

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЪЕДИНЕНИЙ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Иванов Геннадий Геннадьевич
доктор экономических наук,
профессор, заведующий кафедрой
торговой политики РЭУ им.
Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВПО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.
E-mail: torg-d@yandex.ru

Холин Евгений Степанович,
кандидат экономических наук,
профессор кафедры торговой
политики РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВПО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.
E-mail: torg-d@yandex.ru

Торговая политика, проводимая на внутреннем рынке во многом является (или должна являться) логическим продолжением внешней торговой политики. Одним из основных направлений внешней торговой политики является создание и развитие различного рода объединений. Аналогичные процессы характерны и для внутреннего рынка: все больше и больше возрастает роль объединений в обеспечении конкурентоспособности внутренней торговли. Показаны преимущества объединенного функционирования различных по многим па-

FORMATION OF ASSOCIATIONS AS DIRECTION DEVELOPMENTS OF THE DOMESTIC TRADE POLICY OF RUSSIA

Ivanov, Gennady G.
Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department for Trade
Policy of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
E-mail: torg-d@yandex.ru

Kholin, Evgeny S.
PhD, Assistant Professor
of the Department for Trade Policy
of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
E-mail: torg-d@yandex.ru

The trade policy pursued in domestic market in many respects is (or has to be) logical continuation of a foreign trade policy. At the same time the domestic trade policy has impact on a foreign trade policy. One of the main directions of a foreign trade policy – creation and different development of associations. Similar processes are characteristic and for domestic market: more and more the role of associations increases in ensuring competitiveness of domestic trade. In article authors analyze emergence and development of associations in trade, their impact

раметрам торговых организаций в масштабах отдельно взятой страны. В настоящей статье авторы показывают взаимосвязь внешней и внутренней торговой политики, анализируют появление и развитие объединений в торговле и их воздействие на разные аспекты хозяйственной деятельности субъектов внутреннего рынка.

Ключевые слова: объединения, интеграция, синергетический эффект, эффект масштаба, холдинги, торгово-промышленные группы, ассоциации, альянсы.

on different aspects of economic activity of subjects of domestic market.

Keywords: associations, integration, synergetic effect, scale effect, holdings, trade industrial groups, associations, alliances.

Правовые и экономические предпосылки создания объединений в торговле

Одним из естественных процессов, способствующих развитию торговли и как вида деятельности, и как отрасли экономики является создание объединений, позволяющих интегрировать усилия организаций и предприятий для решения различных вопросов хозяйственной деятельности. Объединения не только позволяют достичь требуемого результата, но и сделать это с минимальными затратами. Другими словами, создание объединений – фактор, потенциально способствующий повышению эффективности торговых организаций и предприятий. Объединение торговых организаций позволяет им получить ряд конкурентных преимуществ (особенно по сравнению с неинтегрированными организациями), заключающихся в следующем:

– *во-первых*, для решения определенных задач концентрируются ресурсы, в том числе денежные и трудовые, принадлежащие нескольким участникам объединения, тем самым резко повышается вероятность получения положительного результата;

– *во-вторых*, реализуется эффект масштаба используемых ресурсов (основных фондов, других материальных, финансовых и трудовых ресурсов);

– *в-третьих*, происходит существенная централизация капитала, что позволяет в большей или меньшей степени изменять направления его инвестирования. Централизация способствует «перетеканию» ка-

питала в другие виды торговой (или неторговой) деятельности в зависимости от сложившейся конъюнктуры;

– *в-четвертых*, снижается хозяйственный риск и увеличивается зона влияния на рынке;

– *в-пятых*, могут быть унифицированы многие элементы системы торгового обслуживания, и за счет этого сокращаются расходы.

Некоторая правовая незавершенность решения проблем объединений предопределяет и экономические трудности в осуществлении регулирования их деятельности. Вместе с тем следует отметить, что преимущества интеграции отдельных сторон функционирования разных торговых организаций превышает все возможные отрицательные моменты.

