

УДК 339.378:343.9:328.185  
URL: <http://hdl.handle.net/11435/2195>

Жигун Л. А., Феоктистова Е. М.  
С. 50–59.

**Л. А. ЖИГУН,**

*доктор экономических наук, профессор,*

**Е. М. ФЕОКТИСТОВА,**

*кандидат экономических наук, доцент*

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

## ДИСКУРС О ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ В СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ

**Цель:** определить специфические формы проявления коррупции и перспективные методы противодействия ей в сетевой торговле.

**Методы:** сочетания индуктивных наблюдений, сравнений, обобщений фактов и тенденций проявления коррупции в сетевой торговле с логико-аналитической дедукцией экономических теорий и концепцией коррупции составляют основу исследования и дают возможность, с одной стороны, оценить уровень соответствия практике теоретических представлений о коррупции, а с другой – определить возможности их применения в организации противодействия и создания условий предотвращения ее возникновения; для обобщения особенностей проявления коррупции в форме отката применен метод дискурса.

**Результаты:** на основе теоретических положений и фактов проявления коррупции в торговле доказывается, что она имеет типические признаки, присущие коррупции в коммерческих и некоммерческих организациях. Выявлены ключевые причины, по которым коррупция возникает в торговле. В их числе поставка низкокачественного товара по завышенной цене, приводящая к взятке-подкупу в форме «личного бонуса» администратору торговой организации при сбыте товара недобросовестным поставщиком, а также поставка товаров тем торговым организациям, которые без отката не покупают. Большая часть таких коррупционных поставок товаров осуществляется естественным монополиям в форме государственных и муниципальных закупок. В ряде случаев откат выступает как аргумент, стимулирующий принятие решения о внедрении новых и передовых технологий. Установлены факторы, приводящие к возникновению коррупции в торговле, и обоснованы методы противодействия ей, позволяющие создать условия по ее искоренению и в других отраслях бизнеса.

**Научная новизна:** впервые делается обобщение о движущей силе дефицита в механизме коррупции, когда взяткодатель и взяткополучатель меняются местами.

**Практическая значимость:** основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научных исследованиях специфических форм проявления коррупции и при разработке методик противодействия коррупции как в торговле, так и в других сферах бизнеса.

**Ключевые слова:** коррупция; сетевая торговля; взятка; подкуп; откат; сбыт; поставки; закупка; вход в сеть.

### Введение

По данным опроса «Левада-центра», проведенного в августе 2013 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1 601 человека в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах 45 регионов страны, выявлено, что из 24 проблем, тревожащих население, острота проблемы коррупции сместилась с девятого в 2005 г. на третье место, обеспокоив 39 % населения<sup>1</sup>.

В определенной мере это указывает на положительный результат антикоррупционной политики, активно проводимой в России с 2008 г. Благодаря ей в обществе

созданы условия нетерпимости к этому негативному явлению и в сетевой торговле. Проводятся активные действия по ее пресечению. Так, в сентябре 2015 г. широкий резонанс получило задержание главного технолога торговой сети «Перекресток» (г. Москва) и ее подельника по подозрению в коммерческом подкупе в форме вымогательства взятки в 36 млн рублей у кондитерской компании-поставщика. Положительно то, что признаки преступления в деятельности вымогателей были выявлены корпоративной службой безопасности X5 Retail Group, в состав которой входит «Перекресток», а затем последовало обращение в полицию<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Проблемы и тревоги россиян. Левада-центр, 2013. URL: <http://www.levada.ru/03-09-2013/problems-i-trevogi-rossiyan> (дата обращения: 21.06.2015).

<sup>2</sup> Главного технолога сети «Перекресток» уличили в вымогательстве 36 млн рублей. Русский курьер. 2015. URL: <http://www.ruscour.ru/news/0/10/11/101191.shtml> (дата обращения: 21.06.2015).

Исторически исследования коррупции были инициированы Р. Бруксом в 1910 г. монографией «Коррупция в американской политике и жизни» [1]. Решающий вклад в развитие теории экономических и политэкономических вопросов коррупции внесен в 70-х гг. XX в. исследованиями С. Роуз-Аккерман [2, 3]. Исторические особенности коррупционных правонарушений в сфере экономики и предпринимаемые меры противодействия им в России рассмотрены в актуальных исследованиях зарубежных ученых. Прежде всего, понимание истоков происхождения коррупции в современной экономике России содействует работа Дж. Монтиас и С. Роуз-Аккерман 1981 г. [4]. Согласно концепции П. Книна, понимание явления коррупции в России возможно только с учетом исторического контекста передачи в эксплуатацию частными организациями не только активов государства, унаследованных Россией от СССР, но и прежних практик нерыночного хозяйствования при использовании этой собственности [5].

Понимание истории коррупции в России невозможно без опоры на фундаментальные исследования отечественных ученых: С. М. Будатарова, Б. В. Волженкина, Ю. Г. Галая, В. И. Гладких, М. А. Грибкова, В. А. Григорьева, А. Ю. Епихина, А. А. Ильина, П. А. Кабанова, А. И. Кирпичникова, С. В. Максимова, Г. А. Сатарова, Б. А. Юлина и др. [6, 7, 8, 9, 10].

