

"Управление регуляторными рисками в корпорациях табачной отрасли"

(2 июня 2011 г.)¹

Платыгин: Добрый вечер, уважаемые коллеги, тема, которая досталась нам напоследок, достаточно интересная и необычная. Мы будем рассматривать управление регуляторными рисками под интересным углом, когда основным участником процесса являются коммерческие компании, а не государственный сектор, и передаю слово студентке 5-го курса факультета гос. и муниципального управления НИУ ВШЭ Татьяне Ключевой для выступления.

Ключева: Добрый вечер, рада Вас приветствовать на данном коллоквиуме. Я хотела бы представить доклад, основанный на моей дипломной работе, тема которого звучит как "Управление регуляторными рисками в корпоративном секторе на примере табачной отрасли". Выступление мое будет построено классически, т.е. сначала я хотела бы сказать несколько слов об актуальности выбранной проблематики, затем перейти к теоретической части и остановиться подробнее на практике.

Платыгин: Если у Вас будут возникать уточняющие вопросы, пожалуйста, задавайте их в ходе презентации.

Ключева: Итак, чем обоснован выбор данной темы? Для себя я ответила на данный вопрос, изучив некоторые исследования, в том числе аудиторских компаний, которые занимались исследованием систем и процессов риск-менеджмента в крупных организациях. При этом я заметила некоторые тенденции в концентрации внимания крупных корпораций в последние два года на вопросы, связанные с увеличением рисков, вызванных изменениями в регулирующем законодательстве и отношении регулирующих органов. Очевидно, что для компаний данные угрозы приобретают все большую актуальность. Так в исследовании Ernst&Young, посвященном основным бизнес-рискам, отмечено, что риски, связанные с законодательными изменениями были приоритетными для таких отраслей экономики, как рынок недвижимости, фармацевтической промышленности, нефтегазовой промышленности. К 2010 году компании из подавляющего большинства отраслей назвали данный риск особо значимым.

¹ 29-е заседание общегородского коллоквиума "Оценивание программ и политик: методология и применение" (научн. рук. - Д.Б. Цыганков). К публикации стенограмма подготовлена Татьяной Ключевой (факультет гос. и муниципального управления ВШЭ).

Кроме того, общей характеристикой того, как бизнесу "живется" в России может быть тот факт, что в широко известном рейтинге Doing Business наше государство занимает 123 место из 183 рассматриваемых экономик, что, конечно, достаточно общий показатель, свидетельствующий скорее о технических и бюрократических преградах, с которыми сталкиваются коммерческие организации, но тем не менее, саму среду, в которой бизнесу приходится существовать, он характеризует достаточно наглядно.

Что касается той подтемы, которую я избрала для себя в качестве примера, т.е. табачной отрасли, естественно, внимание изначально было привлечено к обострившимся в последнее время дебатам о необходимости ужесточения регуляторной политики, о повышении акцизов на продукцию табачной отрасли. Большое количество обсуждений в СМИ на данную тему привлекает внимание. Соответственно, выбор именно табачного примера был обусловлен, во-первых, общей направленностью политики Российской Федерации на сохранение и укрепление здоровья населения, что подкрепляется тем фактом, что РФ приняла Рамочную конвенцию ВОЗ по борьбе против табака. В рамках тех обязательств, которые наложила на нас данная Конвенция, была принята Концепция осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010. И, как уже отмечалось, произошел ряд существенных изменений в акцизной политике.

Далее я подробнее остановлюсь на перечисленных примерах и расскажу о законодательстве, регулирующем данную сферу.

Несмотря на ужесточение политики регулирования табачной отрасли, табачные корпорации крупные игроки на российском рынке, производят легальный продукт, предоставляют большое количество рабочих мест и перечисляют в государственный бюджет существенные налоговые выплаты. Таким образом, объектом исследования данной работы являются корпорации, ведущую свою деятельность в условиях нестабильной нормативно-правовой среды.