Гражданский кодекс РФ называет следующие возможные виды объединений: объединения юридических лиц в форме ассоциаций или союзов (ст. 121); общественные и религиозные объединения (ст. 117). Согласно действующему законодательству перечисленные виды объединений являются некоммерческими организациями, и, следовательно, могут создаваться в торговле либо для организации товарного снабжения, либо для представления и защиты интересов в соответствующих инстанциях. В действующем законодательстве общее понятие «объединение» отсутствует, поэтому применение данной категории юридически точно только по отношению к объединениям некоммерческих организаций. Такие сравнительно новые для торговли РФ (как и для всей экономики) объединения, как холдинги, сети, торгово-промышленные группы и прочие не являются самостоятельными, юридически закрепленными организационно-правовыми формами. Но это, по нашему мнению, не может опровергнуть как самого факта их существования и в большинстве случаев успешного функционирования, так и значительного их влияния на развитие отрасли.

Часто в торговле в создании объединений участвуют коммерческие организации. Индивидуальные предприниматели, предприниматели без образования юридического лица менее склонны к интеграции и кооперированию. При этом следует отметить, что существующие правовые нормы не исключают их участия в различных объединениях. Традиционно индивидуальные предприниматели (имеются в виду применяемые ими разные организационно-правовые формы) объединяются в рамках договоров о совместной деятельности (юридически такая форма называется простым товариществом).

Добровольные объединения в торговле

Объединения торговых организаций могут строиться или на добровольной основе, или на основе централизации.

Добровольные объединения торговых организаций осуществляют свою деятельность в разных правовых формах: это ассоциации (союзы); некоммерческие партнерства; объединения, основанные на договоре простого товарищества. Кроме того, добровольные объединения (торговые цепи) могут строиться на принципах франчайзинга или на кооперативных началах, т. е. добровольные объединения торговых организаций по решаемым задачам могут быть отнесены либо к некоммерческим, либо к коммерческим.

Ассоциации или союзы (далее ассоциации) – договорные объединения коммерческих организаций, создаваемые для координации предпринимательской деятельности, а также для представления и защиты их общих имущественных интересов. Ассоциации (по законодательству) являются юридическими лицами, но вместе с тем члены ассоциации сохраняют самостоятельность и права юридического лица.

Выделим характерные черты, присущие торговым ассоциациям. Это отсутствие в качестве основной цели извлечения прибыли (что не исключает принципиальной возможности ее получать) и отсутствие права распределять полученную прибыль между участниками. По нашему мнению, основные задачи ассоциаций в области торговли – координация деятельности и представление интересов участников, их правовое, информационное и прочее обеспечение. В последнее время широкое распространение получили региональные торговые ассоциации, например, Южно-Уральская межрегиональная торговая ассоциация (г. Челябинск), Торговая гильдия (г. Новосибирск) и т. д.

Некоммерческими партнерствами являются некоммерческие организации, учрежденные гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении поставленных целей. К таким целям можно отнести защиту интересов организаций, разрешение споров и конфликтов, оказание юридической помощи и др. Вместе с тем ассоциации и партнерства имеют много общих черт. Это и во многом одинаковые цели и задачи, и совпадение правового статуса (и в одном, и в другом случае это организации, основанные на добровольном членстве), и идентичные организационно-управленческие структуры, и выполняемые ими функции. Между ассоциациями и некоммерческими партнерствами имеются определенные различия, связанные с порядком реализации уставных целей, а также с условиями ликвидации и выхода. Некоммерческие партнерства для реализации уставных целей вправе непосредственно осуществлять предпринимательскую (в том числе торговую) деятельность, в то время как ассоциациям разрешено заниматься предпринимательской деятельностью путем создания и (или) участия в хозяйственных обществах. В тех случаях когда добровольные объединения преследуют коммерческие цели, их созда-

ние помогает независимым продавцам успешно конкурировать с сетевыми структурами.

Большая часть торговых сетей построена и функционирует на принципах холдинговых компаний, т. е. в своей основе имеют отношения подчиненности и контроля. Естественной защитной реакцией части торговых организаций и предприятий, не входящих в сетевые структуры, стало формирование кооперативных и иных добровольных объединений, так называемых цепных торговых структур.