Проблеме коррупции в сфере российской торговли уделено мало внимания в науке, а проводимые исследования в ряде случаев не отличаются научной глубиной и практической направленностью. Опубликованные материалы о коррупции в торговле преимущественно имеют публицистический характер и не обладают систематичностью освещения всех сторон изучаемого явления. Как правило, проблему коррупции в торговле России затрагивают при изучении таких негативных социальных явлений, как организованная преступность, преступность в сфере экономики, управления, в результате чего недооценивается ее значение. Так, Б. Маурсез исследовал, как иностранные компании, инвестировавшие капитал в реальный сектор экономики России, и в частности в сферу торговли, натолкнулись на систему практики хозяйствования, состоящую из множества коррупционных схем, в которой бизнесмены с чиновниками образуют запутанную и скрытную сеть взаимосвязанных участников [11].

На смену распространенным в России в 90-х гг. понятиям «блат» и «взятка», отражающим индивидуальное поведение [12], в 2000-х гг. пришли понятия

«сетевой откат» и «распил», характеризующие уже институциональные особенности коррупционных сделок [13, 14, 15, 16].

Ряд аспектов противодействия коррупции в торговле затрагиваются в работах А. Боярского, Б. Воронцова, С. Годдарда, М. Н. Горбачева, Д. Денисова, В. Молчановой, В. Ю. Потрашкова, В. Ю. Пантелеева, Н. Г. Сироткиной, Д. В. Ткаченко и др. [17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25].

Несмотря на прогресс в развитии теоретико-методологических основ противодействия коррупции в России, все еще сохраняется потребность в проведении научных исследований форм проявления и методов противодействия коррупции в сфере бизнеса, и в частности в торговле, и разработки научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию организации борьбы с коррупцией. Этим определяется актуальность и необходимость проведения исследования противодействия коррупции в торговле, целью которой является получение новых научных результатов по объяснению механизма возникновения этого явления.

### Результаты исследования

Пример распространения коррупции в торговле представляется наиболее типичным для бизнеса в силу того, что она не только является самой массовой из отраслей бизнеса, но и имеет широкий спектр взаимодействия с отраслями производителей и потребителей. Поэтому выводы, полученные в результате анализа практики противодействия коррупции в торговле, могут быть применены и в других сферах бизнеса.

Организации исследования противодействия коррупции в торговле способствует метод дискурса проявлений отката. Так, россияне, побывавших за рубежом в розничных торговых сетях, удивляет, почему даже в одноименных сетях в России цены на товары заметно выше, чем в несетевых магазинах, в то время как в странах Европы и в США все наоборот.

По утверждению специалистов компании ОБИОНТ ИНФОРМ (2013), более 30 % цены на прилавках «сетевиков» образует коррупционная составляющая<sup>3</sup>. Причина тому – принуждение поставщиков товаров «закрывать тайные сделки с регулирующими все во-

<sup>3</sup> Российская коррупция в торговле и жизни. Сайт ОБИОНТ ИНФОРМ. 2013. URL: <http://www.oviont.ru/useful/arts/3951/> (дата обращения: 24.10.2015).

круг органами и местными властями»<sup>4</sup>. Значительной коррупционной статьей товаров в крупных розничных сетях являются барьеры входа в них для поставщиков в коррупционной форме «вступительных сетевых взносов» байерам (закупщикам) и «бонусов» мерчандайзерам гипермаркетов, размещающим товар поставщиков на «горячих» стеллажах и полках. Все эти коррупционные «издержки» приводят к превышению цен поставщиков в сетевых магазинах по сравнению с несетевыми магазинами, а возмещаются конечными покупателями – населением.

Среди причин, по которым коррупция возникает в торговле, можно выделить две следующие. Первая – поставка низкокачественного товара по завышенной цене. В этом случае взятка-подкуп («личный бонус») администратору торговой организации – единственная возможность организовать сбыт недобросовестным поставщиком. Вторая – поставка товаров тем торговым организациям, которые без отката не покупают. Большая часть таких коррупционных поставок товаров осуществляется естественным монополиям в форме государственных и муниципальных закупок. В ряде случаев откат выступает как «двигатель прогресса», становясь аргументом, стимулирующим принятие решения о внедрении новых и передовых технологий.

Сети супермаркетов давно берут с поставщиков плату за то, что продают их товар. Предполагалось, что введенные несколько лет назад официальные платежи за «вход» поставщика товаров в сеть вытеснят персональные взятки закупщикам от супермаркетов. Но этого не произошло. В действительности данная практика повсеместно используется западными сетевыми операторами. Например, компания *Danone* заплатила одной крупной французской розничной сети 5 млн евро за включение в ее ассортимент нового йогурта [20]. Стало известно, что ИКЕА уволила двух топ-менеджеров российского подразделения – директора по Центральной и Восточной Европе и директора по недвижимости в России – за попустительство взяткам. Уровень «входных» – это мера напряженности экономики на том или ином рынке, показатель его затоваренности, его активности.

Д. В. Ткаченко и М. Н. Горбачев отмечают, что топ-менеджеры сетевой розницы России, исходя из практики западных розничных сетей, пришли к выводу, что если поставщики предлагают и дают откаты

категорийным менеджерам за вход в сеть, ввод новых позиций в ассортиментную матрицу или размещение продукции на полке в несколько «фейсов», то следует перенаправить этот денежный поток в свою кассу. В результате и в Россию проникла система бонусов за вход и сотрудничество с сетью. Она, кроме минимизации рисков ретейлера при работе с поставщиком, позволила также направить деньги поставщиков на увеличение собственной прибыли [20].

