитость законодательной базы (Федеральный закон “Об аудиторской деятельности” был принят только летом 2001 г.¹), несовершенство системы регулирования аудиторской деятельности и отсутствие системы контроля качества аудиторских услуг.

Аудиторская общественность в течение достаточно длительного периода времени не могла найти способ разрешения набравших оборотов. Профессиональные объединения, функционировавшие на рынке, не ставили своей задачей переход на принципы саморегулирования. Основным направлением их деятельности продолжало оставаться представление интересов и выражение мнения определенной группы участников аудиторского рынка в различных российских властных структурах, фондах, ассоциациях и т.п.

Именно в целях борьбы с черным аудитом, а также в целях развития региональных аудиторских сообществ был создан Институт профессиональных аудиторов – первая и единственная на сегодняшний день российская саморегулируемая аудиторская организация. Идею создания ИПАР поддержало около 300 аудиторских компаний из 42 городов Российской Федерации, а также профес-

¹ Специалисты Института профессиональных аудиторов принимали активное участие в подготовке и продвижении ФЗ “Об аудиторской деятельности” с первого до последнего этапа.

сиональное объединение – Союз профессиональных аудиторских организаций².

В чем же особенность Института профессиональных аудиторов по сравнению с другими профессиональными аудиторскими объединениями? ИПАР первое и единственное на данный момент саморегулируемое профессиональное объединение аудиторов, то есть единственная организация, в которой приняты обязательные стандарты профессиональной деятельности и обязательный контроль их соблюдения для всех членов Института. Кроме того, ИПАР – единственная российская профессиональная организация, в которой приняты в качестве обязательных Международные стандарты аудита.

Основные принципы функционирования ИПАР

В Уставе Института профессиональных аудиторов определены основные цели его деятельности:

- содействие в осуществлении его членами профессиональной деятельности;
- осуществление саморегулирования и контроля профессиональной деятельности членов Института;
- представление и защита их прав и законных интересов;
- оказание членам Института информационной, методической, технической, правовой и иной помощи.

Достижение вышеуказанных целей обеспечивается Институтом через соблюдение следующих основополагающих принципов:

- добровольное участие его членов в ИПАР и выход из него;
- равенство всех членов ИПАР;
- принятие решений органами ИПАР с учетом интересов всех членов ИПАР;
- саморегулирование;
- внутренний контроль;
- осуществление членами ИПАР своей профессиональной деятельности в соответствии с принятыми в ИПАР правилами (стандартами) и иными формами регулирования профессиональной деятельности;

² Союз профессиональных аудиторских организаций (СПАО) образован 25.01.1996 г. и объединяет крупнейшие российские аудиторские организации; занимает 2 место в рейтинге крупнейших российских профессиональных аудиторских объединений (Журнал “Эксперт”, № 31, 27 августа 2001 г., с. 72, табл. 17).

- соблюдение его членами установленных в ИПАР этических норм;
- создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности членов ИПАР.

Организационно-правовая форма Института – некоммерческое партнерство – наиболее универсальная форма для реализации задач, стоящих перед Институтом. С одной стороны, она позволяет осуществлять достаточно большой спектр юридически значимых действий, с другой стороны, допускает одновременное членство в Институте как физических, так и юридических лиц.

Членами Института являются аудиторы, занимающиеся аудиторской деятельностью самостоятельно (индивидуальные предприниматели) или в качестве сотрудников аудиторских компаний, и ведущие российские аудиторские организации, которые регулярно занимают первые строки в рейтинговых исследованиях. ИПАР является крупнейшим профессиональным аудиторским объединением в России.

В соответствии с Уставом Института предусмотрено членство в ИПАР представителей бухгалтерской профессии в силу ее родственности с аудиторской профессией, а также профессиональных объединений аудиторов и бухгалтеров, вузов экономической направленности.

Структура управления

Структура органов управления Института базируется на демократических процедурах принятия решений, широком участии всех членов ИПАР в его управлении и деятельности, приоритетном учете мнения региональных аудиторов при принятии решений.

Высшим органом управления ИПАР является **Общее собрание членов Института**, которое формируется из всех его членов по одному представителю от каждого с правом решающего голоса. **Совет ИПАР** – коллегиальный орган управления Института, решает все текущие вопросы функционирования ИПАР. Сейчас в состав Совета входит восемнадцать членов ИПАР, представляющих организации из Москвы, Санкт-Петербурга, Перми, Новосибирска, Кемерово, Тольятти и др. Исполнительным органом Института является **Правление**, состоящее из руководителей комитетов ИПАР и Председателя правления. **Председатель правления ИПАР** действует без доверенности в пределах своей компетенции, которую составляют: представление Института в органах государственной власти и

местного самоуправления, российских, международных и зарубежных организациях и др. В ИПАР принят принцип независимости Председателя правления от любого члена Института.

По каждому направлению деятельности ИПАР (будь то разработка стандартов осуществления профессиональной деятельности, методических рекомендаций, контроль и надзор за деятельностью членов) в его структуре созданы рабочие органы: комитеты, комиссии, рабочие группы. В их работе принимают участие члены ИПАР, специалисты высокого уровня, работающие в организациях, являющихся членами ИПАР, сторонние эксперты. Сейчас в Институте активно функционируют следующие комитеты:

- Комитет по качеству профессиональной деятельности (осуществление проектов по качеству аудиторских услуг);
- Комитет по профессиональной этике (этические и антидемпинговые процедуры, разбор жалоб);
- Комитет по квалификации (образовательная программа ИПАР);
- Комитет по региональной политике (взаимодействие с территориальными институтами профессиональных аудиторов);
- Комитет по международному сотрудничеству (работа с международными организациями, анализ международного опыта);
- Комитет по вопросам членства (работа с членами ИПАР).

Работу с аттестованными аудиторами – членами Института ведет **Комиссия по работе с физическими лицами.**

По основным проектам Института работают специально сформированные рабочие группы:

- по аудиту государственных унитарных предприятий;
- по международным стандартам финансовой отчетности;
- по реформе электроэнергетического сектора экономики.

Одним из приоритетных направлений деятельности ИПАР в регионах Российской Федерации является поднятие престижа профессии аудитора. Выполнить эту задачу сложнее, чем в столице, поскольку общий уровень представления об аудите у руководства предприятий – клиентов аудиторов не высок по сравнению со столичными территориями и возможности у региональных аудиторов для пропаганды особенностей своего труда и необходимого уровня его оплаты ниже, особенно вне профессиональной организации. Для решения этой задачи ИПАР создал сеть региональных филиалов – **территориальных институтов ИПАР** в следующих реги-

онах РФ: Сибирский федеральный округ, Республика Башкирия, Самарская, Пермская, Тюменская и Сахалинская области, Приморский край.

Практика показала, что региональные аудиторы по отдельности фактически лишены возможности участвовать в каких-либо крупных проектах, связанных с аудитом и консалтингом предприятий их региона, поскольку не имеют квалифицированного персонала в достаточном количестве для проведения таких работ. При этом специфику работы предприятий в данном регионе они знают гораздо лучше других аудиторов. Здоровое и рациональное выстраивание взаимоотношений региональных аудиторов с представителями крупнейших столичных компаний, а также иностранных аудиторских компаний, в рамках ИПАР и его территориальных институтов в регионах, в настоящее время крайне необходимо. Такое взаимодействие также поможет и государственным органам в осуществлении экономических реформ, в особенности на местах, проводить политику учета и контроля государственной собственности, рационализировать финансовые и информационные потоки между регионами и центром. Аудиторы, в свою очередь, получают возможность более тесного общения с коллегами в профессиональном плане и повышения своей квалификации. В этом случае связка «центр-регионы-центр» на уровне аудиторской деятельности выгодна всем сторонам: региональным аудиторам, столичным аудиторским компаниям, администрациям регионов, в целом всему аудиторскому сообществу. Региональные аудиторы принимают активное участие в большинстве проектов, проводимых ИПАР. Членство в Институте дает возможность компаниям, удаленным от столицы, участвовать в формировании профессионального законодательства.

Стандарты

Стандарты аудиторской деятельности являются основополагающим документом деятельности всех профессионалов в данной области во всем мире. В большинстве развитых стран на государственном уровне приняты аудиторские стандарты максимально приближенные к Международными стандартам аудита, разработанными Международной федерацией бухгалтеров.

При разработке внутренних стандартов ИПАР учитывал описанные выше факторы, а также курс развития российской экономики на интеграцию и гармонизацию с мировой экономической системой. Для решения этого вопроса ИПАР обратился к

международному опыту стандартизации аудиторских услуг. Зная, какую важную роль для потребителей аудиторских услуг (клиентов) сегодня приобретают аудиторские заключения, составленные в соответствии с международными требованиями, члены ИПАР приняли решение, что обязательными для исполнения ими будут Международные стандарты аудита (МСА) в части, не противоречащей российскому законодательству. При этом Институт профессиональных аудиторов поощряет создание членами ИПАР внутрифирменных стандартов, при условии, что они не должны противоречить и устанавливать менее жесткие требования по сравнению с Международными стандартами аудита, принятыми в ИПАР.

