

В конце прошлого года состоялось открытое заседание Содружества бумажных оптовиков, на котором подводились итоги работы СБО за последние два года и обсуждались наиболее важные для развития бумажного бизнеса проблемы. Одной из важнейших тем, вызывающих всеобщую тревогу, стали учащающиеся случаи неплатежей за бумагу со стороны типографий. Общая сумма так называемых «плохих» долгов, т. е. тех, надежда на возврат которых очень мала, превышает 500 тыс. долл. США! Список должников впервые размещен на сайте СБО, а сегодня мы публикуем его в нашем журнале.

Принципиальное отличие в работе с типографиями между поставщиками бумаги и поставщиками оборудования, особенно дорогостоящего, состоит в том, что, как правило, для приобретения техники типографии берут кредит в банках, которые имеют возможность надежно застраховать долговые обязательства фирмы ее активами. А во взаимоотношениях российских бумажников и полиграфистов страхование рисков, по сути, отсутствует. Так уж сложилось, ведь снабжение типографий бумагой — это не отдельный масштабный контракт, который заключается при поставке печатной машины, а рутинное, повседневное дело. Фигурирующие при этих сделках суммы не всегда могут заинтересовать банки для их кредитования. Поэтому, предоставляя товарный кредит полиграфическому предприятию, оптовик использует собственные оборотные средства. Это — общемировая практика. Но если в западных странах регулированием рисков в бизнесе занимаются страховщики, которые покрывают большую часть ущерба поставщика, а в отношении к дебитору применяют серьезные санкции, то в России эта практика пока не сложилась. Но только правовыми методами с должниками бороться трудно — дело в том, что действующая правовая система в подобных случаях не всегда эффективна. Решение вопроса о передаче дела в арбитражный суд является «крайней мерой» поставщика — тот до последнего момента пытается урегулировать вопрос путем переговоров. Но есть фирмы, которые даже после судебного решения не стесняются прибегать к различным уловкам, чтобы не исполнять свои долговые обязательства. Более того,

Деловая репутация в полиграфическом бизнесе

нередки случаи, когда полиграфическое предприятие, получив от одного оптовика в виде товарного кредита бумагу и не заплатив за нее, пытается начать работать по этой же схеме с другим оптовиком.

Комментируя эту ситуацию, исполнительный директор СБО Ольга Широкова отмечает: «Подобная практика наносит огромный вред российскому бизнесу. Бумажный оптовик и производитель связаны жесткими договорными рамками, и просрочка платежей со стороны оптовика ведет к тому, что производитель сразу прекращает отгрузку бумаги! Кроме того, бумага часто выкупается по предоплате с использованием банковских кредитов. И если клиент не платит за эту продукцию, то фирма-продавец несет еще и косвенные убытки, выплачивая банковские проценты. При этом сами типографии жизненно заинтересованы в том, чтобы на местном складе поставщика всегда была бумага в нужном количестве и ассортименте. Оптовая бумажная торговля — неотъемлемая составляющая полиграфической инфраструктуры. Все это понимают. Тем не менее некоторые типографии не спешат расплатиться с поставщиком бумаги в срок, а приобретают, например, оборудование за счет товарных кредитов от бумажников».

Получается, клиент не всегда прав...

Что следует противопоставить этой тенденции?

Как сообщество бумажников может защитить свой бизнес?

Руководители фирм, входящих в Содружество, считают, что один из наиболее эффективных барьеров от неплатежей — это обмен информацией о деловой репутации фирм, получающих товарные кредиты, в данном случае — бумагу. И в СБО такая практика уже существует: там работает комиссия по информации, где аккумулируются сведения о просроченных платежах и неплательщиках.

Корреспондент нашего журнала поинтересовался у компаний-оптовиков тем, как обычно ведется работа по возврату долгов. Один из самых распространенных способов — переговоры. Ниже приведен типичный пример такого диалога.

День 1-й

Оптовик. Здравствуйте, уважаемый ФИО. Кажется, Вы забыли оплатить поставку по нашему договору...

Типография. Правда?! Мне нужно проверить, давайте созвонимся на следующей неделе...

День 7-й

О. Здравствуйте, уважаемый ФИО. По вопросу оплаты бумаги...

Т. Ах да, я все выяснил, оплата поступит к Вам завтра же!

День 8-й

О. Здравствуйте, уважаемый ФИО. К сожалению, оплата не поступила...

Т. Правда?! Мне нужно проверить, давайте созвонимся на следующей неделе?

День 14-й

О. Здравствуйте, уважаемый ФИО. По вопросу оплаты бумаги...

Т. Ах, да, конечно, я проверил, оплата действительно не прошла, но я сегодня же скажу, чтобы Вам отправили деньги!