Предметом исследования являются управление регуляторными рисками в табачных компаниях как элемент механизма взаимодействия бизнеса и власти в данной отрасли.

Целью исследования выступает анализ практики применения механизмов минимизации рисков, связанных с изменениями законодательства, механизмов взаимодействия компаний с представителями государственных органов и способов участия в законо- и нормотворческом процессе, т.е. основная цель - понять, каким образом данные риски возникают, и какие способы их минимизации в корпоративном секторе наиболее эффективны. Изначально

планировалось сосредоточиться на подходе с точки зрения риск-менеджмента, но в последствии, задачи были сформулированы следующим образом:

проанализировать специфику табачной отрасли, определяющей основные подходы к её регулированию;

- провести сбор информации о практике и системах управления регуляторными рисками в табачных компаниях и проанализировать; проанализировать примеры участия представителей отрасли в нормотворчестве;
- проанализировать модели риск-менеджмента и их применимости для рассматриваемого вида рисков;
- выявить существующие проблем в сфере управления регуляторными рисками и выработать рекомендации по оптимизации данных процессов. Теперь предлагаю остановиться на терминах, используемых в рамках данного доклада.

Итак Регуляторный риск (РР) – риск влияния изменений в законодательстве и регулировании на безопасность бизнеса, отрасли или рынка. Изменения законов и правил, изданных Правительством или регулируемыми органами, могут увеличить расходы на ведение бизнеса, уменьшить инвестиционную привлекательность бизнеса и/или изменить конкурентную среду.

Управление регуляторными рисками (УРР) – деятельность должностных лиц и структурных подразделений компаний, направленная на предупреждение и снижение вероятности возникновения регуляторных рисков, создание комфортной правовой среды ведения бизнеса.

Согласно рейтингам по отраслям, регуляторным рискам подвержены в большей степени телекоммуникационные компании, которые ощутили значимость регуляторного риска в связи с усилением контроля над тарифной политикой. Хотела бы отметить, что само определение регуляторного риска в российской практике было сформировано именно в компаниях телекоммуникационного сектора.

Кроме того в энергетике регуляторные риски возникают в связи с изменениями в регулировании отношений компаний и партнеров, занимающихся инфраструктурным обеспечением их деятельности, а также потребителей; риск при этом может исходить не только от регулирующих органов, но и от заинтересованных сторон.

Также подвержен регуляторным рискам сектор финансовых услуг, на который большее влияние оказывают изменения в налоговом законодательстве и появление более высоких требований к капиталу, способных навредить и акционерам, и потребителям.

Согласно исследованиям, наиболее ощутимыми и влекущими за собой большие издержки являются законодательные изменения, связанные с аудитом и правилами предоставления отчетности; регулированием трудовых отношений в компании, воздействием ее деятельности на окружающую среду, безопасность и здоровье населения, а также технологические процессы - что наиболее актуально для выбранной в качестве примера табачной отрасли - соблюдение прав на интеллектуальную собственность.

Какими особенностями обладает сам регуляторный риск? Во-первых, регуляторное поле само по себе часто не систематизировано, нормы противоречат друг другу. В рамках исследования, я часто встречала примеры, когда локальные и федеральные, например, законодательные акты не совсем согласованы.

Кроме того, регуляторные органы с трудом вступают в дискуссию с представителями бизнеса, что приводит к таким последствиям, как ослабление компаний, необходимость выплаты большого количества штрафов за несоблюдение новых требований, что в свою очередь ослабляет позиции еще больше.

Регулирование отрасли в целом не может обходить стороной одних ее представителей и затрагивая других. Поэтому часто на компании распространяются регуляторные проблемы их конкурентов. При этом ощутимо увеличивается нагрузка на подразделения компаний, занимающиеся непосредственно вопросами соблюдения законодательных требований.

Основной риск заключается в том, что возможен такой характер изменений, который может привлечь к тому, что легальная сегодня деятельность, завтра может оказаться вне закона.

Управление регуляторными рисками подразумевает ряд шагов, которые последовательно выполняют заинтересованные компании.