В ИПАР также принят Кодекс профессиональной этики, разработанный на базе Международного кодекса профессиональной этики бухгалтеров.

В целях повышения качества аудиторских услуг ИПАР ведет работу по распространению Международных стандартов в России. Сейчас эта деятельность ИПАР приобрела еще большее значение, так как реформирование системы российского аудита в связи с выходом закона об аудиторской деятельности временно приостановило работу государства над разработкой российских стандартов аудита. Соответственно у аудиторов остается единственный официальный профессиональный документ, к тому же регулярно обновляемый Международной федерацией бухгалтеров – Международные стандарты аудита.

Контроль качества

Вопрос контроля качества тесно связан со стандартизацией профессиональной деятельности аудитора, ведь контроль – это гарант использования в своей деятельности и соблюдения требований стандартов. Контроль качества является основой для повышения престижа профессии аудитора.

Именно поэтому направление по внедрению контроля качества как на уровне профессионального объединения, так и на внутрифирменном уровне является приоритетным в деятельности Института. Сейчас ИПАР реализует проект по внедрению и распространению процедур контроля качества аудиторских услуг, который осуществляется при поддержке Фонда “Евразия”. Цель проекта – оценить качественное состояние аудиторских услуг, оказываемых членами ИПАР, выявить основные проблемы, связанные применением Международных стандартов аудита, выработать рекомендации по их устранению применительно к каждой

проверяемой компании и в конечном счете помочь каждой компании-члену ИПАР внедрить у себя действенную систему контроля качества.

Таким образом, контрольная функция ИПАР в рамках этого проекта заключается в первую очередь не в выявлении низкокачественной аудиторской продукции, а в выведении аудиторов, работающих на грани риска, в зону гарантированно высокого качества, то есть оказание им реальной помощи.

Для обеспечения этой функции в рамках Института создан **Комитет по качеству** профессиональной деятельности, в работе которого принимают участие лучшие специалисты-методологи аудиторских компаний-членов ИПАР. Этим Комитетом была разработана уникальная методика проведения проверок качества, которая сейчас проходит апробацию в рамках проекта. Для проведения проекта в ИПАР был отобран и специально обучен штат контролеров качества – новой профессиональной квалификации. В ИПАР принято решение, что каждая аудиторская компания-член ИПАР проходит обязательную проверку качества один раз в 3 года.

Прогнозируемые результаты реализации данного проекта ИПАР видит в:

- повышении качества аудиторских услуг как для каждой аудиторской организации, прошедшей проверку качества, так и для всех аудиторов и аудиторских организаций – членов ИПАР, так как будет обозначена “планка” гарантированного ИПАР качества аудита;
- появлении новой профессии – контролер качества аудита.

Для российских условий проведение проверок качества аудита в рамках профессиональных объединений – явление абсолютно новое, и Институт сейчас единственная аудиторская организация в России, обладающая собственной методологией проверок и специально подобранным и обученным штатом контролеров. Однако во всем мире контрольная деятельность давно является одной из главных целей развития профессиональных аудиторских организаций. Зарубежный опыт показывает, что контроль выгоден не только клиентам, он приводит к повышению профессионального уровня аудиторов и как следствие развивает профессию.

Научно-исследовательская деятельность

Государственное реформирование российской экономики требует привлечения научного потенциала, которым располагает Ин-

ститут профессиональных аудиторов в различных областях. Результаты научно-исследовательских и экспертных работ, которые ИПАР проводил для государственных органов, были положены в основу целого ряда программных и нормативных документов, изданных этими органами.

Только для Минимущества России за последнее время Институтом были разработаны следующие документы:

- Примерное техническое задание на проведение аудиторской проверки федерального государственного унитарного предприятия³;
- Методические указания по проверке качества аудиторских заключений (отчетов), по результатам аудита федеральных государственных унитарных предприятий за 1999 год;
- а также ряд других документов, разработанных по поручению Научно-методологического совета Минимущества России.

Кроме того, специалисты Института профессиональных аудиторов приняли участие в подготовке:

- экспертизы проекта Федерального закона “О бухгалтерском учете”;
- экспертизы Предложений Минэкономразвития России по основным направлениям развития бухгалтерского учета, разработанным в соответствии с п.51 Плана действий Правительства Российской Федерации в области социальной политики и модернизации экономики на 2000–2001 годы⁴;
- проекта переговорной позиции Российской Федерации при вступлении во Всемирную торговую организацию (сектор услуг, услуги по бухгалтерскому учету и аудиту);
- проекта Положения о конкурсе на право проведения аудиторской проверки годового отчета Центрального Банка России;
- экспертизы технических заданий и отчетов аудиторов и консультантов по ряду проектов Мирового банка в области бухгалтерского учета, аудиторских и консультационных услуг.

Услуги членам

Представление интересов. Одна из основных проблем в деятельности российских аудиторов — недостаточная осведомленность о процессах, происходящих на рынке аудиторских услуг. Особенно остро эту проблему ощущают региональные аудиторы, которые остаются

³ Утверждено распоряжением Минимущества России от 26 мая 2000 г. № 9-р.

⁴ Утверждено распоряжением Правительства РФ от 26 июля 2000 г. № 1072-р.

оторванными от активной жизни столичного аудиторского сообщества, страдают их коммерческие интересы вследствие того, что отсутствует возможность представлять и защищать свои интересы в органах, регулирующих деятельность аудиторов. Решение этих вопросов для своих членов Институт Профессиональных аудиторов взял на себя.

На сегодняшний день ИПАР представлен во всех государственных органах, причастных к регулированию аудиторской деятельности: ЦАЛАК Минфина России, ЦАЛАК Банка России, Научно-методологическом совете Минимущества России и др. В силу этого ИПАР обладает самой последней информацией о всех решениях, мероприятиях, проектах, планах и программах, проводимых государственными органами в области аудита, о которых незамедлительно извещает своих членов.

ИПАР неоднократно оказывал помощь своим членам в преодолении бюрократических препон и проволочек при получении лицензий и квалификационных аттестатов аудитора, а также в защите их интересов при различного рода проверках.

Участие в законодательных процессах. 7 августа 2001 г. Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный закон «Об аудиторской деятельности»⁵ (далее – Закон) – основополагающий для российских аудиторов нормативный акт. С первого и до последнего этапа Институт профессиональных аудиторов принимал активное участие в разработке текста Закона в составе рабочей группы Министерства финансов РФ и в составе Экспертного совета по вопросам финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета при Комитете Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по бюджету и налогам.

Благодаря деятельности Института аудиторы, являющиеся его членами, получили реальную возможность участвовать и влиять на законодательный процесс в области аудита. Все предложения по содержанию разрабатываемого текста Закона об аудите, исходившие от имени Института профессиональных аудиторов, проходили обсуждение и согласование с его членами. Кроме того, специалисты ведущих аудиторских компаний-членов ИПАР вошли в состав Экспертного Совета по вопросам финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета при Комитете Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по бюджету и налогам.

Другим важнейшим направлением в нормотворческой активности ИПАР является участие совместно с ИНП «Общественный договор» в разработке пакета нормативных документов по программе дебиюрократизации российской экономики, проводимой Минэкономразвития России. В этой связи ИПАР участвовал в заседании “круглого стола”, посвященного обсуждению вопросов по дерегу-

⁵ Федеральный закон “Об аудиторской деятельности” от 07.08.2001г. № 119-ФЗ.

лированию, который проходил в Санкт-Петербурге в декабре 2000 г. Сейчас Институт профессиональных аудиторов участвует в разработке текста закона «О саморегулируемых организациях» и переговорном процессе по выработке консолидированной позиции в этой области российских саморегулируемых организаций.

Институт профессиональных аудиторов выступил одним из разработчиков Постановления Правительства РФ «Об аудиторских проверках федеральных государственных унитарных предприятий» от 29.01.2000 г. № 81, которым был утвержден порядок проведения обязательных ежегодных аудиторских проверок для целого ряда унитарных предприятий, и ведет активную работу по реализации данного Постановления.

Обучение. Высокий уровень образования при профессиональной подготовке и повышении квалификации аудиторов – единственная гарантия высокого уровня качества аудиторских услуг. Для реализации образовательных программ при ИПАР функционирует учебно-методический центр, который аккредитован при Минфине России, и регулярно проводит семинары для своих членов и всех заинтересованных лиц, направленных на освещение наиболее актуальных для аудиторов проблем. В частности, за последнее время Институтом профессиональных аудиторов проводились регулярные семинары по вопросам проведения аудита государственных унитарных предприятий, особенностей осуществления аудиторами оценочной деятельности (совместно с Московской академией оценки и консалтинга), методики осуществления проверок качества аудиторских услуг, а также методики проверок качества аудиторских отчетов и аудиторских заключений по аудиту государственных унитарных предприятий (совместно с Минимуществом России). Совместно с Международным центром развития системы бухгалтерского учета ИПАР провел серию семинаров в области внедрения на российских предприятиях Международных стандартов финансовой отчетности в некоторых регионах России (Пермь, Омск, Екатеринбург, Новосибирск).