Такова официальная система оплаты услуг розничной сети за работу с товаром поставщика. С точки зрения взаимодействия двух торговых организаций для поставщика она представляет образование отлаженного механизма управления продвижения своих товаров в розничные сети. Перенятая система бонусов гарантирует поставщику размещение своего товара в том месте торгового зала, где это ему необходимо, в том ассортименте и количестве, которое им считается оптимальным. В свою очередь сеть при системе бонусов также снижает свои риски возможных потерь от недобросовестных поставщиков, упорядочивает работу мерчандайзеров в торговом зале и многое другое.

Спецификой российского подхода к системе бонусных платежей стало то, что некоторые российские ретейлеры собирают эти деньги либо под надуманным предлогом, либо скрытно, но без легитимного договора за предоставление дополнительного сервиса в сети. Налицо признаки латентной коррупции в торговле. Часто подобные платежи проходят либо по фиктивным договорам, по которым сеть якобы проводит маркетинговые исследования для поставщика (например, о том, как продаются его и сопутствующие товары), либо скрытным получением нигде не приходящей денежной наличности. Поскольку за эти деньги организация-поставщик не получает никаких дополнительных услуг, то бонусы превращаются в обычное вымогательство наличных денег. В приведенной форме сделки отсутствует официальный договор на предоставление услуг, и поэтому поставщик просто не имеет юридической возможности потребовать обещанный ему ретейлерами сервис и контролировать его качество. Следовательно, налицо мошенничество. Поставщики, видя подобное правило поведения, а также то, что большинство бонусов имеет негласный ценовой диапазон (например, бонус за вход от 1 000 до 2 000 у. е.), привычно за откат договариваются с закупщиками о том, чтобы вдвое снизить сумму того или иного коррупционного «взноса». Иллюстрацию сумм, о которых идет речь, представляет перечень бонусов и их размеров в розничных сетях (табл. 1).

<sup>4</sup> Там же.

Отношение управляющих магазинами к коррупции в форме бонусов характеризуют данные опроса руководителей 120 торговых организаций. На вопрос «Имеют ли ваши закупщики возможность официально получать премии от поставщиков?» 7 % ответили утвердительно [20].

Таблица 1

**Виды бонусов для магазинов розничной сети за работу с товаром поставщика\***  
**Table 1. Types of bonuses for retail trade shops for the work with the goods of the supplier\***

Виды бонусов / Types of bonuses	Примерное описание и цена / Rough Description and price
Бонус за вход / Bonus for entering	Разовый бонус за ввод одной позиции в магазин сети. От 30 до 2 000 у. е. / Singular bonus for entering one goods into the network shop. From 30 to 2 000 c.u. (conventional units)
Бонус за присутствие / Bonus for presence	Ежегодный бонус. Пролонгация уже введенных позиций на следующий год. От 30 до 1 500 у. е. за каждую позицию на один магазин сети / Annual bonus. Prolongation of the introduced positions for the next year. From 30 to 1 500 c.u. for each position in one network shop
Бонус за аренду прикассовой зоны / Bonus for renting the point-of-sale zone	Выкладка товара в прикассовой зоне. От 50 до 2 500 у. е. за каждую позицию на каждой кассе / Positioning the goods in the point-of-sale zone. From 50 to 2500 c.u. for each goods at every point-of-sale zone
Бонус за аренду палет-места или дополнительного места на полке / Bonus for renting the pallet-place or extra place on the shelf	От 50 до 5 000 у. е. за одно место в одном магазине. Палет-место предоставляется в аренду на срок от двух недель до трех месяцев. Место под дополнительную выкладку на полке можно выкупить на целый год / From 50 to 5 000 c.u. for one place in one shop. The pallet-place is rented for the period from 2 weeks to 3 months. The place for extra positioning on the shelf can be bought for the whole year
Бонус за открытие нового магазина / Bonus for opening a new shop	Разовый бонус, собираемый с поставщиков при открытии сети новых магазинов. От 30 до 6 000 у. е. на один новый магазин сети за каждую позицию / Singular bonus, collected from suppliers when a new network is opened. From 30 to 6 000 c.u. for one new network shop for each goods
Логистический бонус / Logistics bonus	Бонус за обработку товара через распределительный центр сети – 2–6 % от суммы продаж товара / Bonus for processing the goods in the network distribution center – 2–6 % of the sales of goods
Бонус за оборудование / Bonus for equipment	Установка фирменного оборудования поставщика в торговом зале. От 100 до 3 000 у. е. на каждый магазин / Installing the supplier's equipment in the shop. From 100 to 3 000 c.u. for each shop
Бонус за мерчандайзинг / Bonus for merchandizing	Оплата поставщиков услуг мерчандайзингу. От 30 у. е. до 7 % от объема продаж товара за месяц / Payment for merchandizing services. From 30 c.u. to 7 % of sales of the goods in a month
Бонус за проведение промоакций в торговом зале / Bonus for promotions in the shop	От 10 до 1 000 у. е. за 1 час промоакций на один магазин / From 10 to 1 000 c.u. for one hour of promotion in one shop

\* Источник: [20, с. 17].

\* Source: [20, p. 17].

