

УДК 339.1

Г.Г. ИВАНОВ,

доктор экономических наук, профессор

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва

ОБЪЕДИНЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

В настоящей статье рассмотрены роль и значение объединений в торговой деятельности. Отдельно проанализированы экономические особенности добровольных объединений торговых организаций. Показаны главные экономические и организационные особенности применяемых в торговле объединений холдингового типа.

Ключевые слова: торговые объединения; франчайзинг; ассоциация или союз; некоммерческое партнерство; стратегический альянс; холдинг; экономическая зависимость.

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 минимально возможными затратами. То есть, другими словами, создание объединений – фактор, потенциально способствующий повышению эффективности торговых организаций и предприятий.

Объединение торговых организаций позволяет им получить целый 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» капитала 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.

Но нельзя сказать, что все правовые проблемы образования и функционирования объединений торговых организаций окончательно отрегулированы. Такие сравнительно новые для торговли РФ (как, впрочем, и для всей экономики) объединения, как холдинги, торговые сети, торгово-промышленные группы и прочие подобные организации не являются самостоятельными, юридически закрепленными организационно-правовыми формами. Но это, по нашему мнению, не может опровергнуть как сам факт их существования и, в большинстве случаев, успешного функционирования, так и значительное их влияние на развитие отрасли. По сути, мы наблюдаем процессы воссоздания объединений, но не на основе административных решений, как было ранее, а на основании экономических предпосылок.

Некоторая правовая незавершенность решения проблем объединений предопределяет и экономические трудности в осуществлении регулирования их деятельности. Вместе с тем следует отметить, что сумма преимуществ интеграции отдельных сторон функционирования разных торговых организаций превышает сумму всех возможных отрицательных моментов.

Гражданский кодекс РФ непосредственно 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 ор-

ганизациями некоммерческими и, следовательно, могут создаваться в торговле либо для организации товарного снабжения, либо для представления и защиты интересов в соответствующих инстанциях. Точно так же определяет торговое объединение и соответствующий стандарт:

«...31. Торговое объединение: Добровольное договорное объединение, созданное торговыми предприятиями, сохраняющими свою самостоятельность и права юридического лица, для координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов и являющееся некоммерческой организацией»¹. Следует, по нашему мнению, отметить, что в торговле подобные объединения (в форме некоммерческих организаций) представлены достаточно широко: это и ассоциации (например, ассоциация компаний розничной торговли – АКОРТ), и потребительская кооперация (система Роспотребсоюза), и разные союзы и пулы торговых организаций и т.д.

В действующем законодательстве общее понятие «объединение» отсутствует, и получается, что применение данной категории юридически точно только по отношению к объединениям некоммерческих организаций.

Возникает вопрос, а каким понятием обозначать реально существующие в торговле формы объединений коммерческих предприятий?

Единой точки зрения по этому вопросу не существует – научная дискуссия по данным проблемам, имеющая место в советские времена, продолжается и по сей день [1–7]. По нашему мнению, наиболее соответствующим практике хозяйственной деятельности в торговле следует признать такое определение: «...представляется наиболее правильным для обозначения различных форм интеграции, кооперации, взаимозависимости коммерческих организаций в российской предпринимательской практике использовать общее понятие «объединение», а для отличия этих форм объединений от других коллективов, организаций, территориальных образований именовать их предпринимательскими объединениями, поскольку целью их создания является

деятельность, направленная на извлечение прибыли...» [8–13].

В большинстве случаев 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

Одним из средств развития торговых организаций является создание ими объединений, позволяющих решать различные задачи, добиваться поставленных целей. Объединения торговых организаций в принципиальном плане могут строиться или на добровольной основе, или на основе жесткой 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.

Другими словами, добровольные объединения торговых организаций по решаемым задачам могут быть либо некоммерческими, либо коммерческими.

Ассоциации или союзы (далее – ассоциации) – договорные объединения коммерческих организаций, создаваемые для координации предпринимательской деятельности и 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.