Кроме того, ИПАР разрабатывает новый проект по организации образования аудиторов в рамках Института, начиная со стадии обучения профессии, аттестации и заканчивая многоуровневой системой повышения квалификации, в соответствии с высокими образовательными требованиями, заложенными в законе «Об аудиторской деятельности».

В образовательной области Институт активно сотрудничает с международными образовательными организациями, такими как AICPA, ACCA, AED, Международный центр развития системы бухгалтерского учета.

Консультирование. В ИПАР организована постоянная процедура взаимного консультирования членов по интересующим их вопросам. Кроме того, ИПАР организует получение письменных разъяснений и консультаций по запросам аудиторов от государственных органов, таких как Минфин России, МНС России, Минимущество России, Банк России и др.

Деятельность Института показала необходимость консультирования аудиторов на постоянной основе по различным насущным вопросам их профессиональной деятельности. Поэтому в ближайшее время в ИПАР будет организована система интерактивного консультирования членов ИПАР и всех желающих. Суть этого проекта заключается в том, что на сайте ИПАР будет создана отдельная страница, на которой планируется размещать информацию с обзором последних изменений в действующем российском законодательстве в области аудита, бухгалтерского учета, налогообложения, таможенного регулирования и др. с соответствующими комментариями специалистов ИПАР. Кроме того, члены ИПАР, а также иные заинтересованные лица (последние — за определенную плату) смогут обращаться через сайт ИПАР в Интернете с различными вопросами в области налогообложения, консультации по которым будут проводить лучшие специалисты в этой области крупнейших российских аудиторских компаний-членов ИПАР.

Сайт ИПАР. Следуя принципу гласности своей деятельности, Институт профессиональных аудиторов на своем сайте в Интернете www.e-ipar.ru размещает информацию о всех проводимых им мероприятиях, разработках, планах и программах. С его помощью ИПАР информировал аудиторов о ходе обсуждения закона «Об аудиторской деятельности» и его принятии, о проведении объединительных мероприятий по созданию единой всероссийской саморегулируемой аудиторской организации и др. Сейчас на сайте ИПАР опубликована информация о реализации проекта по контролю качества аудита и размещен пакет документов о механизме его проведения (концепция, методики и др.)

На сайте ИПАР свободно могут размещать информацию о себе и его члены. В частности, через сайт ИПАР в Интернете члены ИПАР обмениваются опытом в области организации внутренней системы аудита, методологии его проведения и внутрифирменного контроля за качеством.

Механизмы внесудебного разрешения споров

Жесткая конкуренция на аудиторском рынке обуславливает возникновение конфликтных ситуаций между аудиторами, а также

между ними и их клиентами. Причем, как свидетельствует международный опыт, большую часть возникающих спорных ситуаций можно решить на уровне саморегулируемых профессиональных объединений, без вмешательства судебных органов. Безусловно, в этом случае должен быть соблюден принцип беспристрастности профессионального объединения к каждому из спорящих, а это возможно лишь при коллегиальном рассмотрении конфликтной ситуации. В практике ИПАР не возникало конфликтных ситуаций между его членами и их клиентами. Однако в Комитетах ИПАР по качеству и профессиональной этике разработаны необходимые механизмы разрешения спорных ситуаций, которые уже опробованы в случаях обращения в ИПАР (как независимой экспертной организации) аудиторов, не являющихся членами Института, с целью получения помощи в разрешении конфликтов с клиентами.

Открытость деятельности Института

В целях освещения своей деятельности Институт регулярно публикует в СМИ информацию о своей деятельности, отчеты о работе Комитетов и территориальных отделений Института, программы дальнейшей работы. Кроме того, Институт профессиональных аудиторов самостоятельно на постоянной основе осуществляет рассылку информации не только своим членам, но и широкому кругу аудиторских компаний, государственным и негосударственным органам и организациям, международным институтам (общий список адресатов рассылки составляет более 500 лиц).

ИПАР регулярно публикует информацию о своей деятельности и событиях аудиторской жизни на своем сайте в Интернете, о котором говорилось выше.

Гласность деятельности Института обеспечивается также работой Наблюдательного совета при ИПАР, который объединяя представителей различных слоев общественности, создает возможность оперативного информирования заинтересованных лиц о всех мероприятиях, проводимых Институтом.

Планы и перспективы развития ИПАР

Федеральный закон “Об аудиторской деятельности”, в разработке которого активное участие принимал Институт профессиональных аудиторов, создал реальное правовое поле для осуществления и развития аудита в России. Этот нормативный акт особое внимание уделил деятельности профессиональных аудиторских

объединений, предоставив им возможность принимать активное участие в регулировании аудиторской деятельности, в частности:

- аттестации auditors, обучении и повышении их квалификации;
- контроле качества;
- работе в Совете по аудиторской деятельности при Федеральном органе государственного регулирования аудиторской деятельности (далее – Федеральный орган).

Институт профессиональных auditors непосредственно связывает перспективы своей деятельности с направлениями, обозначенными законом “Об аудиторской деятельности”.

Для успешного осуществления данных перспектив Институт профессиональных auditors планирует подавать заявку на аккредитацию при Федеральном органе⁶ (ИПАР уже сейчас соответствует всем необходимым условиям аккредитации) и получение достойного представительства в Совете по аудиторской деятельности. ИПАР планирует активно принимать участие в работе по выработке рекомендаций для Правительства Российской Федерации по вопросам развития бухгалтерского учета, аудиторской деятельности, консультационных услуг и пр. Таким образом, Институт будет стремиться оказать влияние на процессы государственного регулирования аудита, действуя через механизм персонального участия своих членов в рабочих группах, экспертных комитетах и непосредственно в самих органах.

Как уже упоминалось выше, ИПАР ведет большую научно-исследовательскую и методологическую работу. Институт планирует расширять данную деятельность, и в 2002 г. предполагается открытие Научно-исследовательского и экспертного центра ИПАР. В работе центра будут задействованы специалисты компаний ИПАР для проведения работ в области бухгалтерского учета, аудита, консультационной деятельности, реформирования естественных монополий и др. Предполагается, что к работе центра будут привлекаться высококвалифицированные эксперты по направлениям разработок, и, следовательно, Научно-исследовательский и экспертный центр ИПАР сможет выполнять масштабные работы в разных областях, в частности, сможет стать базой для разработки общероссийских стандартов аудита.

В 2002 г. ИПАР планирует осуществить проект в области образования. Проект будет включать в себя подготовку и повышение квалификации специалистов, широкую семинарскую деятель-

⁶ В соответствии со ст.20 Федерального закона «Об аудиторской деятельности» от 07.08.2001г. № 119-ФЗ.

ность по вопросам аудита, бухгалтерского учета, налогообложения, финансового и управленческого консалтинга и т.д. Основной акцент образовательного проекта ИПАР будет направлен на образование специалистов в регионах на базе территориальных институтов профессиональных аудиторов. В качестве преподавателей в проекте будут задействованы ведущие российские и иностранные специалисты по вышеуказанной тематике.

Дальнейшее свое развитие ИПАР также видит в активном сотрудничестве с международными аудиторскими и бухгалтерскими организациями, такими как USAID, AICPA, IFAC, ACCA, Международный центр реформы системы бухгалтерского учета (МЦРСБУ), МРФБА “Евразия”, с которыми уже уставлены надежные партнерские отношения. В частности, сейчас ИПАР планирует совместные проекты с иностранными партнерами в области образования с выдачей международных квалификационных сертификатов.

Институт профессиональных аудиторов ведет активную работу по диверсификации деятельности аудиторских организаций. В частности, в 2001 г. ИПАР принимал активное участие в ряде работ, связанных с реформированием естественных монополий. ИПАР является аккредитованным экспертом Федеральной энергетической комиссии Российской Федерации (далее – ФЭК) и специалисты Института принимали участие в семинарах-совещаниях, проводимых под эгидой ФЭК. Кроме того, ИПАР осуществлял консультационную помощь по вопросам формирования Единого тарифного органа для ряда государственных структур. ИПАР планирует продолжать свою деятельность по расширению участия аудиторов в проектах по реформированию экономики. В частности, в настоящий момент Институт ведет подготовительную работу по созданию Методики перехода к свободному тарифообразованию на рынке электроэнергии Российской Федерации в соответствии с поручением Администрации Президента Российской Федерации.

ИПАР принимает активное участие в работах по корпоративному управлению, проводимых Организацией по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСД), в том числе в работе двух конференций по корпоративному управлению, проводившихся ОЭСД в течение последнего года. Институт участвует в подготовке Белой книги по корпоративному управлению в части, посвященной вопросам финансовой прозрачности, и даже был положительно отмечен в ее тексте как единственная саморегулируемая организация на рынке аудиторских услуг.

