

СЕКЦИЯ «ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ»
ПОДСЕКЦИЯ «КОММЕРЧЕСКОЕ ПРАВО И ОСНОВЫ ПРАВОВЕДЕНИЯ»

Механизм применения права на защиту чести, достоинства и деловой репутации.

Анучин Леонид Леонидович

студент

Государственный университет – Высшая Школа Экономики, Москва, Россия

E-mail: anuchin.leonid@gmail.com

Понятия чести, достоинства и деловой репутация являются, в соответствии с Гражданским Кодексом РФ, важнейшими неимущественными личными правами. Они призваны служить категориями, защищающими право на имя, достоинство личности установленные Конституцией РФ. Данные категории неотделимы от субъекта-носителя, неотчуждаемы и непередаваемы иным способом (ст.150.1 ГК РФ). Поэтому в практике, данные категории возникают только при разрешении споров (в том числе судебных).

В русском языке под честью понимаются достойные уважения и гордости моральные качества человека, его соответствующие принципы, хорошая, незапятнанная репутация, доброе имя, почет. Достоинство предполагает положительное качество, совокупность высоких моральных качеств, а также уважение этих качеств в самом себе. Репутация представляет собой приобретенную кем-либо общественную оценку, общее мнение о качествах, достоинствах или недостатках кого-либо (Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 1991. С. 180, 676, 880).

Таким образом, следует выделить следующие категории субъектов, обладающих честью, достоинством и деловой репутацией.

Физические лица – обладают честью и достоинством, деловой репутацией (видимо, законодатель определил деловую репутацию для физических лиц достаточно близко к служебной, профессиональной репутации, однако этим её понятие, видимо, не исчерпывается). Физические лица имеют честь, достоинство и деловую репутацию от рождения (ст.150.1 ГК РФ).

Юридические лица, в том числе индивидуальные предприниматели и организации, не являющиеся юридическими лицами (профсоюзы и т.п.) – обладают деловой репутацией. Право на деловую репутацию возникает с момента государственной регистрации и прекращается в момент прекращения деятельности юридического лица. Носителем деловой репутации является само юридическое лицо. Защищают право юридического лица, соответственно, представители юридического лица, наделенные правом представлять юридическое лицо (в соответствии с уставом, либо доверенностью).

Законодатель отдельно выделяет третью специальную категорию - **Кандидаты на выборах, избирательные объединения** – обладают честью, достоинством и деловой репутацией. Выделение данной категории целесообразно, т.к. отношения в сфере избирательных правоотношений являются фундаментальными основами народовластия, а следовательно, важнейшими для государства. Законодатель устанавливает особый порядок разрешения споров и дополнительную ответственность (административную) за нарушения норм закона (ст.5.3 КоАП РФ).

Возможно так же отметить существенность для законодателя таких категорий субъектов, как **участники судебного процесса, представители власти, военнослужащие**, чьи честь и достоинство так же имеют специальную дополнительную защиту (в уголовном законодательстве) (ст. 297, 298, 319, 336 УК РФ). Важность этих субъектов обусловлена их особым государственным статусом.

Ответственность за нарушения защиты деловой репутации, чести и достоинства.

Согласно действующему гражданскому законодательству рассматриваемые нематериальные блага охраняются от любого неправомерного посягательства со стороны третьих лиц. Таким образом, нарушителями прав в данном случае могут выступать как физические, так и юридические лица. Пункт 1 ст. 152 ГК РФ определяет условия удовлетворения требования об опровержении порочащих сведений: 1) порочащий характер сведений; 2) несоответствие порочащих сведений действительности; 3) распространение указанных сведений.

Привлечение к ответственности является, согласно доктрине, эффективным способом подвигнуть стороны к соблюдению правил игры. Существуют 3 вида ответственности за нарушение право в данной области: гражданско-правовая, уголовная и административно-правовая.

В статье 152 ГК РФ закреплено право гражданина требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию распространенных и не соответствующих действительности сведений, а также право на опубликование своего ответа в средствах массовой информации, поместивших сведения, ущемляющие его права или охраняемые законом интересы (п.7). Правила данной статьи применимы и для защиты деловой репутации юридического лица.

