

УДК 339.9(075)

И.А. САВЧУК, Г.Т. МЕДВЕДЕВА

Польша, Люблин, Университет Марии Склодовской-Кюри

МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ ЦЕННЫХ БУМАГ

Развитие кризисных явлений в сильнейших экономиках мира провоцирует рост количества недобросовестных участников рыночных отношений, которые стремятся завладеть чужой собственностью, используя всевозможные способы (от кражи имущества до мошенничества с недвижимостью). Подобные участники не смогли пройти мимо рынка ценных бумаг, так как в большинстве стран мира механизмы защиты ценных бумаг несовершенны, а количество инвестируемого капитала возрастает с каждым годом.

Данная проблема практически не затрагивает трейдеров. Они редко когда имеют физический контакт с ценными бумагами, которыми владеют. В значительной степени данная проблема затрагивает держателей ценных бумаг и их производителей, так как на кону стоит их репутация и возможность привлечения новых инвестиций.

Всего несколько лет назад, чтобы уберечь ценную бумагу от подделки, достаточно было водяных знаков, наличия голограмм и применения качественной бумаги. Однако в связи с развитием научно-технического прогресса, появлением новых технологий и ростом количества недобросовестных участников рынка данные способы стали устаревать. Еще в середине прошлого века крупные финансовые институты пришли к мнению, что данных мер недостаточно для защиты ценных бумаг от подделок.

На сегодняшний день используются самые различные технологии защиты от фальсификации, которые делают таковую весьма сложной проблемой. Рассмотрим некоторые из них.

1. Нанесение графических знаков и символов стало одним из первых средств защиты не только валюты, но и различных документов, в том числе ценных бумаг.

2. Применение специальной бумаги для большинства компаний, занимающихся выпуском ценных бумаг, было и остается приоритетным направлением. На сегодняшний день данный способ защиты от фальсификации считается одним из наиболее эффективных и важных при работе с ценными бумагами.

3. Применение особых видов печати также считается одним из наиболее важных направлений в защите ценных бумаг от подделок. Наиболее активными в применении данных методов были три страны – Англия, Канада и США.

4. Новые краски и чернила – это еще одно направление, над которым трудились представители и науки, и практики. Особый толчок оно получило еще в конце XX ст. Сегодня новые краски и чернила – один из самых эффективных средств защиты.

5. Использование голограмм – еще одно популярное направление, которое активно применялось ранее и используется сегодня для защиты оригинальной продукции. Первые голограммы появились еще в конце 60-х гг. прошлого столетия. Подобные знаки можно было рассмотреть только под «белым» светом, который вызывал радужные переливы. Основной «фишкой» голограмм было объемное изображение, которое появлялось только под действием точечного источника света. В конце XX в. количество голограммных наклеек существенно возросло – они все активнее использовались производителями. Однако практика показала, что голограммы, несмотря на оригинальность, оказались довольно слабой защитой от подделок. Со временем стало очевидным, что копирование голограмм – технически далеко не самое сложное мероприятие.

6. Специальные электронные технологии защиты. К примеру, в банковской сфере активно применяются магнитные полосы, где закодирована специальная информация, считывать которую способны только специальные сканеры. Более прогрессивные защитные технологии – «смарт». Новые смарт-карты представляют собой небольшой кусок пластикового изделия, в котором впамяна микросхема.

7. Защитные биотехнологии – новый этап, который основывается на уникальности каждого конкретного биологического тела. К примеру, ДНК, энзимы, антитела обладают индивидуальным строением и реакциями на различные реактивы. Такой вид защиты является составляющей частью какого-либо продукта. При этом о наличии реактива злоумышленник знать не может из-за предельно низкой концентрации. Со временем большую популярность обрели так называемые микроскопические пластиковые этикетки, которые разрабатывались с целью маркировки взрывчатых веществ.

8. Кодирование ценных бумаг. В данном способе защиты используются специальные редкоземельные элементы, которые просто невозможно подделать. В качестве основного элемента применяются стабильные изотопы такого

металла, как осмий. Он проявил себя только с лучшей стороны – как элемент, устойчивый к воздействию агрессивных материалов и механических воздействий и исключающий какое-либо вредное влияние на окружающую среду и на здоровье человека.

Даже поверхностный анализ различных вариантов и способов защиты ценных бумаг от их фальсификации приводит к выводу о необходимости комплексной системы деятельности в данной области.

Автор считает необходимым акцентировать внимание на взаимосвязи защиты ценных бумаг от фальсификации и реализации такой функции маркетинга, как формирование имиджа субъекта хозяйствования. Маркетинговая деятельность направлена на формирование позитивного имиджа участников рыночных отношений (в том числе и эмитентов), это не зависит от области или сферы деятельности. Реализация комплекса мероприятий по защите ценных бумаг также имеет своей целью формирование позитивного имиджа компаний в глазах потенциальных инвесторов. При этом чем выше степень защиты ценных бумаг, тем ниже степень риска в операциях с этими бумагами и выше степень вероятности получения дохода. В современных условиях на рынке B2B интенсивно развивается такое направление маркетинговой деятельности, как ко-маркетинг. Эта тенденция предполагает совместные маркетинговые действия как производителей, так и потребителей по продвижению товаров и услуг. Можно предположить, что возможно объединение интересов держателей ценных бумаг по их защите и маркетинговых действий производителей этих ценных бумаг в области повышения имиджевой составляющей их деятельности. Последствия такого объединения можно оценить по двум направлениям. Во-первых, это повышение экономической эффективности сделок на рынке ценных бумаг, снижение степени риска в операциях с ценными бумагами и, как следствие, увеличение количества эмитентов, и потенциальных инвесторов. Во-вторых, это социально-психологический аспект. В качестве результата здесь можно рассматривать повышение имиджа как эмитентов ценных бумаг, так и тех предприятий, которые занимаются изготовлением ценных бумаг. Рассчитать экономически этот эффект не всегда представляется возможным, но, как известно, доброе имя дорого стоит.

УДК 339.9(075)

И.А. САВЧУК, Г.Т. МЕДВЕДЕВА

Польша, Люблин, Университет Марии Склодовской-Кюри

ЭФФЕКТ ЛИЧНОЙ ПРОДАЖИ

В современных условиях значительная часть покупок совершается в гипермаркетах, где представлен достаточно широкий ассортимент товаров, возможность выбора и получение определенного количества бонусов (например, дисконтные программы). Часто именно эти преимущества определяют для покупателя место совершения покупок. Однако наряду с преимуществами развитие крупных торговых сетей имеет и весьма существенные недостатки. Один из них –