Свою миссию Институт профессиональных аудиторов видит в объединении российских аудиторов и аудиторских организаций в рамках единого всероссийского саморегулируемого профессио-

нального аудиторского объединения. Российские реалии, зарубежный опыт и желания российских аудиторов настоятельно диктуют необходимость создания подобной организации. Институт сделал большой шаг в этом направлении в августе 2001 г., собрав за столом переговоров представителей российских профессиональных аудиторских объединений и иностранных аудиторских компаний — членов «большой пятерки». Результатом этой встречи стало создание механизма саморегулирования аудиторской профессии через участие в деятельности образованной Рабочей группы, в состав которой вошли представители российского аудиторского сообщества. Объединительную деятельность ИПАР также поддержал Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП). Дальнейшая деятельность по объединению аудиторов и созданию единой всероссийской саморегулируемой организации должна стать приоритетным направлением в деятельности Института профессиональных аудиторов.

Институт профессиональных аудиторов (ИПАР)

Адрес: 117997, г. Москва, ул. Вавилова, д.7, офис 401

Телефон: (095) 135-44-79

Факс: (095) 135-14-18

E-mail: ipar@sops.ru

Сайт: www.e-ipar.ru

Глава 15.

Ассоциация добросовестных предпринимателей «БББ»

История и прототип

Ассоциация добросовестных предпринимателей “Бюро Бизнеса Будущего” (БББ) официально была зарегистрирована 26 марта 1996 г. Идея создания межотраслевой организации, направленная на создание механизма саморегулирования отношений между предпринимателями и потребителями, появилась намного раньше, но воплотить в реальность ее смогли только в 1995 г. Учредителями Ассоциации БББ выступили три компании: ОАО “АМО” – Россия, АООТ “Кенмастер” – Россия, G. M. PFAFF AG – Германия.

БББ создавалась на основании модели американских Better Business Bureau – межотраслевых организаций саморегулирования, членами которых являются сотни тысяч американских ком-

паний. Первые такие организации были созданы в США в начале XX века. В настоящее время система БББ состоит из 132 локальных БББ (их членами являются более 250 тыс. фирм) и Council of Better Business Bureau (СБВВВ), в состав которого входят локальные БББ и более 300 компаний, действующих в национальном масштабе. Требования к членам у всех БББ примерно одинаковы: компания должна работать на рынке не менее одного года, предпринимать все усилия по разрешению жалоб потребителей во внесудебном порядке, соблюдать законодательство и кодексы БББ, подчиняться решениям арбитража БББ. Деятельность БББ разнообразна. Однако практически во всех региональных БББ и в Совете БББ есть обязательный набор услуг:

- предоставление потребителям информации о компаниях и истории их взаимоотношений с потребителями (наличие жалоб, реакция на жалобы и т.п.)
- внесудебное разрешение споров между компаниями и потребителями;
- анализ деятельности благотворительных организаций с точки зрения добросовестности и эффективности и предоставление информации о таких организациях для фирм и частных лиц, желающих сделать пожертвование;
- разработка и мониторинг добровольных стандартов деятельности в сфере рекламы (система саморегулирования рекламы со стороны БББ является столь эффективной, что в США так и не было принято законодательство о рекламе).

Российская Ассоциация добросовестных предпринимателей – некоммерческая организация, объединяющая компании, завоевавшие высокую репутацию в глазах российских потребителей, добросовестно выполняющие требования норм законодательства о защите прав потребителей и стремящиеся к ведению честного бизнеса. Главной целью Ассоциации БББ является пропаганда и распространение идей этичного бизнеса, консультационная помощь компаниям, стремящимся работать на российском рынке честно по отношению к потребителям и конкурентам, а также информирование потребителей о компаниях-членах Ассоциации БББ и тех преимуществах, которые может получить потребитель, купив их продукцию.

В ассоциации принят Кодекс, который обязательно должны соблюдать компании-члены Ассоциации БББ. Кодекс регламентирует преимущественно отношения с потребителями.

Организации, аналогичные московскому БББ, действуют в ряде других городов, в частности, в Санкт-Петербурге, Магнитогорске, Барнауле, Волгодонске.

Членство и управление в БББ

Членами Ассоциации БББ могут быть юридические лица (коммерческие организации, производящие и/или реализующие товары народного потребления и/или оказывающие потребителям платные услуги), которые признают Устав Ассоциации, Кодекс Ассоциации.

Членом Ассоциации БББ может стать компания, которая работает на рынке не менее одного года и прошла экспертизу в Международной конфедерации обществ потребителей.

С 2000 г. в Ассоциации БББ возможно как полное, так и ассоциированное членство. Разница состоит в перечне оказываемых услуг.

В 2001 г. членами Ассоциации БББ являются ООО “Транссервис-95” (М.Видео-Сервис) – Россия, ТОО РТЦ “Совинсервис” – Россия, “Merloni Elettrodomestici spa” – Италия, Fritz Gergauf AG Bernina Sewing machine manufactures – Швейцария, ООО “Электролюкс” – Россия, “Sumsung Electronics Co, LTD” – Южная Корея.

Персонал Ассоциации БББ состоит из 5 человек. Управляет деятельностью Совет директоров, в состав которого, помимо представителей бизнеса и управляющего Ассоциации БББ, входят представители сторонних организаций, в частности КонфОП. В структуре управления присутствует наблюдательный совет, в который входят представители государственной власти, общественные деятели.

Основные направления деятельности Ассоциации:

- предоставление консультационных и юридических услуг компаниям-членам Ассоциации;
- обучение персонала компаний;
- «горячая линия» для потребителей;
- внесудебное урегулирование споров;
- информационная деятельность.

Консультационные и юридические услуги

Собственный штат специалистов, имеющих большой опыт в решении различных проблем в сфере регулирования правоотношений между представителями бизнеса и потребителями, а также привлекаемые специалисты, позволяют Ассоциации БББ оказывать следующие виды консультационной помощи своим членам, а также организациям, обратившимся за помощью:

- юридические консультации по вопросам потребительского законодательства, защиты от необоснованных требований потребителей; возможно получение юридических консультаций и по другим вопросам по отдельной договоренности с юристами Ассоциации БББ;
- консультации по рекламе на предмет ее соответствия требованиям закона РФ “О рекламе”;
- юридическая защита компаний-членов Ассоциации БББ от недобросовестной рекламы со стороны конкурентов, юридическая защита торговой марки;
- юридическая экспертиза документов (договоров, гарантийных обязательств и т.п.).

Обучение персонала компаний

Со дня своего основания Ассоциация БББ проводит “круглые столы”, семинары, конференции по актуальным вопросам потребительского и рекламного законодательства. В работе семинаров, круглых столов, конференций принимают участие представители государственных органов, общественных организаций, торговых предприятий, изготовители, сервисные организации и другие заинтересованные лица.

Специальным направлением деятельности Ассоциации БББ является работа по обучению персонала сервисных организаций, прежде всего непосредственно работающего с клиентами, основам потребительского законодательства. Специалистами Ассоциации БББ разработана методика обучения специалистов. Слушателям предоставляется пакет документов с необходимой нормативной документацией. Во время обучения разбираются практические ситуации, проводятся консультации. Ассоциация БББ предлагает свои услуги в данной области торговым компаниям и сервисным организациям.

“Горячая линия”

На сегодняшний день одним из наиболее значимых и успешных проектов Ассоциации БББ является работа “горячей линии”.

“Горячая линия” дает консультации потребителям по практическому применению действующего законодательства о защите прав потребителей и законодательства о рекламе. Консультанты Ассоциации БББ помогают потребителям разрешить возникший с продавцом (изготовителем, исполнителем) конфликт, не доходя до суда. Консультанты БББ разъясняют, как написать претензию, как построить обще-

ние с продавцом, что делать, если требования потребителя не удовлетворены. В случае, если на “горячую линию” Ассоциации БББ обращается потребитель с жалобой на компанию-члена Ассоциации БББ, консультанты предпринимают меры по урегулированию возможного конфликта, в том числе с использованием формального механизма.

Таким образом, консультанты “горячей линии” проводят работу по двум направлениям: работа с жалобами потребителей, которые приобрели товар или произвели ремонт товара в компаниях-членах Ассоциации БББ и консультирование широкого круга потребителей.

Основные проблемы, с которыми потребители обращаются на “горячую линию”, касаются последствий продажи товара ненадлежащего качества, гарантийного и послегарантийного обслуживания, сроков выполнения работ и оказания услуг.

В 1998-1999 гг. деятельность Ассоциации БББ была направлена на увеличение количества обращений потребителей на “горячую линию” Ассоциации БББ. В этих целях велась активная работа по информированию потребителей о возможности обращения за консультациями на “горячую линию” через СМИ, справочники, компании-члены Ассоциации.