Опровержение - Законом Российской Федерации "О средствах массовой информации" конкретизируется порядок опровержения порочащих не соответствующих действительности сведений, если они были распространены в СМИ (ст.43 - Гражданин или организация вправе потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации).

Гражданско-правовая ответственность - возникает в случае причинения действиями по нарушению неимущественных прав вреда, как в форме ущерба, так и в форме морального вреда. Ответственность несет источник порочащих сведений (по общему правилу СМИ, редактор, журналист, либо лицо предоставившее СМИ ложную информацию). Размер ответственности определяется судом, в зависимости от вреда, нанесенного чести, достоинству, репутации пострадавшего лица. Разумеется, СМИ должно следить за качеством предоставляемой на суд аудитории информации.

Гражданско-правовая ответственность наступает в соответствии с Гражданско-Процессуальным Кодексом РФ и Арбитражно-процессуальным кодексом РФ (для отношений связанных с экономической и предпринимательской деятельностью – ст.27.2 АПК). При этом, в соответствии со ст. 135 ГПК РФ, ст. 248 АПК РФ и ст.43 «Закона о СМИ», установлена обязательная необходимость попытки разрешения дела в досудебном порядке (в отношении публикации опровержения).

Иски о возмещении убытков, причиненных распространением сведений, не соответствующих действительности, рассматриваются судом и при отсутствии в них требования об опровержении таких сведений в средстве массовой информации (при этом досудебный претензионный порядок разбирательства не обязателен).

Особая категория дел – дела, связанные с защитой чести, достоинства и деловой репутации кандидатов на избираемые должности и избирательных объединений. Уголовная ответственность, устанавливается за распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию (ст.129 УК РФ), оскорбления (ст.130 УК РФ). Данная ответственность защищает, однако, только физических лиц. Следует отметить, что срок давности привлечения к уголовной ответственности по данным составам – 2 года (для квалифицированных составов – 6 лет). Аналогичные нормы действуют и для четвертой

субъектной группы - **участников судебного процесса, представителей власти, военнослужащих**, за исключением того, что ответственность по этим делам преступники несут только уголовную, т.к. пострадавшей стороной является ни человек, замещающее должность, а само государство.

Неопределенность с определением крупных сделок акционерных обществ

Ахметов Роман Ринатович

студент

Пермский государственный университет, Пермь, Россия

E-mail: RR_Akhmetov@mail.ru

В связи с применением легального определения крупных сделок, содержащегося в ст.78 ФЗ «Об АО» (далее – Закон), возникает ряд проблем, часть из которых разрешается ВАС РФ. В данной работе рассмотрены два не раскрытых ВАС аспекта определения крупных сделок, усложняющих применение положений о крупных сделках на практике, а именно отсутствие нормативно закрепленных дефиниций взаимосвязанных сделок и обычной хозяйственной деятельности.

1. Взаимосвязанные сделки. К критериям взаимосвязи исследователи относят: - однотипность, однородность сделок; - заключение сделок с небольшим перерывом во времени; - заключение сделок в отношении однородного имущества; - совпадение субъектного состава сделок; - наличие единого правового результата сделок; - нарушение заключенными сделками единого технологического цикла предприятия; - обстоятельства, указывающие на то, что в результате совершения сделок (пусть даже с разными лицами) имущество общества перешло в обладание одному лицу или группе взаимосвязанных лиц; - заключенные сделки привели к прекращению деятельности общества, так как отчужденное имущество представляло собой единый производственный комплекс; - оспариваемые сделки заключены на основании и (или) во исполнение ранее заключенных обществом договоров; - наличие единой цели (экономической) у сделок. Но следует обратить внимание на то, что, 1) ни один из них не может свидетельствовать о наличии взаимосвязи в каждом случае, 2) даже совокупность указанных характеристик сделок не всегда помогает в решении проблемы, что подтверждается практикой.