День 15-й

О. Здравствуйте, уважаемый ФИО. Оплата не поступила...

Т. Ах, ну да! Знаю. Но знаете, мне пока не оплатил тираж один наш очень хороший заказчик (далее — ОХЗ). Он должен оплатить завтра — и деньги сразу же поступят к Вам!

День 20-й

О. ???

Т. Ну не поступили нам пока от ОХЗ деньги! Вы так часто звоните, что даже моя секретарша Вас узнает.

День 22-й

О. ???

Т. Знаете, у меня сейчас зарплата персоналу — мне что, их без зарплаты оставлять?!

И аренда! И бюджет!

День 25-й

О. ???

Т. Знаете, я же все Вам рассказал в прошлый раз! Сколько можно звонить?! Я даже не знаю, захочу ли я с Вами сотрудничать в будущем.

День 30-й

О. ???

Т. Ладно! Я Вам оплачу, но на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество со мной не рассчитывайте! Буду сотрудничать с вашим конкурентом, который, в отличие от Вас, лояльно к нам относится!

О. ???

или:

Т. Непонятно что-то с цифрами, давайте проведем сверку!

О. ???

Т. Та партия/часть той партии товара, как мне сказали, не соответствовала качеству, давайте выяснять почему.

О. ???

Т. Мы не Вам одним должны, и ничего, все ждут!

О. ???

Т. Директора нет на месте (после слов секретаря «Как Вас представить» и паузы).

О. ???

Т. У меня персонал уже второй месяц без зарплат!

а также:

- *главбух в отпуске/в декрете/заболела;*
- *деньги задержались в банке «Фонарь»;*
- *судимся с заказчиком;*
- *.....*

Понятие «деловая репутация» всегда играло важную роль в бизнесе. Известно, например, как высоко ценилось в дореволюционной России купеческое слово, которое, по сути, заменяло юридически оформленный договор. Это слово давало гарантию выполнения обязательств, а его нарушение ставило крест на предпринимательской деятельности человека и даже приводило злостных нарушителей в долговую яму. Сегодня это понятие переживает в современной России второе рождение. Готовя эту публикацию, редакция журнала «Полиграфия» попросила руководителей типографий и фирм-поставщиков бумаги высказать свое мнение о принципах взаимоотношений с деловыми партнерами. В частности, мы интересовались, влияет ли на эти взаимоотношения деловая репутация контрагента, что вкладывается в это понятие и как она оценивается.

**Сергей Наон,
менеджер по продажам
книжно-журнальной бумаги
компании UPM**

Бесспорно, деловая репутация партнеров имеет важное значение. Каждый бизнесмен обязан также поддерживать на высоком уровне и собственное реноме. В UPM искренне полагают, что открытость лежит в основе доверительных отношений между людьми, без которых невозможно тесное и эффективное сотрудничество. На мой взгляд, хорошая деловая репутация — это устойчивая положительная оценка компании и ее руководителей, которая складывается из целой совокупности важных факторов. К таким, в частности, относятся хорошая кредитная история, инвестиционная привлекательность, финансовая стабильность. Несомненно, такая оценка требуется, чтобы объективно определить, как будут строиться отношения с клиентом.

**Андрей Сулейков,
первый заместитель
генерального директора
ОАО «Полиграфический комплекс
«Пушкинская площадь»**

Значение деловой репутации в партнерских отношениях трудно переоценить. В нашем бизнесе достаточно много зон риска. Соответственно, работа с партнерами, имеющими высокую деловую репутацию, — это дополнительная гарантия и эффективный способ снижения рисков. Деловая репутация в крупных мировых компаниях вычисляется по известной формуле и капитализируется в качестве актива. Таким образом, инвестиционная привлекательность компаний с положительной деловой репутацией значительно выше. Рынок в России не так сбалансирован, как в ведущих экономических державах, не говоря уже конкретно о фондовом рынке. Поэтому с практической стороны больше работает именно критерий деловой репутации.

Мы внимательно следим за движениями на нашем рынке. Новости быстро становятся известными всему сообществу, ведь рынок достаточно узкий.

«Отношения с поставщиками бумаги обязательно строятся на договорной основе, — добавляет **Феликс Шадронов, директор управления логистики ОАО «Полиграфический комплекс «Пушкинская площадь»**. — Но не все случаи в жизни можно предусмотреть на бумаге, поэтому доверие, основанное на репутации, в значительной мере определяет формы работы, возможность взаимных уступок и т. д. Деловая репутация — это восприятие компании ее контрагентами или, другими словами, имидж фирмы. Оценивается она по той информации, которую о партнере можно получить на рынке. Конечно, это понятие имеет чрезвычайно важное значение. Ненадежная и нестабильная фирма не может рассматриваться как деловой партнер, так как в нашем случае любой срыв может привести к остановке производства, что в свою очередь больно ударит по заказчику. А этого мы допустить не можем».