Причины, по которым большинство торговых организаций-поставщиков платят откаты, демонстрируют данные ответов руководителей в табл. 2.

Таблица 2

**Причины, по которым руководители торговых организаций-поставщиков платят откат организациям-покупателям\***  
**Table 2. Reasons, why most heads of trading organizations-suppliers pay kickbacks to organizations-buyers\***

Вопрос / Question	Вариант ответа / Variant of answer	Соотношение ответов, % / Ratio of answers, %
По каким причинам ваша компания дает откаты своим покупателям? / Why does your company pay kickbacks to your buyers?	Так принято в нашем бизнесе / This is a rule in our business	Да / yes – 90 %, Нет / no – 10 %
	Это позволяет более чем вдвое расширить клиентскую базу / This allows to more than double the clients' base	Да / yes – 61 %, Нет / no – 39 %
	Это позволяет увеличить среднюю наценку компании / This allows to increase the average extra charge of the company	Да / yes – 17 %, Нет / no – 83 %

\* Источник: [20].

\* Source: [20].

Данные табл. 2 показывают, что для многих респондентов откат – обычай делового оборота, без которого обходится редкая сделка.

В своей статье об откатах Д. Денисов сформулировал четыре степени поражения ими рынка по широте и целям: нулевой степени, I, II, III степени [21, с. 32].

*Нулевой откат.* По Д. Денисову, он встречается на отдельных рынках в странах глубоко укоренившегося капитализма, где проделана большая работа по «противооткату».

*Откат I степени,* легкий. Проявляется в том, что менеджеры охотно принимают ценные подарки и другие знаки внимания со стороны откатодателей, если те соблюдают определенный этикет. Сами «благотворители» расценивают свои подношения как плату за лояльность своему «агенту влияния».

*Откат II степени,* средний. При нем менеджеры ударно трудятся по принципу «компания – скидки, сотрудникам – откаты», пытаясь соблюсти баланс между корпоративным интересом и личной выгодой. Размер отката варьирует от 5 до 10 % от объема сделки.

*Откат III степени,* тяжелый. Вместо рынка продукта / услуги существует оформившийся рынок отката. На нем управленцы заключают контракт с тем, кто больше «откатит». Ни интересы торговой организации, ни сам предмет сделки какого-либо значения не имеют. В этом случае откат чаще всего не просто недополученная организацией торговая скидка, но еще и изрядная накрутка (наценка) к цене товара. Сам откат превращается в главный способ продвижения

поставляемой продукции в розничную торговую сеть, а все остальные маркетинговые инструменты имеют лишь второстепенное значение. Для удобства получения мзды менеджерами создаются «карманные» организации, для обналички отката широко используются фирмы-однодневки. Откат особенно распространен на рынках, где оценка полезности самого продукта (услуги) носит субъективный характер. Например, IT-рынок, маркетинговые исследования, услуги PR. Размер отката в этих сферах бизнеса может достигать 50–70 % от объема и даже более.

По мере своего развития сети для минимизации коррупционных рисков начали перестраивать применяемые бизнес-процессы. Уменьшить риск установления неформальных отношений с поставщиками товаров оказалось возможно при правильной организации работы: перевода байеров (закупщика) с одной товарной группы на другую, т. е. периодически меняя их местами. Тем самым общающийся с поставщиками байер превращается из маркетолога, ценимого всеми как знаток своего товарного сегмента рынка, в обычного оператора.

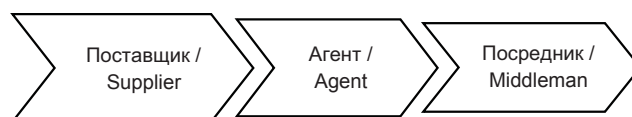
По словам заместителя руководителя розничной сети «Евророс» Наиля Миннугарайева, «в силах байера федеральной компании принимать решения по длительности нахождения и обновлению ассортимента, отдельным маркетинговым акциям и контрмерам в отношении конкурентов. Однако значительная часть возможностей у них изъята» [17]. Как правило, вопросы ценообразования, квотирования ассортимента и многие другие регламентированы на более высоком уровне. Все проще у региональных ретейлеров – там руководители направлений часто обладают абсолютными возможностями и полномочны принимать даже самые абсурдные решения единолично.

Для борьбы с корпоративной коррупцией некоторые крупные розничные сети, например X5 Retail Group N.V. (магазины «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель»), помимо ассортиментных комитетов, стали использовать для работы с поставщиками открытые тендеры и даже системы электронных торгов, которые практически исключают личные контакты закупщиков с поставщиками<sup>5</sup>.

Следующее направление борьбы со взятками в торговле – оперативная работа служб безопасности самих торговых сетей. Эта мера эффективна даже

для внешне не восприимчивой к коррупции западной торговой сети Metro, но и там байеров ловят на взятках. В результате взяточники стали осторожнее. По словам Д. Мещерякова, эксперта по ретейлу, сегодня закупщикам платят в основном через доверенных лиц. Времена, когда взятку могли дать случайные люди, минули. Так, для разрешения введения на полки «Седьмого континента» 30 позиций вина сеть просила у поставщика по \$3 000 с каждой позиции (официально), но при содействии знакомого в сети без труда удалось договориться на \$1 500. За это нанимавшая компания-поставщик заплатила ему хорошую премию, которой он поделился с человеком из сети<sup>6</sup>.