Субъективным критерием взаимосвязи, на наш взгляд, является *желание, намерение сторон избежать процедуры одобрения крупных сделок*. Если же при заключении первой сделки стороны не знали, не предполагали, что будут заключены подобные сделки в будущем (например, приобретя один станок как замену старому, общество решает расширить производство и приобретает еще несколько станков), такие сделки не следует считать взаимосвязанными (при этом не будет и намерения избежать процедуры одобрения). Либо если в любой другой ситуации стороны не имеют намерения избежать процедуры одобрения, то сделки также не следует признавать взаимосвязанными. Объективными критериями, которые могут помочь выявлению указанных субъективных характеристик, в таких ситуациях будут факты, подтверждающие, что: 1) *Экономически целесообразно было бы заключить одну сделку вместо нескольких*, т.е. совершение одной сделки было более выгодно, чем совершение нескольких с перерывом во времени, или также выгодно обеим сторонам, но стороны специально «дробят» эту сделку на несколько. 2) *Стороны имели реальную возможность заключить одну сделку вместо нескольких* (например, принять сразу большую партию товаров, разместить их на складах, реализовать). Суду при определении взаимосвязи необходимо исследовать все обстоятельства дела и если выяснится, что была экономическая целесообразность заключить одну сделку вместо нескольких и была реальная возможность сделать это, то следует обратить внимание на

цели, намерения сторон. В случае если при этом факты будут указывать на то, что стороны имели намерение избежать процедуры одобрения крупных сделок, то заключенные сторонами сделки следует признать взаимосвязанными. И напротив, если экономической целесообразности или возможности заключить одну сделку вместо нескольких не было, то даже при наличии намерения сторон избежать процедуры одобрения признавать заключенные сделки взаимосвязанными не стоит. Ведь даже при отсутствии такого намерения стороны заключили бы не одну сделку, а несколько.

2. Обычная хозяйственная деятельность. Существует несколько мнений по поводу того, какие сделки относятся к сделкам, совершаемым в процессе такой деятельности: 1) -Сделки, которые обеспечивают деятельность акционерного общества как юридического лица; -сделки, направленные на установление, изменение или прекращение обществом таких своих гражданских прав и обязанностей, осуществляя которые, общество занимается хозяйственной деятельностью. Но любая сделка относится к одной из указанных двух групп, т.е. рассмотренные критерии не решают проблемы; 2) -Сделки, являющиеся неотъемлемым элементом содержания такой деятельности, сделки, заключение которых охватывается процессом осуществления хозяйственной деятельности; -иные сопутствующие им сделки (их главное назначение состоит в создании необходимых предпосылок для сделок первой группы). Следуя такой логике, под обеспечение основной деятельности также можно подвести любую сделку, совершаемую обществом; 3) Следует исходить из как можно более буквального толкования понятия обычной деятельности – это те сделки, которые совершаются обществом повседневно, в текущем порядке, для обеспечения существующего производственного процесса; 4) Сделки, которые совершаются обществом регулярно с момента его создания в рамках осуществления основной деятельности, предусмотренной учредительными документами общества. Но по общему правилу акционерное общество вправе заниматься любым не запрещенным законом видом деятельности, причем не важно, есть ли специальное указание об этом в уставе или нет; 5) Еще одна попытка определить рассматриваемый термин – оперировать понятием «характер деятельности». При этом речь идет об основном бизнесе организации. Соответственно, те сделки, которые в рамках этого бизнеса совершает общество, и должны признаваться сделками, совершаемыми в процессе обычной хозяйственной деятельности. Данный критерий также сложно применять на практике.

Стоит порекомендовать судам при решении рассматриваемого вопроса учитывать следующие положения: 1). Как указал ФАС МО «отчуждение основных фондов не может быть квалифицировано как совершение сделки в процессе осуществления обычной хозяйственной деятельности». 2). Суд также указал, что «сделки с недвижимостью могут быть расценены как совершенные в процессе обычной хозяйственной деятельности, если они совершаются риэлтерскими фирмами». 3). В каждом случае следует определять: - сделки каких видов наиболее часто совершаются обществом – у каждой организации свой «набор» таких сделок; - совершаются ли сделки такого рода регулярно, систематически или нет, какова периодичность их совершения; - какова сумма, на которую обычно заключаются такие сделки; - с каким контрагентом обычно совершаются такие сделки и т.п. Кроме того, при рассмотрении дела судам следует принимать во внимание: - оспариваемый договор, в котором должна быть указана цель его заключения; - аудиторское заключение (если оно имеется); - деловую переписку общества с контрагентами. После этого необходимо сравнить указанные факты с характеристикой спорной сделки и определить, относится ли сделка к категории сделок, совершаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности или нет.