В качестве характерных черт, присущих торговым ассоциациям, целесообразно выделить следующие:

¹ ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения. – М.: Госстандарт РФ, 1999.

– отсутствие в качестве основной цели извлечения прибыли (что не исключает принципиальной возможности ее получения);

– отсутствие права распределять полученную прибыль между участниками;

Основной же задачей ассоциаций в области торговли является, по нашему мнению, координация деятельности и представление интересов участников; их правовое, информационное и прочее подобное обеспечение.

В последнее время широкое распространение получили региональные торговые ассоциации. Например, Южно-Уральская межрегиональная торговая ассоциация (г. Челябинск) или Торговая гильдия (г. Новосибирск) и др.

Некоммерческими партнерствами являются некоммерческие организации, учрежденные гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении поставленных целей. К таким целям можно отнести наряду с прочими защиту интересов организаций, разрешение споров и конфликтов, оказание юридической помощи и пр.

Таким образом, 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), идентичные организационно-управленческие структуры и выполняемые ими функции.

Но 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 обществах².

В тех случаях, когда добровольные объединения преследуют коммерческие цели, их создание 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.

Цепные торговые структуры имеют несколько принципиальных отличий от торговых сетей:

– во-первых, как уже отмечалось, они базируются на взаимном согласии участников, а это, в свою очередь, предполагает возможность интеграции по некоторым (но не по всем) направлениям;

– во-вторых, направления интеграции определяются общей целью, стоящей перед участниками добровольного объединения;

– в-третьих, 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 тем самым обеспечивают свою конкурентоспособность, сохраняя независимость участников их образующих.

При организации торговых цепей широко используются принципы франчайзинга (вообще франчайзинг рассматривается как средство увеличения продаж и доли рынка любыми организациями и объединениями).

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, 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 являются продолжением

² О некоммерческих организациях (в ред. от 8 июля 1999 г.): Федеральный закон от 1996 г. № 7-ФЗ. – М.: Проспект, 2000.

их достоинств – эффективность координации деятельности самостоятельных организаций, да еще в долгосрочной перспективе является сложной задачей.

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.

Одним из преимуществ таких объединений, по нашему мнению, можно назвать возможность перераспределения денежных потоков, а также их способность к изменениям 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. Но особенность холдингов заключается в том, что они представляют собой объединение де-юре самостоятельных хозяйственных субъектов. В результате холдинги обладают контролем, не обладая в полной мере собственностью; занимают ведущее экономическое положение без непосредственных хозяйственных рисков.

Образование холдингов имеет преимущества перед другими способами концентрации капитала, например, по сравнению с поглощениями, слияниями юридических лиц. Во-первых, все формальности (имеются в виду денежные затраты, сроки, документальное оформление) на создание дочерней организации несопоставимо меньше, чем на то же поглощение. Во-вторых, гибкость организационно-управленческой структуры и наличие возможности быстро изменять состав участников холдингов существенно пре-

восходит аналогичные характеристики прочих объединений.

Объединения холдингового типа создаются, как правило, из материнских и дочерних, или преобладающих и зависимых организаций. В этом случае становится понятным, что 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.

Классическое определение холдингов давно дано американскими учеными-экономистами Г. Гутманом и Г. Дугаллом: «...в наиболее общепринятом употреблении этого термина – холдинговая компания есть корпорация, которая владеет пакетом, дающим право голоса акциям другой корпорации, достаточным для того, чтобы иметь над нею деловой контроль» [10].

Совершенно очевидно, что категории «управление» и «контроль» (применительно к холдингам) хотя и близки, но все-таки различаются по смыслу. Если управление означает действия по руководству торгово-технологическими процессами, то контроль – возможность определять результаты управленческой деятельности.

Экономический контроль в объединении холдингового типа можно определить, как возможность основной организации обеспечивать определяющее влияние на принятие решений дочерней (зависимой) организацией.

Законодательство устанавливает несколько возможных вариантов осуществления экономического контроля основной организации над дочерней (зависимой)³.