Оповещение о возможности принятия новых законов: - Уведомление о недавно принятых нормах; уведомление о действиях и решениях регулирующих органов; уведомление об инициативах и точках зрения на вопросы регулирования политических деятелей, высокопоставленных чиновников и иных влиятельных фигур.

- Оценка последствий воздействия риска на компанию

- Проектный менеджмент (быстрая передача информации следующему звену управления, ранжирование и приоритезация и т.д.)

- Мониторинг систем управления (систематичность, учет негативного опыта)

- Формирование итоговой модели с учетом всех внутренних и внешних факторов.

В соответствии со всеми учтенными критериями или выстраивается приемлемая организационная структура, или функции по управлению регуляторным риском возлагаются на смежные по профилю подразделения.

В качестве примера принципов управления регуляторными рисками можно привести принципы управления регуляторными рисками в компании "МТС". Они носят скорее технический характер, позволяя увеличить эффективность функции управления регуляторными рисками: разделение полномочий и ответственности по уровням взаимодействия с государственными органами; координация работы регулируемыми органами, стратегическое планирование взаимодействия; наличие кросс-функционального органа по преодолению спорных ситуаций и формированию решений в части взаимодействия с государственными органами»; наличие высококлассных специалистов.

В соответствии с перечисленными основами, определена и последовательность процесса управления регуляторными рисками - т.е.

сбор информации о потенциальном риске;

оценка влияния риска на деятельность компании;

разработка мероприятий по управлению риском;

выполнение мероприятий по управлению рисками, направленных на его снижение и уменьшение вероятности наступления рисков событий;

осуществление контроля над исполнением плана мероприятий, корректировка плана мероприятий по управлению рисками;

минимизация экономических потерь и репутационных рисков компании и топ-менеджмента.

Теперь я хотела бы остановиться на характеристиках самого предмета регулирования - табачной отрасли, т.к. без понимания ее особенностей невозможно говорить о том эффективно ли регулирование и каким образом бизнес может влиять на процессы законодательных изменений, касающихся отрасли в целом.

Табачная отрасль в РФ представлена более чем 80 предприятиями, в которых трудятся около 65 тысяч сотрудников, объем производства табачной продукции в России чуть меньше, чем в Китае и США, а по уровню потребления табачной продукции Россия уверенно лидирует. Табачный рынок в РФ всегда был привлекателен для транснациональных компаний. Производства предоставляют достаточно большое количество рабочих мест, поэтому ужесточение регулирования в конечном счете не может не повлиять на граждан, задействованных в данной отрасли.

Табачные компании, находясь под постоянным прессингом государства и общественности, с целью укрепления собственного имиджа, несут достаточно существенную социальную нагрузку, участвуя в благотворительных программах и т.п., чтобы компенсировать все те негативные мнения, высказываемые противниками индустрии.

Результаты табачного производства в 2010 году говорят о том, что практически полностью рынок покрывают 5 компаний, три из которых - транснациональные - JTI, Phillip Morris, British American Tobacco.

Список заинтересованных в тех или иных корректировках регулирования, разумеется, не ограничивается только непосредственными производителями табачной продукции. Оппоненты отрасли представлены также широко. Особо ощутима в последние годы стала позиция некоммерческих организаций, целью которых является борьба с проблемой табакокурения. Они получают существенную поддержку, например, от фонда мэра Нью-Йорка миллионера Майкла Блумберга, который выделяет значительные гранты на борьбу с потреблением табака в развивающихся странах.

Политики, лоббирующие антитабачные инициативы, таким образом пытаются поднять и собственный имидж. Они также заинтересованы в усилении давления на табачную отрасль.

Еще одним сильным оппонентом являются крупные коммерческие организации, деятельность которых направлена на поддержание здоровья населения, т.е. фармацевтические компании, продвигающие продукты для отказа от курения.

Теперь, чтобы понимать направления изменения российского законодательства, следует рассмотреть международный опыт в данном вопросе.