Литература

1). Габов А.В. Сделки с заинтересованностью в акционерных обществах: проблемы правового регулирования. М.: Статут, 2005. 2). Дихтяр А.И. Правовое положение

коммерческих организаций: проблемы правового регулирования и правоприменения // Юрист. 2007. № 2. 3). Добровольский В.И. Проблемы корпоративного права в арбитражной практике. М.: Волтерс Клувер, 2006. 4). Долинская В.В. Акционерное право: основные положения и тенденции. Монография. Волтерс Клувер, 2006. 5). Залесский В.В. Законодательство об акционерных обществах // Право и экономика. 2002. № 7. 6). Ломакин Д.В. Крупные сделки в гражданском обороте // Российская академия юридических наук. Научные труды. 2001. №1 (том 1) (Справочно-правовая система КонсультантПлюс). 7). Маковская А. Крупные сделки и порядок их одобрения акционерным обществом // Хозяйство и право. 2003. № 5 (316). 8). Маковская А. Взаимосвязанные сделки // ЭЖ-Юрист. 2004. № 36 (Справочно-правовая система КонсультантПлюс). 9). Матвеевко П.В. Хозяйственные общества и унитарные предприятия // Справочно-правовая система КонсультантПлюс. 2006. 10). Телюкина М.В. Комментарий к федеральному закону «Об акционерных обществах» (постатейный) // Справочно-правовая система КонсультантПлюс. 2004.

Хозяйственно - правовой статус холдинговых компаний в Украине

Перетятко Сергей Анатольевич

студент

E-mail: uasergey@inbox.ru

Особенностью нынешней экономики является высокий уровень производства, распределения и обмена, производственной, хозяйственной, финансовой интеграции хозяйственных структур. Прослеживается четкая тенденция формирования различных групп юридически самостоятельных субъектов, которые находятся в тесном экономическом взаимодействии, - разных видов объединений предприятий, промышленно-финансовых групп, холдингов. В этом плане важным научным и практическим заданием является понимание правового статуса этих экономических формирований, их места и роли в хозяйственном механизме.

Согласно ст. 126 ХКУ и ЗУ «О холдинговых компаниях в Украине» холдинговая компания- это открытое акционерное общество, которое владеет, пользуется и распоряжается холдинговыми корпоративными пакетами акций двух или более корпоративных предприятий. При этом холдинговым корпоративным пакетом акций считается пакет, который превышает 50 % или содержит величину, что дает право решающего влияния на хозяйственную деятельность корпоративного предприятия. Корпоративное предприятие- это хозяйственное общество, холдинговым корпоративным пакетом акций которого владеет, пользуется и распоряжается холдинговая компания.

Это значение холдинговой компании существенно отличается от того , что действовало раньше соответственно к Положениям о холдинговых компаниях, что создаются в процессе корпоратизации и приватизации и было в итоге заменено Законом «О холдинговых компаниях в Украине» (далее - Закон).

Если раньше холдинговой компанией считался любой хозяйствующий субъект, который владеет контрольным пакетом акций других хозяйствующих субъектов, то сейчас Закон конкретизировал требования к организационно-правовой форме холдинговой компании : ею может быть признано только открытое акционерное общество. Это требование есть обязательным и касается так же тех компаний, которые были образованы до вступления Закона в действие. Соответственно с переходными положениями Закона такие компании на протяжении 3-х лет должны привести свои документы в соответствие к требованиям Закона.

Стоит отметить, что введение такого требования не совсем оправданное, поскольку это ограничивает существование холдинговых компаний в других организационно-правовых формах. Так же возникает сомнение ,что новое определение холдинговой

компания будет признаваться в практике хозяйствования действительным по отношению ко всем случаям. Так, соответственно с п.5.3.6. ст. 5 ЗУ «О налогообложении прибыли предприятий» под термином «холдинговые компании» имеются ввиду юридические лица (а не только «ОАО»), которые являются собственниками иных юридических лиц или осуществляют контроль над такими юридическими лицами. Я думаю (и практика доказывает), налоговые органы в своей практике будут пользоваться именно этим понятием холдинговой компании, а так же требовать этого от тех, кто платит налоги- субъектов хозяйственной деятельности, тем или иным образом связанных с холдинговыми компаниями.