Все это привело к возрастающей динамике звонков. Всего за период работы на “Горячую линию” поступило более 10 тысяч обращений:

- в 1997 г. — 867 звонков;
- в 1998 г. — 2512 звонков;
- в 1999 г. — 3386 звонков;
- в 2000 г. — 4842 звонков.

На “горячую линию” Ассоциации БББ обращаются не только потребители, но и предприниматели. Основные вопросы, с которыми они обращаются на “горячую линию”:

- нарушение условий договора аренды, заключенного между частным предпринимателем и арендодателем (как правило, подобные трудности возникают при аренде площадей на крытых рынках);
- проблемы, связанные с проведением независимой экспертизы товаров;
- проблемы взаимоотношений с потребителями, в том числе с явными экстремистами.

С ноября 2000 г. на базе БББ начала действовать первая в России “Горячая линия по подделкам”. Инициаторами открытия данной линии стала группа крупных иностранных производителей, обеспокоенных большим количеством контрафактной продукции. Целью со-

здания этой специализированной “горячей линии” является оказание консультационной помощи потребителям, которые приобрели поддельный товар, а также формирование у потребителей определенных стереотипов поведения, позволяющих снизить вероятность приобретения подделки. В среднем в день поступает 20-30 звонков.

Разрешение споров

Это направление тесно связано с работой “горячей линии”. В случае, если компания и потребитель не могут решить конфликт самостоятельно, в действие вступает механизм разрешения споров БББ.

Для фирм-членов Ассоциации участие в подобной процедуре и подчинение решениям Независимого арбитража БББ является обязательным. Потребители участвуют в ней на добровольной основе. Посредник БББ информирует потребителя о целях и задачах Независимого арбитража, о его преимуществах по сравнению с судебной процедурой, знакомит потребителя с Регламентом независимого арбитража. В случае согласия на рассмотрение дела в Независимом арбитраже потребитель подписывает Соглашение на арбитраж. В качестве арбитра выступает независимый эксперт. Арбитр не является штатным сотрудником Ассоциации БББ.

Предусмотренный уставом механизм посредничества Ассоциации БББ включает в себя следующие процедуры: обращение к посреднику-консультанту БББ, который предпринимает меры к быстрому урегулированию спора; передачу спора на рассмотрение арбитра при недостижении соглашения между потребителем и фирмой с помощью посредника.

Необходимо отметить, что действующий в рамках Ассоциации БББ порядок урегулирования потребительских споров не исключает возможности передачи спора на рассмотрение государственного суда по инициативе потребителя. Законодательная неурегулированность многих вопросов, связанных с внесудебными механизмами разрешения споров (по сути своей, третейского разбирательства), безусловно, сдерживает развитие Независимого арбитража БББ. В 2000 г. Независимым арбитражем Ассоциации БББ было рассмотрено и разрешено 14 споров.

Информационная деятельность

Ассоциация БББ активно взаимодействует со средствами массовой информации, в том числе распространяя советы и рекомендации для потребителей.

В 1998 г. Ассоциация БББ начала выпуск информационных вестников “Саморегулирование отношений между бизнесом и потребителями”, “Обучение основам этического бизнеса”. Задача вестника — освещение новых положений действующего законодательства (по вопросам рекламы, сертификации товаров и услуг, потребительского и гражданского законодательства) с комментариями юристов и представителей бизнеса, а также с официальными разъяснениями государственных органов. Вестник призван также распространять идеологию этического бизнеса среди широких кругов предпринимателей.

Ассоциация добросовестных предпринимателей «БББ»

Адрес: 101999 г. Москва, ул. Варварка, д. 14

Телефон/факс: (095) 298-48-02

E-mail: okselema@mtu-net.ru

Глава 16.

Ассоциация международных фармацевтических производителей (АИРМ)

История организации

Ассоциация международных фармацевтических производителей (АИРМ) — это некоммерческая организация, представляющая на российском рынке профессиональные и деловые интересы международных фармацевтических компаний, производителей оригинальных фармацевтических препаратов и медицинского оборудования.

Ассоциация была создана в сентябре 1994 г. и сегодня в ее состав входит около 50 ведущих фармацевтических компаний мира, большинство из которых имеет в России свои аккредитованные представительства, либо зарегистрированы как компании-резиденты. На долю компаний-членов АИРМ приходится примерно 80 % производимых и продаваемых в мире фармацевтических продуктов и медицинского оборудования. Сегодня представительства компаний-членов АИРМ работают в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Самаре, Краснодаре, Новосибирске, Перми, Тюмени, Хабаровске и многих других городах.

Основная цель АИРМ — содействие экономической и правовой деятельности компаний-членов Ассоциации, направленной на развитие организованного и открытого рынка фармацевтической продукции и медицинского оборудования на территории Российской Федерации.

Все компании-члены АИРМ вкладывают значительные средства в развитие передовых технологий и экспертизы лекарственных средств и оборудования, клинических испытаний в России. Объем таких инвестиций оценивается в сотни миллионов долларов. Только на проведение клинических испытаний в российских научных и медицинских центрах члены Ассоциации тратят ежегодно свыше 20 млн долларов. А если сюда включить расходы на образование и подготовку высококлассных медицинских кадров, то есть средства, напрямую инвестируемые в повышение квалификации российских медиков – сумма превысит 60 млн долларов в год. В 2000 г. свыше 1 500 российских граждан работали в качестве медицинских специалистов и сотрудников управленческого и обслуживающего персонала в компаниях-членах АИРМ. Кроме того, на обучение новых сотрудников из числа россиян на месте и за рубежом эти компании потратили десятки миллионов долларов. Все это вполне можно считать инвестициями в российскую экономику, в развитие кадрового потенциала страны.

Члены АИРМ чувствуют свою ответственность за состояние здоровья людей в тех странах, где осуществляется их деятельность. Поэтому компании-члены АИРМ безвозмездно передали фармацевтические препараты и медицинское оборудование на сумму свыше 50 млн долларов различным учреждениям здравоохранения Российской Федерации. Сюда вошло и единовременное пожертвование медикаментов на сумму более чем 500 тыс. долларов США в честь празднования 850-летия Москвы.

Организационная структура

Управление и руководство Ассоциацией осуществляется Общим собранием компаний-членов АИРМ, Советом директоров и Секретариатом.

Общее собрание является высшим руководящим органом Ассоциации. Общее собрание созывается не менее четырех раз в год. В компетенции Общего собрания находится избрание Совета директоров.

Совет директоров избирается Общим собранием, является постоянно действующим руководящим органом. Совет директоров осуществляет текущее руководство Ассоциацией в перерывах между Общим собранием, вырабатывает политику и контролирует работу Секретариата, управляет активами Ассоциации. Совет директоров состоит из Председателя и 7 членов Совета. С одобрения Общего собрания Совет директоров назначает Исполнительного директора Ассоциации.

Секретариат, возглавляемый Исполнительным директором, является исполнительным органом АІРМ, представляет интересы Ассоциации, осуществляет текущую работу и распоряжается имуществом Ассоциации.

Членство

Членами Ассоциации могут быть фармацевтические компании, занимающиеся исследованиями и разработкой новых действующих лекарственных веществ и средств, а также производители медицинского оборудования и других товаров медицинского назначения, отвечающих международным стандартам качества.

Заявление о принятии в члены Ассоциации подается в письменном виде в Совет директоров, и для его утверждения необходимо не менее двух третей голосов членов Ассоциации.

Члены Ассоциации имеют право на участие в очередных и внеочередных Общих собраниях, а также в любых других встречах и мероприятиях АІРМ. Члены Ассоциации могут пользоваться услугами и помещением Ассоциации, получают доступ к информационным материалам.

Деятельность ассоциации

Для реализации поставленных задач АІРМ осуществляет различные программы, призванные обеспечить максимально эффективную деятельность международных фармацевтических компаний на территории Российской Федерации. Это включает в себя:

- сотрудничество и обмен информацией по вопросам здравоохранения с российским правительством, органами здравоохранения разных уровней, российскими и международными научными, профессиональными и общественными организациями;
- содействие разработке новых и оказание поддержки уже существующих условий развития фармацевтической отрасли в России;
- организация правовой и другой необходимой поддержки по защите прав и интересов членов Ассоциации на территории Российской Федерации;
- содействие развитию честной конкуренции и поддержанию здорового баланса сил в фармацевтическом секторе рынка.

Ассоциация ведет активную информационную и просветительскую работу как среди своих членов, так и для общества в целом. В этой связи АИРМ проводит регулярные семинары, конференции, пресс-конференции по наиболее актуальным вопросам. Так, за последнее время были проведены пресс-конференции по темам:

- “Состояние рынка медицинской рекламы и информации”;
- “Возможные последствия введения НДС на лекарственные средства”;
- “Проблема фальсификации фармацевтической продукции”.