Во-первых (первая форма), преобладающая доля в уставном капитале, которая, кстати, не обязательно должна 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

³ ГК РФ. – М.: Эксмо, 2009.

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.

При определении экономической зависимости могут быть выделены следующие степени контроля:

- 100% участие основной организации в уставном капитале дочерней организации обеспечивает полный и всеобъемлющий контроль. Руководство деятельностью подобного торгового объединения реализуется через органы управления основной организации;

- от 75% участия в уставном капитале может уже предусматривать разные варианты осуществления контроля в зависимости от организационно-правовой формы торговых организаций. Так, для АО эта доля участия (75% и более) обеспечивается полный контроль, поскольку является квалифицированным большинством голосов. Но для ООО 75% обеспечивает хотя и гарантированный, но далеко не полный контроль, поскольку по отдельным вопросам уставом общества может быть предусмотрено единогласие;

- от 51% участия в уставном капитале общества обеспечивает гарантированный контроль по всем вопросам за исключением, требующих решения квалифицированным большинством и(или) единогласия;

- от 33 до 25% считается «блокирующим пакетом», который позволяет голосовать против предлагаемых решений. В ООО блокирующим может быть и минимальное участие;

- 20% участия в уставном капитале определяют существование отношений зависимости;

- 10% участия в уставном капитале влечет за собой право требовать созыва общего собрания акционеров (участников);

- 2% предполагают возможность участия в формировании повестки дня общего собрания,

выдвижения кандидатов в органы управления и контроля.

Сами по себе названные полномочия не влекут установления экономической субординации, однако в сочетании с другими характеристиками могут способствовать установлению отношений подчинения и контроля.

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

- в повышении устойчивости организации торговли, в управлении рисками, в обеспечении безопасности основных активов объединения. Рискованные хозяйственные операции, как правило, переносятся в дочерние (зависимые) организации, которые будучи юридически самостоятельны, несут ответственность только принадлежащим им имуществом. Таким образом, использование объединений холдингового типа позволяет реализовывать стратегию ограничения рисков;

- в возможности централизации целого ряда функций (например, закупка, складирование, товарное и информационное обеспечение и т.п.) и тем самым экономии управленческих расходов;

- в появлении возможностей маневра в налогообложении и ценообразовании, в частности, за счет трансфертных цен;

- в обеспечении единого планирования, прогнозирования и анализа;

- в наличии затрудненности контроля, например, путем создания системы аффилированных лиц.

Во всем мире регулирование со стороны государства деятельности объединений централизованного типа и, 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. В торговле доля объединений централизованного типа традиционно существенно превышает долю объединений добровольного типа, в том числе, и по этой причине.

Вопрос управляемости дочерних (зависимых) организаций, входящих в структуру торгового объединения холдингового типа является одной из насущных и злободневных проблем и имеет один нюанс. *Управление дочерними (зависимыми) организациями должно осуществляться 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. Калита Н.С., Мансуров Г.И. Социалистическое производственное объединение. – М., 1972.
2. Лаптев В.В. Правовое положение промышленных и производственных объединений. – М., 1978.

3. Алехин А.П. Основы отраслевого управления народным хозяйством. – М., 1980.
4. Гребнев А.И., Никулин А.И., Гонжаров В.П. Совершенствование управления торговлей. – М., 1988.
5. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке / под общ. ред. проф. А.В. Зырянова. – Екатеринбург, 1995.
6. Овечкин А.П. Правовое регулирование товарного рынка. – М., 2002.
7. Шиткина И.С. Предпринимательские объединения. – М.: Юрист, 2001.
8. Мотылев В.Е. Финансовый капитал и его организационные формы. – М., Политиздат, 1959.
9. Баженов Ю.К. Розничная торговля в России. – М.: Инфра-М, 2011.
10. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова И.Б. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. – М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2009.
11. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля): учебник. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012.
12. Чеглов В.П. Экономика и организация управления торговыми розничными сетями: учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012.
13. Чкалова О.В. Торговое дело: учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2008.