Иными словами, определение холдинговой компании данное в Законе вряд ли будет соответствовать практике и скорее всего останется только на бумаге.

Стоит отметить, что такое ограниченное определение не соответствует практике зарубежных государств. Так в законодательстве Российской Федерации холдинговой компанией (холдингом) называется предприятие независимо от его организационно-правовой формы, в состав активов которого входят контрольные пакеты акций других предприятий.

Позитивным моментом в новом определении есть ссылка на то, что холдинговая компания не только владеет, но и пользуется и распоряжается холдинговым корпоративным пакетом акций корпоративных предприятий, при этом не одного, а двух и более. Во-первых это конкретизирует смысл права холдинговых компаний на холдинговые корпоративные пакеты акций корпоративных предприятий как права собственности. Во-вторых, в большей мере указывает на целеустремленность, стойкость и яркость особенностей, которые характеризуют субъекта именно как холдинговую компанию.

Холдинговые компании объединяют в себе особенности как субъектов хозяйствования, которые непосредственно занимаются хозяйственной деятельностью, так и субъектов организационно-хозяйственных полномочий, которые наделены хозяйственной компетенцией касательно субъектов хозяйствования – корпоративных предприятий.

Таким образом можно говорить о двойном статусе хозяйственных объединений, а так же и холдинговых компаний. Последним так же свойственна, с одной стороны, общая правосубъектность, что разрешает им принимать участие в хозяйственных отношениях «по - горизонтали», выступать в них как субъект хозяйствования, а с другой – специальная хозяйственная компетенция по организации и управлению деятельностью субъектов хозяйствования, которые входят в их состав.

Двойной статус холдинговых компаний, разное соотношение их компетенции положено в основу их классификации. Таким образом они делятся на виды:

- чистые, которые осуществляют исключительно функцию контроля и управления деятельностью зависимых компаний;
- финансовые – осуществляют минимальные контрольные функции, координируют деятельность зависимых компаний путем перераспределения инвестиционных ресурсов в середине холдинга;
- смешанные, те, которые наравне с контрольными функциями осуществляют иную предпринимательскую деятельность.

Такая классификация является характерной для холдинговых формирований в странах переходной экономики и вполне соответствует реалиям хозяйственной системы Украины.

Литература

1. Винник О. Предпринимательство, хозяйство и право. – 2000. №1
2. Мамутов В. Хозяйственное право. – 2002
3. Михалюк В. Холдинги и возможность их возникновения в Украине. – 2007
4. Уманцев Г. Некоторые экономико-правовые аспекты функционирования холдинговых компаний в Украине - 2005

Проблемы государственного регулирования рекламной деятельности в России.

Умаханова Хадиджат Умахановна

студентка

Дагестанский государственный университет, Махачкала, Россия

E-mail: umah_h@mail.ru

Государственное регулирование рекламной деятельности является необходимым элементом развития общественной системы; разновидностью социального управления, регулирующего социально значимые процессы.

Рекламный рынок сегодня – это важная сфера национальной экономики, основной источник выживаемости средств массовой информации, поддерживающий их цену для потребителей на низком уровне, важная составляющая культурной жизни общества. Кроме того, рекламный рынок – один из наиболее динамично растущих рынков во всем мире, часть информационной системы общества, а информация и технологии воздействия на массовое сознание являются сегодня ключевыми факторами развития общественной системы. Использование средств массовой информации для распространения рекламы дает возможность неконтролируемого воздействия на широкие массы людей, а принцип получения прибыли делает и рекламодателя, и специалиста рекламы практически индифферентными к социальным последствиям рекламных обращений. Именно этот аспект рекламной деятельности обуславливает необходимость государственного регулирования данной сферы общественных отношений.

Для регулирования рекламы важное значение имеет определение рационального соотношения между государственным контролем и саморегулированием участников рекламных отношений. В мировой практике существуют три различных модели регулирования рекламных отношений.