Как видно из примера, модель коррупции для продвижения товаров в сеть построена из следующих звеньев: поставщик – агент – посредник (см. рис.).



**Звенья модели коррупции для продвижения товаров в торговую сеть\***

**Links of the corruption model for promoting goods in the trading network\***

\* *Источник:* составлено авторами.

\* *Source:* compiled by the authors.

Со слов М. Горбачева: «Как правило, посредники – это сотрудники тех компаний, которые уже работают с интересующей сетью и могут обсудить со знакомым закупщиком стоимость решения того или иного вопроса (например, входа в сеть). Причем посредник легко может запросить с заказчика сумму в два раза больше, чем та, о которой он договорился с байером»<sup>7</sup>.

Вовлеченность сотрудников поставщиков в систему откатов приводит к регулярному присвоению конвертов с деньгами, предназначенных для взяток закупщикам торговых сетей, и трансформации представления о них как о собственном дополнительном заработке.

Вокруг многих крупных торговых сетей, где служба безопасности боролась с коррупцией и брать взятки было опасно, появлялись посредники, которые брали деньги и обещали «решить вопрос». Однако

<sup>5</sup> Взятки в ассортименте. Газета к юбилею Retail.ru: 10 лет, 2010. С. 4.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Там же.

большая часть из них оказывалась мошенниками: взяв деньги, они просто тянули время в надежде, что байер сам примет положительное решение по этой организации.

Наиболее продвинутые закупщики берут не взятку-откат, а делают совместную с поставщиком товаров торговую марку, которую и вводят в свою сеть. Такой вариант технологичного отката более прибыльный и менее опасный.

Эксперты в сфере ретейла считают, что основная ротация происходит среди «плохих поставщиков» – тех, кто не приносит своей товарной группе нужного оборота. Если поражения рынка ниже степени III, то за взятку байер может заменить одного плохого поставщика на другого. В этом случае поставщику выгоднее действовать не взяткой, создающей эфемерную привилегию и не гарантирующей его присутствие в сети продолжительное время, а улучшить товар, рекламное продвижение, логистику, то есть стать «хорошим поставщиком» и войти в торговую сеть на условиях конкурентного преимущества.

На инициацию коррупции в сфере торговли влияет фактор дефицита. Под его действием субъекты коррупционной сделки меняются местами. Так, в период экономического кризиса количество поставщиков сокращается, уменьшаются суммы откатов, требуемых от них, а отношение к ключевым поставщикам становится более либеральным, так как практически никто в розничной торговле не готов работать с отсрочками платежей более 30 дней. Многие небольшие поставщики оказываются на грани банкротства или разоряются, поэтому у них просто нет денег на взятки [18]. В такой ситуации ослабляются коррупционные сделки, направленные против поставщиков товаров, и розничные сети более гибко подходят к определению условий сотрудничества.

Напротив, коррупционный вектор меняет свое направление на противоположное: диктат переходит на сторону поставщиков, почувствовавших свое превосходство из-за дефицита поставщиков. По словам Н. Полуэктова, «если раньше ретейлеры жестко диктовали большинству поставщиков условия работы – "или так, или никак", то при перезаключении договоров на 2009 г. сети были готовы обсуждать возможные условия контракта. Некоторые поставщики сами начали диктовать свои условия сетям. Например, лидер рынка безалкогольных напитков в одном из регионов вошел в открывшиеся магазины сети "Пятерочка" со своим договором, в котором вместо длительной отсрочки оговорена оплата по

факту поставки продукции. Но затем все вернулись к прежней практике. На деле же часть сетей ("Мосмарт", "Гроссмарт", "Самохвал" и т. д.) грохнулись, а те, что остались, только окрепли и диктуют условия, как и прежде. Да и среди поставщиков сегодня немало компаний, готовых нести взятки» [18].

В целом кризис оказывает положительное воздействие на прежнюю склонность «байеров» к коррупции по сделкам с низкокачественным ассортиментом товаров поставщиков, предъявляя к ним для своего выживания на рынке более высокие требования и отказ от коррупции. Тем самым дефицит служит движущей силой смены мест между взяткодателями и взяткополучателями.

Однако существуют и цивилизованные способы борьбы с коррупцией, нежели кризисные последствия. Например, в США проблему с диктатом мультинациональных поставщиков алкогольных напитков в сетях решили введением трехуровневой системы дистрибуции. Суть системы проста: производителям запрещается напрямую продвигать свою продукцию в сети, а только через дистрибуторов. Три уровня – это производитель, дистрибутор и ретейлер. «В США это закреплено на уровне федерального закона в 70-х гг. XX в. Достоинство трехуровневой системы дистрибуции в том, что со стороны производителей она создает условия увеличения численности малых предприятий, неспособных по отдельности конкурировать с крупными поставщиками за вход в сети. В результате суммарный объем поставок увеличивается, а возможности диктата над ретейлерами уменьшаются. Все нормативно-правовые полномочия на общение с ретейлерами переходят дистрибуторам, которые оказываются как между молотом и наковальней. Если производитель способен временно останавливать производство, вынуждая к уступкам, то дистрибутор, приобретая товар, не располагает временем, достаточным для вынуждения уступок. Поэтому он сам идет на уступки торговле. В целом благодаря третьему звену в цепи поставок – дистрибутору коррупционные связи если и не разрываются окончательно, то значительно ослабевают.