Кроме этого, АИРМ регулярно публикует информационные материалы, среди которых:

- “**Новости**”. Информационный бюллетень, который освещает деятельность и отражает взгляды Ассоциации и ее членов по наиболее важным профессиональным вопросам, рассказывает о важнейших событиях, влияющих на рынок фармацевтической продукции и медицинского оборудования в России;
- “**Flash**”. Оперативная подборка информации о наиболее актуальных вопросах и проблемах, возникающих как на фармацевтическом рынке и рынке медицинского оборудования России, так и о событиях внутри АИРМ;
- “**Пресс-мониторинг**”. Тематические подборки статей из российской прессы, предоставляющие членам Ассоциации возможность ознакомиться с важными и наиболее интересными материалами, касающимися вопросов здравоохранения, медицины, продаж, рынка сбыта, маркетинга и других вопросов, которые оказывают влияние на состояние рынка фармацевтической продукции и медицинского оборудования в России.

Роль АИРМ как организации саморегулирования

В деятельности Ассоциации как организации, призванной отстаивать корпоративные интересы крупнейших фармацевтических производителей на Российском рынке, необходимо выделить сектор, позволяющий характеризовать данную организацию как организацию саморегулирования.

Этот сектор – сектор маркетинговой политики компаний. В силу специфической особенности фармацевтического продукта, его продвижение имеет ряд особенностей, в частности, требующих особого законодательного и внутреннего, на уровне этических норм, регулирования. Это объясняется тем, что неправильное по-

зиционирование товара перед потребителем потенциально имеет большую опасность для здоровья, чем целый ряд иных товаров потребления. Традиционно во всем мире эта сфера имеет специальное регулирование. Так, в Европе принята специальная Директива, касающаяся рекламы и продвижения фармацевтической продукции. Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) также приняты рекомендации в отношении рекламы лекарственных средств. На уровне саморегулирования принят Кодекс маркетинговой практики Международной федерации ассоциаций фармацевтических производителей (The International Federation of Pharmaceutical Manufacturers Associations (IFPMA)), членом которой является и российская АИРМ.

Что касается российского законодательства, то в настоящий момент существует фактически единственное ограничение, касающееся рекламы лекарственных средств. Суть его сводится к запрету рекламы рецептурных препаратов за исключением печатных изданий, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников. Надо отметить, что данное ограничение полностью соответствует международной практике, хотя в последнее время в мире усиливается тенденция развития DTC (direct-to-consumer) рекламы.

В условиях достаточной ограниченности норм российского законодательства в отношении продвижения медицинской продукции особенную роль приобретают этические нормы саморегулирования. В этой связи хочется подчеркнуть актуальность разработки и принятия АИРМ Кодекса маркетинговой практики. Данный кодекс был разработан для того, чтобы отразить минимальные требования, которым обязаны следовать все члены Ассоциации при осуществлении маркетинга фармацевтической продукции в Российской Федерации. Кодекс был разработан на основе международных кодексов маркетинговой практики, принятых в фармацевтической промышленности.

Процедура рассмотрения жалоб на нарушения Кодекса маркетинговой практики АИРМ

Помимо декларирования норм и правил поведения своих членов в Кодексе маркетинговой практики, в АИРМ разработана специальная процедура урегулирования споров.

Согласно данной процедуре жалоба на нарушение Кодекса маркетинговой практики может быть подана как членом АИРМ, так и иной заинтересованной стороной. Кроме того, жалоба может быть направлена как на действия члена АИРМ, так и фарма-

цевтического производителя, не являющегося членом Ассоциации, но поставляющего свою продукцию на российский рынок. Жалоба подается в письменном виде Исполнительному директору Ассоциации. Жалоба должна содержать следующую информацию:

- данные о лице, направившем жалобу, включая контактные координаты;
- данные о компании, в отношении которой имеются подозрения в нарушении требований Кодекса маркетинговой практики;
- ссылки на материалы по данному случаю, такие как реклама;
- дата предполагаемого нарушения;
- краткое описание сути предполагаемого нарушения.

Все материалы должны быть представлены в письменном виде. Секретариат АИРМ гарантирует конфиденциальность поступающей информации. Доступ к материалам имеют только стороны, непосредственно вовлеченные в конфликт, включая лицо, подавшее жалобу, и компанию, в отношении которой она подана. Исключения составляют случаи, когда для решения вопроса по жалобе и принятия решения создается специальная группа.

После получения жалобы Исполнительный директор убеждается в подлинности представленных материалов, а также в честности мотивов подателя жалобы. Проверив данные условия, Исполнительный директор информирует компанию, в отношении которой поступила жалоба. Компания имеет право в течение 30 дней ответить на поступившую жалобу. Течение данного срока исчисляется с момента поступления жалобы непосредственно в компанию. Ответ компании должен либо подтвердить факт нарушения и информировать АИРМ о предпринятых шагах по исправлению ситуации, либо опровергнуть нарушение, четко сформулировав основания для опровержения и по возможности подтвердив их документально.

Ответ должен быть направлен Исполнительному директору в письменной форме. Получив ответ, АИРМ должен немедленно отправить его подателю жалобы. После этого АИРМ решает, может ли конфликт быть урегулирован между двумя сторонами самостоятельно, либо необходимо предпринять дополнительные действия по установлению и признанию факта нарушения.

В случае, если невозможно достичь решения, удовлетворяющее обе стороны, Исполнительный директор формирует группу для рассмотрения жалобы и принятия решения. Группа также может быть сформирована в том случае, если компания, в отношении которой поступила жалоба, не отвечает на нее. Группа формируется

из пяти членов АИРМ, не имеющих продукции, конкурирующей с продукцией сторон, вовлеченных в конфликт. В группе также может присутствовать юридический консультант АИРМ.

Для обеспечения конфиденциальности и достижения объективности рассмотрения, имена членов формируемой группы сохраняются в тайне. Члены группы знакомятся со всеми материалами, касающимися рассматриваемого случая и принимают решение, имело ли место нарушение Кодекса. Решение выносится в форме оправдания либо признания случая нарушения, возможно также вынесение рекомендаций по устранению негативных последствий нарушения. До обнародования решение изучается юридическим консультантом АИРМ.

Если группа принимает решение о том, что нарушение имело место, данный факт обнародуется. Группа высказывает рекомендации относительно того, в каком виде данная информация будет освещена. Точно так же информация обнародуется в тех случаях, когда компания в течение установленного срока не ответила на поступившую жалобу. Если группа решит, что в отношении нарушителя должны быть предприняты более серьезные меры, она может адресовать свои рекомендации очередному Общему собранию членов.

Все решения группы принимаются на основании норм Кодекса маркетинговой практики, положения которого могут быть дополнены Общим собранием на основании рекомендаций группы, выработанных в результате рассмотрения конкретного случая.

В отдельных случаях, когда группа считает необходимым решение вопроса на уровне выше АИРМ, жалоба может быть представлена в IFPMA для дальнейших действий.

**Ассоциация международных
фармацевтических производителей (АИРМ)**
Адрес: Российская Федерация, 103001, Москва,
Трехпрудный пер., д. 9 стр. 1, офис 105.
Телефон: (095) 933-70-40;
Факс: (095) 933-70-41;
E-mail: secretariat@aipm.org
Сайт: www.aipm.org

Глава 17.

Лига кредитных союзов (ЛКС)

Одна из современных организаций саморегулирования в России – Союз потребительских кооперативов “Лига кредитных союзов” (СПК ЛКС) – была создана как добровольное объединение

юридических лиц, кредитных потребительских кооперативов граждан (кредитных союзов), а также их объединений (ассоциаций). По инициативе кредитных союзов 17 ноября 1994 г. 57 представителей более чем 40 кредитных союзов из 14 регионов Российской Федерации, принявших участие в работе учредительной Ассамблеи, единогласно провозгласили учреждение первой в России национальной ассоциации потребительских кооперативов, оказывающих финансовые услуги гражданам, пайщикам кредитных кооперативов.

В марте 1995 г. был зарегистрирован Устав Лиги КС, и первое в России объединение кредитных союзов получило официальный статус Союза потребительских обществ, впоследствии Союза потребительских кооперативов, что соответствовало требованиям Закона о потребительской кооперации в редакции 1997 г.

С самого начала своей деятельности Лига КС сформулировала основные цели своей деятельности:

- Развитие кредитной потребительской кооперации граждан России как института гражданского общества.
- Содействие формированию реальной экономической демократии в российском обществе путем обучения граждан принципам и навыкам кооперативного управления и привлечения пайщиков и управлению кредитными союзами.
- Представительство и защита интересов кредитных союзов и их объединений – членов СПК “Лига кредитных союзов” в государственных и негосударственных органах РФ и международных организациях.
- Развитие региональной и национальной инфраструктуры движения кредитных союзов России и оказание всесторонней помощи своим членам в рамках действующего законодательства и Устава СПК “Лига кредитных союзов”.
- Вхождение в мировое кооперативное движение в качестве неотъемлемой части кооперативного движения России.
- Обеспечение равных возможностей участия кредитных союзов в российском и международном движении кредитных союзов.
- Укрепление экономического, социального и правового статуса кредитных союзов для повышения доступности финансовых услуг широким слоям населения.