В редакцию материал поступил 12.05.12

Информация об авторе

Иванов Геннадий Геннадиевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Торговое дело», Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
Адрес: 117997, Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер., 36
E-mail: torg-d@yandex.ru

G.G. IVANOV,

Doctor of Economics, Professor

Russian University for Economics named after G.V. Plekhanov, Moscow

ASSOCIATIONS AS A FACTOR OF TRADE DEVELOPMENT

The article views the role and significance of associations in trading activity. Economic features of voluntary associations of trading organizations are viewed particularly. The main economic and organizational features of holding associations in trade are shown.

Key words: trading associations; franchising; association or union; non-commercial partnership; strategic alliance; holding; economic dependence.

References

1. Kalita N.S., Mansurov G.I. *Sotsialisticheskoe proizvodstvennoe ob"edinenie* (Socialist production associations). Moscow, 1972.
2. Laptev V.V. *Pravovoe polozhenie promyshlennykh i proizvodstvennykh ob"edinenii* (Legal position of industrial and production associations). Moscow, 1978.
3. Alekhin A.P. *Osnovy otraslevogo upravleniya narodnym khozyaistvom* (Foundations of sectoral management of economy). Moscow, 1980.

4. Grebnev A.I., Nikulin A.I., Gonzharov V.P. *Sovershenstvovanie upravleniya trgovlei* (Improvement of trade management). Moscow, 1988.
5. *Kommerchesko-posrednicheskaya deyatel'nost' na tovarnom rynke* (Commercial-mediator activity in the goods markets). Ekaterinburg, 1995.
6. Ovechkin A.P. *Pravovoe regulirovanie tovarnogo rynka* (Legal regulation of goods market). Moscow, 2002.
7. Shitkina I.S. *Predprinimatel'skie ob"edineniya* (Entrepreneurship associations). Moscow: Yurist, 2001.
8. Motylev V.E. *Finansovyi kapital i ego organizatsionnye formy* (Financial capital and their forms). Moscow, Politizdat, 1959.
9. Bazhenov Yu.K. *Roznichnaya trgovlya v Rossii* (Retail trade in Russia). Moscow: Infra-M, 2011.
10. Bragin L.A., Ivanov G.G., Stukalova I.B. *Roznichnaya trgovlya: sovremennye tendentsii i perspektivy razvitiya* (Retail trade: modern trends and prospects of development). Moscow: GOU VPO "REA im. G.V.Plekhanova", 2009.
11. Ivanov G.G. *Ekonomika organizatsii (torgovlya)* (Economy of organization (trade)). Moscow: ID "FORUM": INFRA-M, 2012.
12. Cheglov V.P. *Ekonomika i organizatsiya upravleniya trgovymi roznichnymi setyami* (Economy and organization of management of retail chains). Moscow: Vuzovskii uchebnik: INFRA-M, 2012.
13. Chkalova O.V. *Torgovoe delo* (Trade). Moscow: Eksmo, 2008.

Information about the author

Ivanov Gennadiy Gennadiyevich, Doctor of Economics, Professor, Head of the Chair of «Trade», Russian University for Economics named after G.V. Plekhanov

Address: 36 Streymyanniy per., 117997 Moscow, Russian Federation

E-mail: torg-d@yandex.ru



Моногорода: проблемы и перспективы развития / И.Ш. Давыдова, А.М. Малышкина и др.; под ред. В.Г. Тимирясова. – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2011. – 220 с.

В представленной монографии рассматриваются основные проблемы функционирования моногородов, которые в условиях экономического кризиса приобрели стратегическое значение для экономики России. В научном исследовании, на примере г. Набережные Челны, определяются основные факторы, влияющие на устойчивое социально-экономическое развитие моногородов. Авторами дается характеристика кризисных явлений и обосновываются предложения, направленные на совершенствование экономического механизма развития моногородов в современных условиях.

Предназначена для широкого круга читателей, интересующихся вопросами социально-экономического развития моногородов.