### Выводы

Проведенный дискурс о противодействии коррупции в торговле позволил выявить, что коррупционные «бонусы» байерам и мерчендайзерам гипермаркетов, фиктивное создание совместной с поставщиком товаров торговой марки приводят к росту цены на прилавках магазинов сетевой торговли более чем на

30 %. Подобные бонусы представляют вне рыночные барьеры для поставщиков товаров, направляющих их в магазины сетевой торговли.

Основными причинами, вызывающими коррупцию в торговле, являются поставка низкокачественного товара по завышенной цене посредством взятки-подкупа («личного бонуса») администратору торговой организации и поставка товаров естественным монополиям в форме государственных и муниципальных закупок. Откат превратился в обычай делового оборота большинства сделок. Существенной причиной коррупции в форме откатов служит ослабление численности и потенциала конкурентов. Их число и потенциал меняются под воздействием кризиса. При этом в зависимости от источника дефицита у поставщиков либо у торговых сетей коррупционеры во взятке-подкупе меняются местами.

Уменьшению коррупционных рисков способствует периодический перевод байеров с одной товарной группы на другую, создание ассортиментных комитетов для работы с поставщиками, открытые тендеры на закупку, системы электронных торгов, исключающие личные контакты закупщиков с поставщиками, оперативная работа служб безопасности самих торговых сетей, введение трехуровневой системы дистрибуции, увеличивающей число малых предприятий с передачей им нормативно-правовых полномочий дистрибутора.

В целом выявленные в статье типические признаки коррупции, присущие взаимодействию поставщиков и закупщиков в розничных торговых сетях, механизм их возникновения и формы борьбы с ней могут служить научной основой уточнения теоретического конструкта откатов и стать приемлемым средством искоренения коррупции не только в торговле, но и в других отраслях бизнеса.

#### Список литературы

1. Brooks R.C. Corruption in American politics and life. New York: Dodd, Mead and Co, 1910. (2nd ed. New York: Arno Press, 1974).
2. Rose-Ackerman S. 1975. The economics of corruption // *Journal of Public Economics*, February. No. 4 (2). Pp. 187–203.
3. Rose-Ackerman S. 1978. Corruption: A Study in Political Economy. New York: Academic Press.
4. Montias J. M. and Rose-Ackerman S. 1981. Corruption in a Soviet-type economy: theoretical considerations. In *Economic Welfare and the Economics of Soviet Socialism: Essays in Honor of Abram Bergson*, ed. S. Rosefield, Cambridge: Cambridge University Press, 16.
5. Kneen P. Political corruption in Russia and the Soviet legacy // *Crime Law and Social Change*. 2000. Vol. 34. No. 4. Pp. 349–367.
6. Паршин И. С. Противодействие коррупции: уголовно-правовое и криминологическое исследование: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Н. Новгород: Нижегородская академия МВД России, 2014.
7. Грибков М. А. Противодействие коррупции. Краткая версия / под общ. ред. акад. РАЕН А. В. Орлова, М. А. Грибкова, А. В. Орлова. М.: Палеотип, 2013. 152 с.
8. Антикоррупционная политика / под ред. Г. А. Сатарова. М.: Фонд ИНДЕМ, РА «СПАС», 2004.
9. Российская коррупция: уровень, структура, динамика: опыт социологического анализа / под ред. Г. А. Сатарова. М.: Фонд «Либеральная Миссия», 2013. 752 с.
10. Жигун Л. А. Разработанность теории коррупции: направления, представления, элементы, модели // *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. 2015. № 8 (80). С. 38.
11. Maurseth B. Norwegian companies's experiences in Russia // *Internasjonal Politikk*. 1997. Vol. 55. No. 1. Pp. 61–64.
12. Ledeneva A. V. Practices of exchange and networking in Russia // *Soziale Welt-Zeitschrift fur Sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis*. 1997. Vol. 48. No. 2. Pp. 151–153.
13. Cheloukhine S., King J. Corruption networks as a sphere of investment activities in modern Russia // *Communist and Post-communist Studies*. 2007. Vol. 40. No. 1. Pp. 107–122.
14. Orlova A. Corruption in Russia – On the myth of the market and the state as antidote // *Osteuropa*. 2008. Vol. 58. No. 1. Pp. 21–26.
15. Holmes L. Corruptin and organized crime in Putin's Russia // *Europe-Asia Studies*. 2008. Vol. 60. No. 6. Pp. 1011–1031.
16. Stein-Redent R., Schwarz M. State and economy in Russia. Interest conveyance between corruption and concertation // *Politische Vierteljanresschrift*. 2008. Vol. 49. No. 3. Pp. 576–582.
17. Боярский А., Молчанова В. Взятки в ассортименте // *Коммерсантъ: Деньги*. 19.10.2009. № 41 (746). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1256633> (дата обращения: 18.10.2015).
18. Воронцов Б. Откат. Понятие и способы снижения ущерба. Противодействие методам конкурентной разведки. Нижний Новгород: Агентство конкурентной разведки «Информант». URL: <http://vallaam.livejournal.com/45422.html> (дата обращения: 04.01.2015).
19. Годдард С. Противодействие коррупции и отмыванию доходов, связанных с нелегальной заготовкой и торговлей древесиной // *Вестник Сибирского юридического института ФСКН России*. 2009. № 3. С. 23–30.
20. Ткаченко Д. В., Горбачев М. Н. ОТКАТ-2. Особая Техника Клиентской АТтракции. М.: ЭКСМО, 2010. 160 с. URL: <http://libatriam.net/read/416282/> (дата обращения: 24.10.2015).