Из приведенных выше высказываний можно сделать вывод, что деловая репутация становится экономической категорией в деятельности фирмы, ее капиталом.

Если компания имеет положительную репутацию, т. е. она прозрачна, стабильна, четко выполняет свои обязательства, то и кредиты она получит быстрее, и процентная ставка кредитования для нее может быть ниже. А с компанией, нарушающей обязатель-

ства, прибегающей к различным уловкам, чтобы отсрочить платежи, партнеры-поставщики либо вообще работать не будут, либо будут, но только при условии 100-процентной предоплаты, по принципу «Утром деньги, вечером стулья». Очевидно, что с одной стороны, ведение бизнеса всегда сопряжено с известным риском, но с другой стороны, трезвая и всесторонняя оценка риска — залог успеха на любом рынке. И вот тут встает вопрос о том, как фирма-кредитор может получить полную и объективную информацию о своих контрагентах — реальных и потенциальных, которым она будет предоставлять товарный кредит.

**Михаил Журавлев,
директор дивизиона
полиграфических материалов
компании «Комус»**

Мировая практика уже давно выработала подходы к решению задач такого рода. В экономически развитых странах деловую репутацию отслеживают кредитные бюро, в которых аккумулируется информация о кредитных историях как физических лиц, так и организаций — их финансово-хозяйственной деятельности, активах, а главное — об их аккуратности в исполнении долговых обязательств. В нашей стране также создаются кредитные бюро, примером которых может служить Национальное бюро кредитных историй при Ассоциации российских банков. А введение в действие летом этого года закона «О кредитных историях», который был принят 30 декабря, даст «зеленый свет» стремительному развитию института кредитных бюро в России.

Примечательно, что в Европе успешно функционируют и так называемые информационно-инкассовые компании, в перечень предлагаемых услуг которых входит текущее отслеживание кредитных историй заемщиков и взыскание задолженностей путем переговоров или в судебном порядке. Со временем, по мере совершенствования законодательства и приближения российского рынка к мировым нормам, и у нас ожидается широкое применение подобной практики. Но сейчас пока этого нет, и торговые компании вынуждены сами минимизировать риски неплатежей. Один из возможных способов — это открытый обмен информацией.

По мнению генерального директора Ассоциации безопасности предпринимательства и личности, кандидата юридических наук Игоря Борисова, объединениям типа Содружества бу-

мажных оптовиков необходимо выработать корпоративные правила обмена информацией, и эти правила должны быть отражены в договорах с контрагентами. То есть партнер должен знать, что в рамках данного Союза есть стандарт отношений, и если контрагент умышленно нарушит свои обязательства, компания, предоставившая ему кредит, сообщит эту информацию другим участникам сообщества. За рубежом такая практика создания корпоративных правил между участниками рынка используется достаточно широко, и она позволяет сформировать систему, уменьшающую риски бизнеса на данном рынке.

Сейчас многие компании уже сами заинтересованы в том, чтобы иметь репутацию надежного и честного партнера. На сайте Торгово-промышленной палаты РФ мы обнаружили «Реестр надежных партнеров», в который входят предприятия, имеющие безупречную деловую репутацию. Характерный факт: для того, чтобы попасть в этот Реестр, фирмы должны предоставить для проверки все документы, отражающие их финансово-производственную деятельность и, самое главное, пройти независимую оценку Национального кредитного бюро России.

Редакция журнала «Полиграфия» впервые поднимает вопрос деловой репутации в нашей отрасли. Эта проблема, как известно, волнует не только поставщиков бумаги, но и все остальные предприятия: издательства, типографии, поставщиков оборудования, расходных материалов и т. д. Мы открыты для широкого обсуждения этой темы с отдельными фирмами и отраслевыми союзами.

В заключение мы публикуем список, который является результатом обмена мнениями членов СБО и озаглавленный «Реестр НЕнадежных партнеров». Для удобства восприятия наименования организаций и имена физических лиц, сотрудничество с которыми не входит в планы конкретного члена СБО, отображены в колонках, озаглавленных соответственно «Получатель бумаги» и «Лица, представлявшие получателя бумаги». Член СБО, выражающий свое мнение, — в колонке «Компания-оптовик».