Я не стала приводить примеры конкретных стран, так как основополагающим документом является упомянутая выше Конвенция. Некоторые из государств, принявших ее, наиболее "продвинутые" - Канада, Великобритания - сформировали наиболее суровое и удовлетворяющее требование Конвенции нормативное поле.

Итак, Рамочная Конвенция ВОЗ Рамочная конвенция по борьбе против табака (РКБТ) Всемирной организации здравоохранения была принята в мае 2003 года Всемирной ассамблеей по здравоохранению и вступила в силу в феврале 2005 года. Сторонами этой Конвенции, кроме стран Европейского союза, стали еще более 160 государств. На сегодняшний день к Конвенции присоединились 172 страны, в том числе и Россия - с июня 2008 года.

Целью РКБТ является создание глобальной программы регулирования производства и оборота табачной продукции с целью сокращения количества новых курильщиков и роста числа людей, отказавшихся от курения».

Конвенция предполагает воздействие на такие механизмы регулирования производства и потребления табачной продукции, как рекламная и маркетинговая политика табачных компаний, ценовая политика, меры налогового регулирования производства табака, контроль незаконного оборота табака, воздействие на сокращение спроса на табак и т.п.. Кроме того, РКБТ особое внимание уделяет ответственности табачных компаний. Ратификация Конвенции предполагает обширную нормотворческую деятельность. И в соответствии с РКБТ, Россия в течение пяти лет после присоединения обязуется ввести полный запрет на всю рекламу, в течение трех лет - на стимулирование продаж и спонсорство табачных изделий, а так же разработать новые правила продажи табака с учетом национальных особенностей.

В последние годы в рамках Конвенции Российской федерацией были предприняты следующие нормотворческие шаги: принятие Концепцией осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы. Целью концепции стало «создание условий для защиты здоровья россиян от последствий потребления табака и воздействия табачного дыма путем реализации мер, направленных на снижение потребления табака и уменьшение его воздействия на человека». Еще в 2008 году был принят Технический регламент на табачную продукцию, вносятся поправки в ФЗ "О рекламе", ограничивающие рекламу табачной продукции.

Параллельно продолжает действовать Федеральный закон от 10 июля 2001 г. N 87-ФЗ «Об ограничении курения табака». Так как данный закон был принят задолго до ратификации Россией РКБТ, его положения далеки от современных тенденций политики сокращения производства и потребления табачных изделий.

В связи с этим на сегодняшний день в стадии разработки находится новый Законопроект об ограничении потребления табака. Однако и он уже не избежал критики со стороны борцов с табачной индустрией. Критики утверждают, что законопроект не соответствует самой Концепции (в качестве примера можно вспомнить предлагаемые запреты на курение в общественных местах, которые гораздо мягче тех, что упоминаются в Концепции).

Самым же ощутимым вопросом остается изменение акцизной политики - 243% к 2015 году.

Естественно, компании озабоченные такими переменами, вынуждены прикладывать все больше усилий, чтобы донести и свою точку зрения до регулирующих органов. Для этого они ищут способы взаимодействия с регулирующими органами - напрямую, с привлечением PR-агентств и через специализированные ассоциации, что сегодня является для табачных компаний приоритетным путем.

В общем, компании выбирают одно из двух - или принятие лучших практик и ужесточение внутренней политики с ориентацией на более жесткое законодательство продвинутых стран с целью минимизации издержек переходного периода, или налаживание хороших отношений с внутренними и международными регулирующими органами.

Первый путь может быть проиллюстрирован принципами компании Phillip Morris:

поддержка принятия законов в сфере регулирования производства и оборота табачной продукции, нацеленных на сокращение вредного воздействия на здоровье;

поддержка принятия и соблюдение законов, устанавливающих минимальный возраст для приобретения табачной продукции;

сотрудничество с регулирующими и правоохранительными органами, а также с предприятиями розничной торговли с целью борьбы с противозаконной продажей поддельных и контрабандных сигарет и пр.