Во-первых, регулирование может производиться только государственными органами посредством издания общеобязательных нормативно-правовых актов и контроля за их реализацией. Сами участники рекламных отношений лишаются права регулировать свою деятельность путем собственного нормотворчества.

Во-вторых, - ситуация, при которой рекламные отношения упорядочивают только их участники. Объединившись в организации по общественному регулированию рекламы, они вырабатывают правила, регламентирующие рекламную деятельность, и добровольно принимают на себя обязательство соблюдать и исполнять их.

В-третьих, одновременно используются оба приведенных выше варианта, когда в регулировании рекламной деятельности существует своего рода разделение труда между органами государственной власти и организациями саморегулирования. Соответствующие нормативные акты и контрольные акции исходят от государства, но, кроме того, некоторые нормотворческие и контрольные функции выполняют сами организации саморегулирования.

В регулировании рекламной деятельности большинство стран выбирает третий вариант регулирования, то есть использует функционирующие органы саморегулирования и деятельность государственных органов по контролю за рекламой. Этот

вариант, используемый в подавляющем большинстве государств, внедрен в рекламную практику России.

Определение модели регулирования рекламного рынка в России, оптимального соотношения методов государственного контроля с методами саморегулирования применительно к специфике российского рынка рекламы, а также мер ответственности являются сегодня актуальными проблемами.

Особенностями современного этапа развития российского рекламного рынка являются посткризисная стабилизация и положительная динамика развития, тенденция к монополизации рынка услуг по размещению рекламы средствами массовой информации, занятие лидирующих позиций среди субъектов рекламных отношений компаниями-нерезидентами; неравномерность в распределении объемов рекламы по средствам распространения и регионам России.

Федеральный закон « О рекламе» от 13 марта 2006 года предъявляет более жесткие требования к рекламной информации по сравнению с предыдущим законом, а также законодательством большинства стран. Однако он не предусматривает механизма привлечения к уголовной ответственности.

Содержание и направленность контрольной деятельности федеральных антимонопольных органов детерминирует конкретная историческая ситуация, складывающаяся на рекламном рынке России. На данном этапе развития рекламной деятельности в связи со стремительными темпами роста рынка, федеральные антимонопольные органы акцентируют свое внимание на соблюдении требований к рекламе, имеющих наиболее высокую социальную значимость.

Перспективным направлением государственного регулирования в области рекламы представляется достижение и сохранение национальных конкурентных преимуществ отечественными рекламодателями и рекламными агентствами.

Особенности создаваемых на российском рынке рекламы организаций саморегулирования напрямую связаны как с различием интересов субъектов рынка, инициировавших их появление и временем их формирования (тенденциями, меняющимися на развивающемся российском рынке рекламы). Перспективными направлениями развития системы саморегулирования являются налаживание более тесных связей с органами государственной власти, ориентация на защиту не только собственных интересов на рекламном рынке, но и на защиту прав потребителей, повышение «информационной прозрачности» рынка рекламных услуг.

Существующий механизм привлечения нарушителей рекламного законодательства к ответственности очень громоздок и подчас даже неэффективен в плане оперативности пресечения противоправных деяний в области рекламы. В данном случае требуется более глубокая модификация законодательства об административных правонарушениях, в частности его процессуальной части. Данный аспект касается не только вопросов привлечения к ответственности в области рекламной деятельности, но и в других сферах.

Литература

1. Ерошок А.Ю. Государственное регулирование рекламного рынка Российской Федерации. Дисс. канд. юрид. наук. - М.,1999.
2. Кортлэнд Л. Бове, Уилльям Ф. Арене. Современная реклама: пер. с англ. - Тольятти, 1995;
3. Картер Г. Эффективная реклама. - М.,1991;
4. Кузнецова О.Б. Правовое регулирование отношений, возникающих в области рекламы. Дисс. канд. юрид. наук. - М., 1999;

Проблемы правового регулирования банковской системы Украины

Хилинич Александр Васильевич

студент

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка

hilinich@inbox.ru

Анализируя банковскую систему Украины, в первую очередь, нужно отметить очень непростой путь ее формирования, модификаций, развития. Процесс ее юридического становления начался с принятия Декларации о государственном суверенитете Украины(1990 год) и Закона Украины „Об экономической самостоятельности Украинской ССР”(1991 год). Законодательное закрепление банковской системы было оформлено принятием Закона Украины „О банках и банковской деятельности”, который огласил Украинский республиканский банк Госбанка СССР собственностью Украины, и на его базе был основан Национальный банк Украины. Таким образом, Украиной был заложен фундамент классической двуровневой структуры банковской системы, которая управляется Национальным банком Украины.