Ценные торговые структуры имеют принципиальные отличия от торговых сетей: они базируются на взаимном согласии участников, а это предполагает возможность интеграции по некоторым направлениям; направления интеграции определяются общей целью, стоящей перед участниками добровольного объединения; торговые цепи состоят из полностью самостоятельных (и де-юре, и де-факто) предприятий. Во многом, повторяя (но на иной основе) технологические приемы торговых сетей, цепные структуры обеспечивают свою конкурентоспособность, сохраняя независимость участников их образующих. При организации торговых цепей широко используются принципы франчайзинга (франчайзинг рассматривается как средство увеличения продаж и доли рынка любыми организациями и объединениями).

На таких растущих рынках, как Россия, франчайзинг является самым быстрым и малозатратным способом экстенсивного развития торговых организаций, с одной стороны, и обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный торговый бизнес – с другой. Франчайзинг в первую очередь предполагает продажу бренда, а уже на этой основе – создание конкурентных преимуществ. Следовательно, принципы франчайзинга применимы как для создания добровольных торговых объединений, так и для их развития. Иногда торговые организации объединяются (в том числе и с производителями) и создают стратегический альянс.

Стратегический альянс – это соглашение о кооперации двух или более независимых организаций, заключаемое для достижения определенных коммерческих целей, путем совместного использования части ресурсов и получения за счет этого синергетических эффектов. Альянс не является самостоятельным юридическим лицом, а потому не требует государственной регистрации. Стратегические альянсы в настоящее время являются самой перспективной формой интеграции. Непременным условием эффективного стратегического альянса являются координация политики, долгосрочное планирование. Недостатки стратегических альянсов – продолжение их достоинств.

Ряд альянсов (между производителями и продавцами, продавцами разных стран) призваны содействовать продвижению товаров, обновлению ассортимента, расширению доли на новых рынках.

Объединения холдингового типа в торговле

Наибольшее распространение в торговой отрасли в рыночных условиях получила форма объединений, основанная на зависимости и экономической субординации, которую мы условно называем объединениями централизованного (холдингового) типа. Одно из преимуществ таких объединений – возможность перераспределения денежных потоков, а также изменение состава участников и структуры управления путем исключения недостаточно эффективно функционирующих звеньев. Собственно холдинги являются разновидностью торговых объединений централизованного типа. Подавляющее большинство функционирующих на внутреннем рынке розничных торговых сетей основываются на холдинговых принципах. Холдинги представляют собой группу или объединение экономически связанных и зависимых организаций. Их особенность заключается в том, что они де-юре представляют собой объединение самостоятельных хозяйственных субъектов. В результате холдинги обладают контролем, не являясь в полной мере собственниками; занимают ведущее экономическое положение без хозяйственных рисков.

Образование холдингов имеет преимущества перед другими способами концентрации капитала, например, по сравнению с поглощениями и слияниями юридических лиц. Во-первых, все формальности (денежные затраты, сроки, документальное оформление) на создание дочерней организации несопоставимо меньше, чем на то же поглощение. Во-вторых, гибкость организационно-управленческой структуры и возможность быстро изменить состав участников холдингов существенно превосходит аналогичные характеристики прочих объединений.

Объединения холдингового типа создаются, как правило, из материнских и дочерних, или преобладающих и зависимых организаций. В этом случае и экономический контроль, и экономическая субординация достигаются путем обеспечения определяющего влияния основного общества на принятие решений дочерним (зависимым) обществом. Вместе с тем, как уже говорилось, согласно действующему законодательству зависимое общество является самостоятельным субъектом права со всеми возможными преимуществами данного положения.

Экономический контроль в объединении холдингового типа можно определить как возможность основной организации обеспечивать определяющее влияние на принятие решений дочерней (зависимой) организацией. Действующее законодательство устанавливает несколько возможных вариантов осуществления экономического контроля основной организации над дочерней (зависимой).

Во-первых, наличие преобладающей доли в уставном капитале, которое не обязательно должно превышать 50%. При «распыленности» контрольного пакета в отдельных организациях требуется значительно

меньшее количество долей участия. То есть эта форма экономического контроля может быть реализована посредством участия основной организации в органах управления дочерней (зависимой) организации.

Во-вторых, наличие заключенного договора, согласно которому одна организация вынуждена подчиняться другой. Это может быть договор кредита, ипотеки, залога, иной имущественный договор, создающий отношения субординации.