Сегодня в Лиге состоит более 200 кредитных союзов (всего в России зарегистрировано около 400 кредитных союзов, а также около 10 региональных ассоциаций и одна Ассоциация кредитных союзов военнослужащих).

СПК «Лига кредитных союзов» — организация кредитных потребительских кооперативов

Создание Лиги стало важной вехой в организационном оформлении Движения кредитных союзов, возникшем в конце 1992 — начале 1993 гг. в результате гражданской инициативы, поддержанной и подкрепленной Международной конфедерацией обществ потребителей (КонФОП).

Кредитные союзы появились в России в начале 90-х гг. в результате инициативной деятельности граждан, вынужденных искать выход для решения финансовых проблем в условиях ненадежности банков и неустойчивости финансовой системы. Термин пришел из-за рубежа, как буквальный перевод с английского “credit union” и быстро прижился на российской почве.

Кредитные союзы широко известны в мире как особые финансовые организации, финансовые посредники, имеющие организационно-юридическую форму потребительских кооперативов и обслуживающие финансовый оборот домашних хозяйств. Они действуют более чем в 90 странах мира, их членами являются более 100 миллионов человек. Хотя абсолютная величина их финансовых активов относительно невелика, кредитные союзы — одна из самых массовых финансовых организаций. Хорошо известна социальная направленность их деятельности: кредитные союзы представляют собой некоммерческую альтернативу банкам. Они дают возможность массе граждан использовать свои сбережения для получения доступного потребительского кредита и при этом участвовать в управлении и контроле за их использованием, реализуя принципы кооперативной демократии.

За свою долгую историю кредитные союзы накопили большой опыт социально-экономической поддержки той части населения, которая живет главным образом на доходы от своего труда. Деятельность кредитных союзов строится на определенной философии и кооперативной идеологии. Следуя этой философии, кредитные союзы сумели прочно занять свою нишу потребительского кредита и личных сбережений, получив при этом ряд конкурентных преимуществ в виде налогового иммунитета и других льгот.

На российской почве идея кредитных союзов получила признание, отчасти потому, что была жива народная память о кассах взаимопомощи советского периода, а отчасти потому, что они могли стать реальной альтернативой ненадежным и неустойчивым банкам и другим традиционным финансовым организациям.

Лига КС как результат гражданской инициативы и институционального предпринимательства

Необходимость защиты прав граждан в сфере финансовых услуг стала толчком к объединению физических лиц и их самоорганизации в форме кредитных потребительских кооперативов граждан, то есть кредитных союзов. Гражданская инициатива вылилась в Движение кредитных союзов, впервые заявившем о себе в январе 1993 г. Именно Движение стало предысторией и основой создания Лиги кредитных союзов. Вполне вероятно, что одна лишь гражданская инициатива не привела бы к оформлению Движения кредитных союзов и созданию ЛКС, если бы не институциональная инновационная деятельность КонФОП и группы специалистов, которые были привлечены к работе по созданию кредитных союзов. Возникновение кредитных союзов, их укоренение и оформление в Лигу стало возможным в результате этой деятельности, составляющей необходимую часть институционального предпринимательства, в которую входят: *проработка идеи* (включая разработку проекта Закона о кредитных союзах), *проектирование организации* (пакет документов создания и функционирования кредитных союзов), *моделирование* (участие в организациях кредитных союзов), *послепроектное сопровождение* (обучение, юридическая защита, представительство интересов).

История и опыт ЛКС свидетельствуют, что одной гражданской инициативы для создания саморегулируемой организации такого типа недостаточно. Требуется организованная деятельность институционального предпринимательства. Соответственно, требуются и инвестиции в эту деятельность. Гражданская инициатива побуждает к институциональным инновациям, но, как правило, инвестиционный источник лежит за ее пределами. Понятно, что речь идет не только о финансовой поддержке инновационного процесса, но и о наличии нематериальных активов. Мобилизация инвестиционного ресурса не становится непосредственным результатом гражданских инициатив и гражданской активности. Последние могут быть лишь основанием для инвестиционных вложений и поддержки со стороны представителей групп специальных интересов. В истории российских кредитных союзов субъектом специальных интересов явилось мировое Движение кредитных союзов в лице различных международных и национальных организаций кредитных союзов, предоставивших инвестиционный ресурс в виде технической помощи российскому Движению КС. В своей стране кредитные союзы и их организации получили в качестве ресурса нематериальные активы, главным образом, “человеческий капитал” в лице эн-

тузиастов, впоследствии и специалистов. Решающей предпосылкой становления кредитных союзов в России стало изменение институциональной среды, произошедшее в 90-е годы.

Можно безошибочно предположить, что гражданская инициатива в сфере финансовой деятельности не могла быть реализована без этих изменений. Их направление связано с переменой статуса граждан, их роли и участия в институциональных соглашениях. Еще до принятия Конституции 1993 г. был разработан и принят Федеральный закон “О защите прав потребителей”. Этот Закон фактически утверждал равенство правового положения всех участников гражданского оборота (как юридических, так и физических лиц). Концепция этого Закона сыграла важную роль в формировании нового правосознания российского общества и в известном смысле предвосхитила принципиальную направленность таких документов как Конституция РФ и Гражданский Кодекс РФ (см. например ГК РФ гл. 1, ст. 2). Сложившаяся традиция советской экономической системы допускала граждан в сферу финансовых услуг только в качестве клиентов Сберегательного банка, покупателей облигаций так называемого “Золотого займа” и держателей облигаций обязательных государственных займов, а также клиентуры ломбардов. Невозможность равного участия граждан в финансовой деятельности стала жесткой идеологической предпосылкой, сформированной многолетней государственной монополией в финансовой сфере. Это исключало всякую инициативу и активную деятельность граждан на финансовом рынке. Слом этой жесткой идеологии, и особенно преодоление неформальных ограничений, происходили достаточно быстро, но чрезвычайно болезненно. Массе российских граждан пришлось пройти финансовый ликбез через школу финансовых пирамид, прочих псевдоинвестиционных компаний и других ловушек. Первые кредитные союзы представляли собой положительную альтернативу не только этим полукриминальным образованиям, но и государственной монополии в финансовой сфере и коммерческим банкам, рванувшимся к личным сбережениям граждан.

Новая гражданская инициатива потребителей финансовых услуг была направлена на самоорганизацию физических лиц в целях защиты их финансовых интересов, и в этом процессе граждане в полной мере опирались на положения Конституции о праве граждан на свободу объединений и свободу экономической деятельности. Методом защиты стала организация финансовой взаимопомощи граждан за счет мобилизации собственных усилий и личных сбережений. Задача состояла лишь в том, чтобы создать механизм защиты личных сбережений от разного рода злоупо-

треблений и потерь. Формой реализации такого механизма стали кредитные потребительские кооперативы граждан (иначе кредитные союзы), а средством — система внутренних ограничений и правил, фактически совокупность пруденциальных норм, принятых кредитными союзами. Эти нормы не предписывались никакими специальными законодательными актами, специального Закона не было. Однако внутренняя потребность в этих ограничениях была продиктована необходимостью не только защиты, но и самозащиты кредитных союзов от неоправданных и несвойственных им финансовых рисков.

Кооперативная природа ЛКС и ее членов

Особенность ЛКС и ее участников — их кооперативная природа. Кооперативные принципы, сформулированные много десятилетий назад, действуют и до настоящего времени и определяют кооперативную идеологию и методологию кооперативной деятельности. Они приняты и утверждены Международным Кооперативным Альянсом, сформулированы и зафиксированы в Декларации о кооперативной идентичности. Этим документом руководствуются все организации, разделяющие принципы кооперативного движения и официально заявившие об этом. Российская Лига кредитных союзов уже при своем учреждении приняла документы, где выразила согласие с международными принципами и философией кредитных союзов, а также с общими принципами кооперативного движения, принятыми XIII конгрессом Международного Кооперативного Альянса:

- добровольное членство и открытый состав;
- демократический контроль со стороны членов;
- участие членов в экономической деятельности;
- автономия и независимость;
- образование, профессиональная подготовка и информация;
- сотрудничество кооперативов;
- забота об обществе.