Компании, принимая факт неизбежности усиления регулирования отрасли, делают ставку на "умное регулирование", которое может позволить сократить негативное воздействие изменений не только на производителей, но и на рынок в целом и общество.

В рассмотренных крупных табачных компаниях процесс управления регуляторными рисками выстроен аналогично. Так в их составе существует департамент Corporate Affairs, который включает в себя ряд функций, таких как взаимодействие со СМИ, управление социальными программами и связи с госорганами.

Тем не менее, как выяснилось, основным инструментом управления регуляторными рисками являются не внутренние службы компаний, а отраслевые ассоциации, представляющие отрасль в органах государственной власти. Всего таких ассоциаций две: "Совет по вопросам развития табачной промышленности" и

"Табакпром" (защита законных прав членов ассоциации на свободное производство; внесение предложений в органы государственной власти по совершенствованию законодательства в сфере производства и оборота табачной продукции; содействие противодействию недобросовестной конкуренции).

Мною в качестве примера была рассмотрена деятельность второй Ассоциации.

Итак, "Табакпром" участвовал в создании Технического регламента на табачную продукцию, что неоднократно подвергалось осуждению, СМИ заявляли, что это очередная победа табачных компаний, очередной шаг отрасли к достижению "неэтичных целей". Тем не менее участие Ассоциации было довольно прозрачным. Такое взаимодействие может стать хорошим примером в процессе управления регуляторными рисками.

Далее, я приведу механизм того, как взаимодействует компания и окружающая ее регуляторная среда. Существует компания, на которую с помощью акцизной и налоговой политики, технических требований, антимонопольных требований влияют различные регулирующие органы. С другой стороны компания подвержена влиянию оппонентов - НКО, представителей "противоположной" сферы бизнеса, с кардинально противоположными интересами. Естественная реакция компании при таком давлении - это применение лоббистских схем, с помощью непосредственного взаимодействия представителей компании с чиновниками. Этот процесс и обсуждается и осуждается и при критике продвижения интересов табачных компаний имеется в виду именно такая схема.

Вторая схема - описывает процесс управления регуляторными рисками. В центре данного процесса - взаимодействие всех стейкхолдеров в процессе формирования оптимальной регуляторной политики для данной отрасли. Корпорации с помощью своих механизмов управления регуляторными рисками, т.е. просчетов, мониторинга, оценки, объясняют свою позицию. Одновременно оппоненты изъясляют собственное мнение, а представители госорганов имеют возможность не только обозначить свою позицию, а почерпнуть идеи сторон. Для того, чтобы данный процесс стал максимально эффективным, необходимо институализировать механизм взаимодействия сторон. Так, способами слышать и слушать друг друга могут стать публичные консультации, интернет бизнес-панели, оценка

регулирующего воздействия. Для того, чтобы процесс мог существовать в принципе, необходимо достаточное информационное обеспечение, т.к. сегодня реальной проблемой сейчас для компаний является доступ к актуальной информации, которая пока получается компаниями с помощью знакомств, а не систематизировано.

К каким выводам можно прийти на основе данного исследования?

Во-первых процесс управления регуляторными рисками направлен на создание благоприятного нормативно-правового регулирования отрасли;

Регуляторные риски в табачной отрасли связаны с нестабильностью акцизной и рекламной политики, а также технических требований к продукции;

Избыточное регулирование, усиление давления регуляторов на бизнес приводят к таким негативным последствиям, как отсутствие стимула для прихода на рынок новых игроков, следовательно, монополизации рынка, препятствие инновационному развитию бизнеса вследствие увеличения издержек соблюдения растущего количества нормативных требований.