В-третьих, наличие иных возможностей определять решения организации. Иные возможности могут заключаться во влиянии на назначение руководства, или членов совета директоров, в распределении функциональных обязанностей.

Использование торговыми объединениями холдинговых принципов предопределяет содержание внутренних бизнес-процессов, которые и формируют конкурентные преимущества, состоящие:

- в повышении устойчивости организации торговли, управлении рисками, обеспечении безопасности основных активов объединения. Рискованные хозяйственные операции, как правило, переносятся в дочерние (зависимые) организации, которые будучи юридически самостоятельными, несут ответственность только принадлежащим им имуществом. Таким образом, использование объединений холдингового типа позволяет реализовывать стратегию ограничения рисков;
- возможности централизации целого ряда функций (например, закупка, складирование, товарное и информационное обеспечение и т. п.) и тем самым экономии управленческих расходов;
- появлении возможностей маневра в налогообложении и ценообразовании, в частности, за счет трансфертных цен;
- обеспечении единого планирования, прогнозирования и анализа;
- наличии затрудненности контроля, например, путем создания системы аффилированных лиц.

Во всем мире регулирование со стороны государства деятельности объединений централизованного типа, в частности, холдинговых объединений представляет определенную проблему. Ни налоговое, ни антимонопольное законодательство в полной мере регулировать деятельность такого рода объединений не могут. Сложившееся положение главным образом связано с существующим различием между юридическим и фактическим статусом участников этих объединений. Традиционно в торговле доля объединений централизованного типа существенно превышает долю объединений добровольного типа.

Вопрос управляемости дочерних (зависимых) организаций, входящих в структуру торгового объединения холдингового типа, является одной из насущных и злободневных проблем, который имеет один нюанс: *управление дочерними (зависимыми) организациями должно осуще-*

ствляться не непосредственно, а через их органы управления. Следует помнить, что любые решения органов управления основной организации (приказы руководителя, решения совета директоров, распоряжения функциональных подразделений и т.д.) имеют рекомендательное значение для дочерней (зависимой) организации до тех пор, пока эти решения не подтверждены органами управления дочерней (зависимой) организации. Другими словами, процесс управления в холдинговом объединении требует соблюдения определенной процедуры.

Список литературы

1. Брагин Л. А., Иванов Г. Г., Стукалова И. Б. и др. Торговля: состояние и перспективы развития : сборник научных статей и докладов на научно-практических конференциях. – Ч. 2. – М. : Спутник+, 2011.
2. Иванов Г. Г. Объединения как фактор развития торговли // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 3 (23).
3. Иванов Г. Г., Орлов С. Л. Стратегическое планирование экономики и важнейшие приоритеты развития России // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 2.
4. Ivanov G. G., Mayorova E. A. Role and Significance of Intangible Assets in Ensuring the Efficiency of Economic Activity of Retail Enterprises // Journal of International Scientific Publication: Economy and Business. – 2013. – Vol. 7. – Part 1.

References

1. Bragin L. A., Ivanov G. G., Stukalova I. B. i dr. Torgovlya: sostoyanie i perspektivy razvitiya [Trade: State and Prospects of Development: the Collection of Scientific Articles and Reports at Scientific and Practical Conferences]: sbornik nauchnykh statey i dokladov na nauchno-prakticheskikh konferentsiyakh, Ch. 2, Moscow, Sputnik+, 2011. (In Russ.).
2. Ivanov G. G. Ob#edineniya kak faktor razvitiya torgovli [Association as Trade Development Factor], *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava*, 2012, No 3 (23). (In Russ.).
3. Ivanov G. G., Orlov S. L. Strategicheskoe planirovanie ekonomiki i vazhneyshie priority razvitiya Rossii [Strategic Planning of Economy and the Most Important Priorities of Development of Russia], *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*, 2014, No 2. (In Russ.).
4. Ivanov G. G., Mayorova E. A. Role and Significance of Intangible Assets in Ensuring the Efficiency of Economic Activity of Retail Enterprises, *Journal of International Scientific Publication: Economy and Business*, 2013, Vol. 7, Part 1. (In Russ.).