21. Денисов Д. Территория «отката» // Бизнес-журнал, 26.04.2005. № 8 (69). С. 30–35. URL: [http://b-mag.ru/PDFs/2005/2005\\_05\\_FEDERAL\\_08.pdf](http://b-mag.ru/PDFs/2005/2005_05_FEDERAL_08.pdf) (дата обращения: 04.01.2015).

22. Потрашков В. Ю. Международный форум участников электронной торговли – еще один шаг на пути борьбы с коррупцией // Экономические стратегии. 2008. Т. 10. № 7. С. 62–67.

23. Пантелеев В. Ю. Анализ коррупционных процессов в сфере производства и торговли товарами, оказания услуг, выполнения работ // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 2. С. 256–263.

24. Сироткина Н. Г. Коммерческая деятельность предприятий на рынке электронных государственных закупок: возможности и риски // Экономика и управление. 2012. № 4 (78). С. 42–46.

25. Феоктистова Е. М. Коррупция в российской торговле // Организационно-управленческие механизмы антикоррупционной деятельности (российский и зарубежный опыт): II Междунар. интерактивная онлайн-видеоконференция российских и зарубежных университетов и РЭУ им. Г. В. Плеханова при участии представителей государственной власти Российской Федерации / отв. ред. Р. А. Абрамов, 2014. С. 248–250.

*В редакцию материал поступил 20.10.15*

© Жигун Л. А., Феоктистова Е. М., 2015. Впервые опубликовано в журнале «Актуальные проблемы экономики и права» (<http://apel.ieml.ru>), 15.11.2015; лицензия Татарского образовательного центра «Таглимат». Статья находится в открытом доступе и распространяется в соответствии с лицензией Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/>), позволяющей неограниченно использовать, распространять и воспроизводить материал на любом носителе при условии, что оригинальная работа, впервые опубликованная в журнале «Актуальные проблемы экономики и права», процитирована с соблюдением правил цитирования. При цитировании должна быть включена полная библиографическая информация, ссылка на первоначальную публикацию на <http://apel.ieml.ru>, а также информация об авторском праве и лицензии.

#### Информация об авторах

**Жигун Леонид Александрович**, доктор экономических наук, профессор, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Адрес: 117997, Москва, Стремянный пер., 36, тел.: 8 (499) 237-83-32

E-mail: [manpseu@yandex.ru](mailto:manpseu@yandex.ru)

**Феоктистова Елена Михайловна**, кандидат экономических наук, доцент, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Адрес: 117997, Москва, Стремянный пер., 36, тел.: 8 (499) 237-93-61

E-mail: [feoktistova.em@gmail.com](mailto:feoktistova.em@gmail.com)

**Как цитировать статью:** Жигун Л. А., Феоктистова Е. М. Дискурс о противодействии коррупции в сетевой торговле // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 4. С. 50–59.

L. A. ZHIGUN,

*Doctor of Economics, Professor,*

E. M. FEOKTISTOVA,

*PhD (Economics), Associate Professor*

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

#### DISCOURSE ON CORRUPTION COUNTERACTION IN NETWORK TRADE

**Objective:** to determine the specific forms of corruption and promising methods to counteract corruption in network trade.

**Methods:** the combination of inductive observations, comparisons, generalizations, facts and trends of corruption in network trade with a logical analytical deduction of economic theories and the corruption concept are the basis of the study and provide an opportunity, on the one hand, to assess the level of compliance of theoretical concepts of corruption with the practice and, on the other hand, to determine their applicability to organize opposition and create conditions to prevent its occurrence; to summarize the features of corruption in the form of a kickback, the discourse method was applied in this work.

**Results:** on the basis of theoretical provisions and facts of corruption in trade, it is proved that it has typical characteristics of corruption in commercial and non-profit organizations. The key reasons are identified why corruption occurs in trade. Among them, supply of poor quality goods at inflated prices, leading to bribery in the form of «personal bonus» to administrator of the trading organization when selling goods by



an unscrupulous supplier, and also supply goods to the trade organizations, which will not buy without kickback. Most of these corrupt deals are carried out by natural monopolies in the form of state and municipal procurement. In some cases, the kickback is the argument, stimulating the decision to introduce new and advanced technologies. The factors that lead to corruption in trade are listed, and reasonable methods to counteract it are grounded, allowing to create conditions for its eradication in other branches of business as well.

**Scientific novelty:** for the first time a generalization has been made about the deficit as the driving force in the mechanism, when the bribe-givers and bribe-takers change places.

**Practical significance:** the main provisions and conclusions of the article can be used in the research of specific forms of corruption and in the developing methods of combating corruption both in trade and in other business areas.