ЛКС, работающая как Союз потребительских кооперативов, следует всем принципам «кооперативной идентичности», в том числе и принципу автономии и независимости. Лига кредитных союзов, реализуя принцип автономии, изначально установила, что ее членами могут быть только те кредитные союзы, которые выполняют требования, обязательные для кредитных союзов: пайщиками КС являются только физические лица; ссуды выдаются

ся только пайщикам; кроме того, возможны и другие обязательные требования, разрабатываемые Лигой и утверждаемые Ассамблеей Лиги. Легитимность правил устанавливает высший орган Лиги – Ассамблея кредитных союзов, подтверждая тем самым статус Лиги как организации саморегулирования. Эта норма – ограничение членства в кредитных союзах, как и ограничение деятельности кредитных союзов – вошла в Закон о кредитных потребительских кооперативах граждан, хотя при обсуждении проекта Закона вызвала возражения, поскольку статья 116 ГК РФ определяет потребительский кооператив как добровольное объединение граждан и юридических лиц. Практика, однако, показала, что кредитные потребительские кооперативы граждан представляют собой конкретную форму, “частный случай” добровольного объединения на основе членства, а законодательство закрепило эту норму специальным законом, регулирующим деятельность специализированных потребительских кооперативов – кредитных кооперативов граждан.

Особенности ЛКС как организации саморегулирования

Особенности ЛКС определяются тем, что она пока еще не является “ставшей”, развившейся организацией, все черты и признаки которой определились. Идет процесс становления организации, не только ее количественный рост, но выработка и определение правил игры как внутри нее, так и на том поле, где Лига выступает самостоятельным игроком. Вместе с тем, идет и определение границ “игрового поля”.

Объединение кредитных союзов в ЛКС явилось актом самоорганизации кредитных потребительских кооперативов граждан, и поначалу дало быстрый положительный эффект. Первые годы существования и деятельности Лиги – это период **самодентификации** организации и ее членов. Шел процесс освоения статуса некоммерческой кооперативной финансовой организации, освоения технологии финансовой взаимопомощи, и в то же время процесс признания нового для России вида финансовой деятельности граждан. Кредитные союзы и Лига многократно сталкивались с непониманием, недоверием, пренебрежением к “финансовой самодеятельности”. Приходится признать, что упрек в самодеятельности имел основание. Руководителям кредитных союзов и Лиги не хватало специальных знаний, опыта и квалификации, отсутствие которых далеко не всегда компенсировалось энтузиазмом. Более того, не были до конца выработаны и освоены “правила игры” новой финансовой организации.

Основным содержанием деятельности Лиги стала, во-первых, выработка «правил игры» на принципах кооперативной идеологии и философии кредитных союзов, во-вторых, разработка системы стандартов и норм, в-третьих, их внедрение путем разработки документов для организации и функционирования кредитных союзов, и, наконец, подготовка специалистов, работающих в системе кредитной потребительской кооперации.

Лига была чрезвычайно привлекательна для своих членов набором “клубных благ”, прежде всего тем, что в условиях отсутствия специального закона и правовой неопределенности Лига успешно выполняла функцию защиты кредитных союзов от произвола администраций и чиновников. Лига обеспечивала кредитные союзы документами, совершенствовала и обновляла методические материалы, вела мониторинг деятельности. Офис Лиги систематически обеспечивал информацией членов Лиги (выпуск Информационного бюллетеня “КС-новости”, справочника “Кредитные союзы России”, информационная подготовка методических семинаров руководителей и специалистов кредитных союзов). Большое значение имела также информационная подготовка ежегодных собраний – Ассамблей Лиги, а также периодических заседаний Совета Лиги. Кредитные союзы высоко ценили представительскую функцию Лиги, прибегая к ее авторитету прежде всего в своих регионах. Лига дала возможность повысить переговорную силу граждан в их отношениях с налоговыми органами, а также банками, региональными администрациями и др. Благодаря усилиям Лиги удалось довести до благополучного завершения многолетнюю историю прохождения и подписания специального Федерального закона “О кредитных потребительских кооперативах граждан”. В числе “клубных благ” Лиги кредитные союзы весьма высоко ценили возможность познакомиться с мировым опытом кредитных союзов непосредственно в “полевых” условиях – в Ирландии, Канаде, США и даже Австралии. При этом деятельность ЛКС финансировалась преимущественно за счет внешних источников, а не за счет самих кредитных союзов – членов организации.

Кооперативные принципы помощи и поддержки сыграли решающую роль на этапе становления Лиги как действующей организации. Одновременно сложился стереотип отношения членов Лиги к своей организации. В прямой и грубой форме его можно определить как иждивенчество, а в научной терминологии – как российский вариант “проблемы безбилетника”. Все последующие попытки перейти к самофинансированию Лиги и подкрепить самоорганизацию кредитных союзов самофинансированием не увенчались успехом. Эта особенность, простибельная и понятная

при самых первых и трудных шагах организации, становится фактором, угрожающим последующему развитию и кредитных союзов, и их организации.

Заметим, что финансовое благополучие кредитных союзов за годы их существования и в значительной степени благодаря деятельности Лиги прирастает, несмотря на трудности российской экономики. Однако стереотип иждивенческого отношения кредитных союзов не только к Лиге, но и к региональным ассоциациям прочно закрепился.

Взаимодействие саморегулирования и государственного регулирования

Новый импульс деятельности ЛКС был дан принятием летом 2001 г. Федерального закона “О кредитных потребительских кооперативах граждан”. Закон содержит специальные статьи, регламентирующие взаимодействие государственного регулирования и саморегулирования через ассоциации (организации) кредитных союзов как организации саморегулирования. Закон не прописывает, однако, границ и процедур процесса саморегулирования. Концептуально ЛКС готова к разработке этого процесса, о чем свидетельствуют документы Лиги, например Стратегические направления СПК “Лига кредитных союзов”, принятые Советом Лиги в январе 1999 г. Вся сложность в том, чтобы Лига была готова к новому этапу своего развития организационно.

Стратегические направления СПК «Лига кредитных союзов»

I. Развитие кредитных потребительских кооперативов и их объединений:

- расширение рынка финансовых услуг;
- развитие новых форм и направлений коллективного сбережения и инвестирования;
- малое предпринимательство;
- сельское и фермерское хозяйство;
- потребление товаров и услуг;
- финансовая поддержка образования молодежи;
- медицинское и социальное обеспечение;
- жилищное строительство и приобретение жилья;
- региональные программы переселения;
- муниципальные финансовые программы.

II. Поддержка кредитных потребительских кооперативов и их объединений:

- обучение и семинары;
- нормативы стандарты;
- коммуникации и интернет-технологии;
- техническая поддержка;
- маркетинг;
- управление резервной системой;
- страхование и финансирование;
- аудит и ревизия;
- юридическая поддержка и защита;
- услуги членам.

III. Развитие движения кредитных союзов:

- отношения с международным и российским кооперативным движением;
- отношения с органами власти и местными администрациями;
- законодательная и нормотворческая инициатива;
- отношения с отраслевыми институтами;
- отношения с общественными организациями и профсоюзами;
- пропаганда и издательская деятельность;
- поддержка региональных движений кредитных союзов.

Союз потребительских кооперативов «Лига кредитных союзов»

Адрес: Российская Федерация, 103001, Москва,
Трехпрудный пер., д. 9 стр. 1, офис 105.

Телефон: (095) 933-70-40;

Факс: (095) 933-70-41;

E-mail: secretariat@aipm.org

Сайт: www.aipm.org

Под общей редакцией П.В. Крючковой

Саморегулирование Пособие для предпринимателей

**Художник: Т. Малюсова
Корректор: С. Миклашевская
Компьютерная верстка: А. Романов**

ЛР № 030324 от 04.03.92 продлена до 03.01.2002
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1 Зак.
Подписано в печать 11.03.2002 г. Формат 60 x 88 1/16.
Объем 11,5 п.л. Тираж 1000 экз.
ИИФ “СПРОС” КонфОП
103690, г. Москва, ул. Варварка, д. 14.
Отпечатано в Производственно-издательском комбинате ВИНТИ,
140010, г. Люберцы, Московской обл., Октябрьский пр-т, 403.
Тел.: 554-21-86

Институт национального проекта (ИНП) «Общественный договор» создан для разработки и реализации проектов, содействующих запуску позитивного сценария развития России посредством установления нового общественного договора на базе продуктивной культуры.

Новый общественный договор — это такой набор социальных технологий взаимодействия членов общества и их организованных групп между собой и с властью, применение которого позволяет добиваться установления стабильных и справедливых правил игры в политике и экономике, верховенства закона, гражданского контроля за обороной, безопасностью, судом и полицией, эффективных, доступных и рентабельных систем образования, здравоохранения и жилищного хозяйства, реалистичного международного позиционирования и выработки адекватных стратегических приоритетов.

ИНП «Общественный договор» способствует реализации интересов **активной, организованной и договороспособной части общества** через упорядоченный переговорный процесс друг с другом и с властью. **Позитивный сценарий**, о котором активные и организованные должны договориться, — это сценарий, при котором они видят наилучшее будущее своих детей в России. **Продуктивная культура** — это свобода и самоценность личности, ответственность, доверие, взаимность и сотрудничество, ценность успеха, основанного на добросовестном труде и честной конкуренции.

Институт национального проекта

«Общественный договор»

101999, Москва, Варварка, 14

Тел.: 298-3279, факс: 298-4483

E-mail: info@inp.ru

Web: www.inp.ru