При «слепом законотворчестве», бизнес страдает из-за низкой прибыльности, рынок - из-за снижения конкуренции, а потребитель - из-за высоких цен. Если возвращаться к примеру табачной отрасли, что в случае резкого усиления давления регуляторного поля, мы не получим ожидаемый результат. Действительно, число курильщиков не сократится в разиюминутно, а появится новая угроза - увеличение доли контрабандной и контрафактной продукции на рынке, что станет повторением печального опыта некоторых европейских стран, которые после вступления в Евросоюз были вынуждены принять экстренно изменения в законодательство. Если сейчас рынок более чем на 95 % легален, то в случае резкого скачка цен, мы можем увидеть существенное снижение этого значения.

Следовательно государство и бизнес заинтересованы в диалоге по вопросам законотворчества, так как существует необходимость экспертной поддержки при разработке законопроектов.

В итоге можно выделить ряд рекомендаций.

Для компаний - большой упор на юридическую поддержку процесса управления регуляторными рисками, сокращение дублирования полномочий между ассоциациями и компаниями, создание центра систематизации регуляторных проблем в отрасли, проведение мониторинга эффективности - т.е. учиться на собственных ошибках, перенимая лучший опыт.

Государственным же органам необходимо производить оценку воздействия на субъекты регулирования, т.е. проведение оценки регулирующего воздействия, распространение ее не только на федеральный, но и на региональный уровень, создание условий для внедрения механизмов совместных расчетов бизнеса и разработчиков, расширение возможностей информирования и привлечения представителей бизнеса в разработку нормативно-правовых актов (интернет-ресурсы, общественная экспертиза, публичные консультации и т.п.)

Спасибо за внимание, это все, что я хотела осветить в своем докладе.

Платыгин: Спасибо, очень интересная получилась у вас работа, с интересными идеями, заложенными в нее. Я бы хотел быстро привести реальный пример по теме.

Так долгое время существовал рынок, барьеры входа на которые были достаточно невысокими, поэтому на него приходили все, кому не лень. Министерством, регулирующим данную сферу с 2009 года говорили о том, что скоро будут введены изменения и к этому надо готовиться. Однако никто этим предупреждениям не поверил. В результате в прошлом году получаем волну писем Президента, Премьера и т.д. с недовольствами. То есть законодательные изменения – это то, о чем необходимо думать, потому что насколько я понял, управление регуляторными рисками – это не новый механизм, который позволяет подстроиться под то, что уже неизбежно грядет. И если им не пользоваться, то можно остаться «на задворках».

Васильев: Дмитрий Николаевич, подскажите, пожалуйста, о какой сфере идет речь?

Платыгин: Это аттестация рабочих мест.

Васильев: Я просто плохо представляю, как в данном конкретном примере может быть осуществлены процессы управления регуляторными рисками.

Платыгин: Очень просто – те компании, которые находились в этом бизнесе должны были понимать, что если они не начнут перестраивать свои структуры и учиться работать по новым правилам, они просто вылетят с этого рынка ровно в тот момент, когда регулирование будет изменено

Васильев: Просто это очень дорого и большинство компаний не потянут внедрение таких процессов.

Платыгин: мы же не говорим о том, что обязательно должен быть создан целый профильный департамент в организации, достаточно внедрить сам механизм.

Кузьмин: Татьяна, когда я прочитал анонс, задался вопросом: зачем Вы взяли для рассмотрения табачную отрасль? Я, например, не курю, мне нравится, что курение повсеместно запрещают, что в ресторанах появляются зоны свободные от табачного дыма. Сейчас я послушав доклад, я понимаю, что правильно анализировать именно те сектора. Которые испытывают самое большое давление. Этим ценна Ваша работа, я думаю. Что можно выбрать еще несколько отраслей. Которые испытывают аналогичное давление – не только производство алкоголя, но и, например, ядерная энергетика. Потому что этим отраслям, чтобы выжить, необходимо быть наиболее креативными. Их опыт можно использовать и в других секторах. В этом отношении работа мне очень понравилась. Советую Вам опубликовать статью на основе данных материалов, мне кажется. Это было бы очень ценно.