Какие же основные показатели характеризуют данный этап развития украинской банковской системы? Это, в первую очередь, большая концентрация банковского капитала среди десяти наиболее мощных банковских учреждений Украины (Приватбанк, Укрэксимбанк, Укрсоцбанк, т.д.), что имеет все же больше позитивных сторон, чем негативных (например, стабильность, гарантирование вкладов и т.д.). Важные элементы становления данного тренда – недавние изменения принятые к ЗУ „ О банках и банковской деятельности” относительно увеличения минимального статутного фонда банков, независимо от сферы и территории их деятельности, к пяти миллионам евро. Одним из наиболее успешных и радикальных (на наш взгляд) изменений украинского банковского законодательства являются положения, которые запрещают функционирования банков в других организационных формах, кроме как ОАО, что, очевидно, будет иметь позитивный эффект в процессах детенизации, уменьшения количества „ проблемных” банков, укрепления доверия к небольшим финучреждениям. В последнее время, обращает на себя внимание и увеличение количества иностранных банков и банков с иностранными инвестициями. Таким образом, часть иностранного банковского капитала приблизилась к отметке 35 процентов. На наш взгляд, это позитивная тенденция, потому что ведет к повышению конкуренции, улучшению сервиса, стандартов банковского дела.

Вне всяких сомнений, сейчас наблюдается кардинально новая веха функционирования банковской системы Украины, которая свидетельствует об увеличении доверия со стороны иностранных финансовых институций, интеграции украинской банковской системы в мировую финансовую систему. А это, в свою очередь, позитивно отображается на привлечении иностранных кредитов, размещении евробондов и так далее. От этого украинская банковская система, безусловно, только выиграет, и как результат – преодолет некоторые негативные тенденции, которые имеются в ее развитии (особенно это относится к относительно очень маленькой капитализации банковских учреждений, что может повлечь за собой невозможность конкуренции с иностранными финансовыми „игроками”). Кроме этого, имеется еще одна большая проблема, которая характеризуется очень низким коэффициентом покрытия кредитов депозитами (в 2007 году этот коэффициент, согласно некоторым источникам, составлял 0,752 процента). Для решения этой проблемы рациональным была бы разработка законодательной модели борьбы с этим трендом (например,

закрепление четкого показателя коэффициента для коммерционных банков, независимо от того, какой капитал или кредитный портфель они имеют).

Очень важным событием также стали изменения к банковскому законодательству относительно назначения членов Попечительного совета государственных банков – Ощадбанка и Укрэксимбанка. В соответствии с ними, по пять членов этих учреждений назначают Верховный совет, Президент Украины, Кабинет Министров Украины. Как прогнозируют представители общественности, это приведет к усилению позиций Кабмина с соответствующими последствиями (например, принудительный выкуп государственных ценных бумаг). На наш взгляд, эти изменения не очень правильные и обоснованные. Наиболее оптимальным вариантом, возможно, был бы порядок, при котором по пять членов назначает Кабинет Министров, Президент Украины, и, скажем, АУБ(Ассоциация украинских банков). Это сняло бы напряжение между государственными институциями и усилило госбанки по-настоящему квалифицированными специалистами в сфере банковского дела.

Очевидно, несмотря на множество проблем, которые существуют на данном этапе развития, банковская система Украины показывает высокие темпы роста, она становится более стабильной и эффективной.

Список использованной литературы:

1. Луцышин З.О. Трансформация мировой финансовой системы в условиях глобализации.- К., 2004.
2. Плужников И.О. Трансформация банковской сферы : сущность, принципы осуществления// Актуальные проблемы экономики. – 2005.- №5.
3. Гусев С. Австрийцы станут первыми // Компаньон. – 2007. - №35.
4. Перетятко С. Банковская система Украины // Право Украины. – 2007. - №10