Реестр НЕнадежных партнеров

(данные для публикации предоставлены СБО)

Получатель бумаги	Общая сумма задолженности, долл. США	Срок задолженности	Компания-оптовик	Лица, представлявшие получателя бумаги
«Альба ТП» ООО	17 992	Более 1 года	«А. Браун»	Мелихов Ярослав Игоревич
«Палона» ООО	2200	Более 1 года	«Комус»	
«Аванта Пресс» ООО, Москва	4100	Более 6 мес.	«Регент»	
«Альфа-Пресса» ООО, Москва	9000 2600	Более 6 мес. Более 6 мес.	«Комус» «Дубль В»	Козлов Игорь Алексеевич Козлов Алексей Алексеевич Юдин Андрей Юрьевич
«Астарта» ООО, Москва	5560	Более 1 года	«А. Браун»	Залесковский Михаил Маркович
«Астарта и Ко» ООО, Москва	2932 4000	Более 1 года Более 1 года	«А. Браун» «Дубль В»	Мизгин Алексей Владимирович
«Бельканто» ООО, Москва	1500	Более 1 года	«Комус»	Мормиль Ирина Витальевна Челышев Борис Сергеевич
«Бумажная лига» ООО, Москва	8348	Более 6 мес.	«А. Браун»	Бабушкин Иван Николаевич
«Вектор» ООО, «Белоконь» ПБЮЛ, Москва	Долг возвращен с большим трудом		«Комус»	Белоконь Сергей Анатольевич Рзянин Николай Викторович
«Диамакс» ООО, Москва	1400	Более 6 мес.	«Регент»	Крянов Константин
«Душа» ООО, Москва	950	Более 1 года	«Комус»	Дружинин Александр Владиславович
«Европолиграфия» ООО	4832	Более 1 года	«А. Браун»	Чесноков Юрий Александрович
«Корполиграф» ООО				
«Кор-Норд» ООО, Воронеж				
«Издательский дом Княгини Лады» ООО, Москва	2000	Более 6 мес.	«Комус»	Логонова Лада Евгеньевна
«Интербумага» ООО, Екатеринбург	32 673	Более 6 мес.	«Петробумага»	Потерухин Андрей Ефимович
«Издательство Расса» ООО, Новосибирск	10 000	Более 6 мес.	«Регент»	Макаренко Леонид Иванович
«Куб-Контур» ООО, Ростов-на-Дону	10 000	Более 6 мес.	«Регент»	Сокольский Петр Николаевич
«ЛС-Офсет» ООО	5323	Более 1 года	«Дубль В»	Левушкина Юлия Васильевна
«Л-Офсет» ООО	25 705	Более 1 года	«А. Браун»	Мееров Сергей Леонидович
«ВестВайт» ООО				
«Промтех» ООО, Москва				
«М-Принт», ООО	3046	Более 6 мес.	«А. Браун»	Мозжухин Олег Анатольевич
«Мегаграф» ЗАО, Москва	18 709	Более 5 мес.	«Дубль В»	Григорьева Алла Александровна
«МЛМ-Фуд» ООО, Москва	2785	Более 6 мес.	«Петробумага»	Добровольский Анатолий Валерьевич
«Нортон Тур» ООО, «Нью Вита» ООО, Москва	6500	Более 1 года	«Комус»	Дардыкин Александр Иванович Дардыкина Любовь Николаевна
«ОРСУ» ООО	49 926	Более 1 года	«Дубль В»	Костин Игорь Алексеевич
«Крокус» ООО, Казань	35 000	Более 6 мес.	«Регент»	Качалов Сергей Николаевич
«Офсет-Урал» ООО, Екатеринбург	37 421	Более 6 мес.	«Петробумага»	Буянова Виктория Викторовна
«ТД Пакетти» ООО, Москва	20 403	Более 6 мес.	«А. Браун»	Чурсин Алексей Леонидович Вытягова Ольга Григорьевна
«Полиграфсервис-М» ООО, Москва	2319	Более 1 года	«А. Браун»	Бочаров Дмитрий Владимирович
«Полиграфпарк» ООО, Тула	23 700 28 099 60 000 17 000	Более 1 года Более 1 года Более 6 мес. Более 1 года	«Комус» «А. Браун» «Регент» «Дубль В»	Денисов Игорь Владимирович Сапожников Олег Вячеславович
«Профи» ООО, Ульяновск	11 000	Более 1 года	«Дубль В»	Бурец Андрей Иванович
«Руснет» ООО, Санкт-Петербург	4440	Более 6 мес.	«Петробумага»	Французов Владимир Владимирович
«Славпринт» ООО, Ярославская обл.	400 1175	Более 1 года Более 3 мес.	«Комус» «Дубль В»	Николаев Борис Борисович
«Слово» ГУП, Саратов	30 000	Более 6 мес.	«Регент»	Лекарев Сергей Александрович
«TV-Парк» ЗАО, Москва	7162	Более 6 мес.	«А. Браун»	Корчагин Андрей Александрович
«Тон Копи» ЗАО, Москва	3747	Более 6 мес.	«А. Браун»	Волжанкин Олег Николаевич