Балакирев: У меня еще один вопрос. Понятно, что ратифицировав упомянутую Вами концепцию Россия приняла ряд обязательств по ужесточению регулирования табачной отрасли. А Вообще, как далеко государство может зайти в регулировании рынка? Вообще запретить продажу и потребление табачных изделий? И до каких пор компании намерены сопротивляться?

Клюева: Безусловно, полностью запретить потребление табачной продукции не представляется на настоящий момент возможным. Но максимально усложнить жизнь курильщикам – это определено. Конечно, запретить потребителю курить у себя дома или в безлюдном пространстве невозможно. Поэтому основные меры, применяемые для регулирования уровня потребления табака – это максимальное повышение цены продукции, минимизация рекламы. Но здесь встает другая проблема, которую я уже упоминала: табачные компании, как производители легального продукта, имеют право его продвигать.

Кузьмин: Есть ли в отдаленной перспективе вероятность полного запрета табачной продукции?

Клюева: пока об этом речи, конечно не идет.

Балакирев: Интересно было бы провести аналогию с наркотиками, т.к. на месте табачных компаний я бы «пощупал» именно эту зону. Т.е. посмотрел бы зависимость роста потребления нелегальной продукции при ужесточении контроля над легальной.

Клюева: Отрасль производит ведь не только сигареты. Существуют различные табачные продукты, также как и различные способы потребления табака. Один из них

нюхательный табак, который сейчас, если я не ошибаюсь, собираются приравнять к легким наркотикам и, соответственно, запретить.

Балакирев: В антиалкогольных кампаниях, например, используются данные о взаимозависимости уровня потребления алкоголя и количеством серийных убийств. Я считаю, что сфера такая очень интересна именно с точки зрения возможного выстраивания различных факторов, т.е. наносится вред не только здоровью, но и обществу. Поэтому рассматривать данный вопрос необходимо максимально глубоко.

Кузьмин: А оценка регулирующего воздействия предполагает анализ опосредованного эффекта?

Дерман: В идеале - да, но это трудноосуществимо.

Морошан: У меня вопрос относительно рекламы табака. Изменения предполагают полный запрет рекламы или целевые ограничения и т.п.?

Клюева: Сейчас тенденция следующая: запрещение использования рекламных конструкций в рекламе табачной продукции, также наложены ограничения на рекламу в СМИ — на радио и телевидении реклама табака запрещена, в печатных изданиях разрешена, но не первой и последней полосах, а также не в изданиях, ориентированных на подростковую аудиторию. Что касается предупредительных надписей и картинок на пачках, то производители довольно спокойно к ним относятся, так как многие страны перешли на такой стандарт оформления упаковок, и на курильщиков они влияют не так существенно.

Платыгин: Если вернуться к вопросу управления регуляторными рисками. Например, на упомянутых картинках компании делают большие деньги. Например, люди, которые не стали бы курить обычные сигареты, под их воздействием могут перейти на легкие марки и т. п.

Васильев: Но на пачках же есть теперь надпись, утверждающая, что несмотря на то, что сигареты считаются легкими, последствия от их потребления не меньше, чем от обычных марок.

Платыгин: Тем не менее, целевая аудитория, которая раньше на «Беломорканал» никогда бы не подписалась, получила новый продукт — облегченные сигареты.

Балакирев: В некоторых странах, несмотря на то, что сигареты продаются свободно, найти их на прилавках магазинов достаточно непросто. Чтобы купить, надо спросить их у продавца. И я считаю, что это правильно.

Клюева: В Австралии или Новой Зеландии, кстати, придумали достаточно интересный способ снижения привлекательности сигарет — там решили выкрасить все пачки независимо от марки в отталкивающий болотный цвет.

В России огромный процент взрослого населения курит, особенно мужского населения, поэтому производителям табачной продукции приходится расширять аудиторию, ориентируясь на новое поколение, молодежь. Поэтому, на мой взгляд, регулирование в достаточной степени должно быть обращено на контроль целевой аудитории производимой табачной продукции. Потому что в последнее время все чаще мы можем заметить появление новых подростковых марок, с яркими упаковками, призывными слоганами, ориентированными явно на совсем юных потребителей.

Балакирев: Но, насколько мне известно, количество курильщиков в России снизилось.

Клюева: Даже если и так, то это снижение произошло за счет сокращения потребления взрослыми. Тем не менее, интерес подростков не снижается. Кроме того, все чаще покупают табачную продукцию девушки.

Балакирев: Я, тем не менее, вижу, что в офисах теперь не курят.

Клюева: Это внутренняя политика компаний. Но в тех же табачных компаниях продукцию раздают бесплатно и курят везде.

Дерман: С точки зрения экономической теории, в случае повышения цены на продукцию будет становиться привлекательнее контрафактная продукция.

Платыгин: Поэтому установление максимальной розничной цены пролоббировали табачные компании.

Коллеги, мы плавно отошли от темы, перейдя к обсуждению табака

Балакирев: На самом деле, это правильно затрагивать такие разные темы, потому что это показывает что в рассматриваемом вопросе необходимо учитывать большое количество междисциплинарных факторов.

Платыгин: Таких сфер, которые требуют такого пристального внимания, достаточно много. Например, аналогично можно бороться с фаст-фудом и т. д.

Дерман: У меня еще один вопрос. Управление регуляторными рисками предполагает управление внедряемыми изменениями или лоббирование собственных интересов? т. е. Что есть управление регуляторными рисками? Это реакция на внедренные нормы, либо действия, направленные на формирование государственной регулирующей политики?

Клюева: Это многоступенчатный процесс. Во-первых, он предполагает мониторинг и отслеживание предполагаемых изменений. Во-вторых, прогнозирование таких изменений. Кроме того, после получения такого рода информации процесс предполагает оценку возможных последствий ожидаемых изменений, а также рисков. Следующая стадия — это донесение собственной позиции до регулятора, объяснение минусов тех или иных законодательных изменений, а также обоснование плюсов для отрасли и государства более сдержанной политики регулирования. Сами компании и ассоциации, разумеется, не могут инициировать разработку механизмов регулирования, направленных на них же.

Дерман: А если регулирование позитивно скажется на отрасли? Например в том же телекоммуникационном секторе.

Клюева: Бизнес может инициировать такие изменения только с помощью лоббирования. Это как раз практика, которая предшествовала открытому управлению регуляторными рисками.

Дерман: Предполагает ли управление регуляторными рисками именно проактивное воздействие на регуляторы?

Клюева: В том и заключается отличие процесса управления регуляторными рисками в идеале от классических способов лоббирования интересов компаний. То есть, УРР предполагает открытое взаимодействие и обсуждение позиций сторон, поиск компромиссных и безболезненных решений, с ориентацией на превентивные меры, которые предпринимали компании из отрасли по мониторингу и оценке возможных изменений.

Платыгин: Получается, теоретически такая проактивная позиция может быть. т. е. Если компании видят некую «дыру» в регулировании сферы, то они понимают, что если не заполнят ее сами, получат совершенно неожиданные идеи от оппонентов. В таком случае, они именно управляют риском, т. е. Снижают вероятность наступления неблагоприятного события. То есть в этом случае проактивная позиция, наверняка, тоже возможна.

Клюева: Что касается табачной отрасли, то направленное на нее регулирование и так достаточно плотное, поэтому проактивная позиция компаний не так очевидно необходима.

Васильев: У меня вопрос по поводу регулирующих табачную отрасль органов. Кто регулирует и как строится взаимодействие с ними?

Клюева: Этот вопрос об участии в законотворческом процессе. Работа с разработчиками законодательными изменениями. При вынесении на рассмотрение

законопроекта проходят обсуждение, в которых участвуют представители бизнеса и другие заинтересованные стороны.

Платыгин: С регуляторами, безусловно, в большей степени работают ассоциации, т. к. на рынке очень мало компаний, способных открывать «важные» двери. Поэтому им приходится объединять собственные усилия, чтобы эффективно представлять свои интересы.