**Key words:** corruption; network trade; bribe; bribery; kickback; sales; supply; purchase; entering the network.

#### References

1. Brooks, R.C. *Corruption in American politics and life*. New York: Dodd, Mead and Co, 1910. (2nd ed. New York: Arno Press, 1974).
2. Rose-Ackerman, S. The economics of corruption // *Journal of Public Economics*, February, 1975, no. 4 (2), pp. 187–203.
3. Rose-Ackerman, S. *Corruption: A Study in Political Economy*. New York: Academic Press, 1978.
4. Montias, J. M. and Rose-Ackerman, S. 1981. *Corruption in a Soviet-type economy: theoretical considerations*. In *Economic Welfare and the Economics of Soviet Socialism: Essays in Honor of Abram Bergson*, ed. S. Rosefelde, Cambridge: Cambridge University Press, 16.
5. Kneen, P. Political corruption in Russia and the Soviet legacy // *Crime Law and Social Change*, 2000, vol. 34, no. 4, pp. 349–367.
6. Parshin, I. S. *Protivodeistvie korruptsii: ugovovno-pravovoe i kriminologicheskoe issledovanie* (Corruption counteraction: criminal-legal and criminological research): avtoref. dis. na soisk. uch. step. kand. yur. nauk. N. Novgorod: Nizhegorodskaya akademiya MVD Rossii, 2014.
7. Gribkov, M. A. *Protivodeistvie korruptsii. Kratkaya versiya* (Corruption counteraction. Brief version) / pod obshch. red. akad. RAEN A. V. Orlova, M. A. Gribkova, A. V. Orlova. M.: Paleotip, 2013, 152 p.
8. *Antikorruptsionnaya politika* (Anti-corruption policy) / pod red. G. A. Satarova. M.: Fond INDEM, RA «SPAS», 2004.
9. *Rossiiskaya korruptsiya: uroven', struktura, dinamika: opyt sotsiologicheskogo analiza* (Russian corruption: level, structure, dynamics: experience of sociological analysis) / pod red. G. A. Satarova. M.: Fond «Liberal'naya Missiya», 2013, 752 p.
10. Zhigun, L. A. Razrabotannost' teorii korruptsii: napravleniya, predstavleniya, elementy, modeli (Elaboration of the theory of corruption: directions, conceptions, elements, models) // *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal*, 2015, no. 8 (80), p. 38.
11. Maurseth, B. Norwegian companies' experiences in Russia // *Internasjonal Politikk*, 1997, vol. 55, no. 1, pp. 61–64.
12. Ledeneva, A. V. Practices of exchange and networking in Russia // *Soziale Welt-Zeitschrift fur Sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis*, 1997, vol. 48, no. 2, pp. 151–153.
13. Cheloukhine, S., King, J. Corruption networks as a sphere of investment activities in modern Russia // *Communist and Post-communist Studies*, 2007, vol. 40, no. 1, pp. 107–122.
14. Orlova, A. Corruption in Russia – On the myth of the market and the state as antidote // *Osteuropa*, 2008, vol. 58, no. 1, pp. 21–26.
15. Holmes, L. Corruptin and organized crime in Putin's Russia // *Europe-Asia Studies*, 2008, vol. 60, no. 6, pp. 1011–1031.
16. Stein-Redent, R. Schwarz, M. State and economy in Russia. Interest conveyance between corruption and concertation // *Politische Vierteljahresschrift*, 2008, vol. 49, no. 3, pp. 576–582.
17. Boyarskii, A., Molchanova, V. Vzyatki v assortimente (Bribes in assortment) // *Kommersant*: Den'gi, 19.10.2009, no. 41 (746). Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/1256633> (access date: 18.10.2015).
18. Vorontsov, B. *Otkat. Ponyatie i sposoby snizheniya ushcherba. Protivodeistvie metodam konkurentnoi razvedki* (Kickback. Notion and means of reducing harm. Counteraction to the methods of competitive intelligence). Nizhnii Novgorod: Agentstvo konkurentnoi razvedki «Informant». Available at: <http://vallaam.livejournal.com/45422.html> (access date: 04.01.2015).
19. Goddard, S. Protivodeistvie korruptsii i otmyvaniyu dokhodov, svyazannykh s nelegal'noi zagotovkoi i trgovlei drevesinoi (Counteraction against corruption and income laundering in illegal logging and trading of wood) // *Vestnik Sibirskogo yuridicheskogo instituta FSKN Rossii*, 2009, no. 3, pp. 23–30.
20. Tkachenko, D. V., Gorbachev, M. N. *OTKAT-2. Osobaya Tekhnika Klientsoi ATraksii* (KICKBACK-2. Special technique of clients' attraction). M.: EKSMO, 2010, 160 p. Available at: <http://libatriam.net/read/416282/> (access date: 24.10.2015).
21. Denisov, D. Territoriya «otkata» («Kickback» territory) // *Biznes-zhurnal*, 26.04.2005, no. 8 (69), pp. 30–35. Available at: [http://b-mag.ru/PDFs/2005/2005\\_05\\_FEDERAL\\_08.pdf](http://b-mag.ru/PDFs/2005/2005_05_FEDERAL_08.pdf) (access date: 04.01.2015).
22. Potrashkov, V. Yu. Mezhdunarodnyi forum uchastnikov elektronnoi trgovli – eshche odin shag na puti bor'by s korruptsiei (International forum of e-trade participants – another step of corruption counteraction) // *Ekonomicheskie strategii*, 2008, vol. 10, no. 7, pp. 62–67.
23. Panteleev, V. Yu. Analiz korruptsionnykh protsessov v sfere proizvodstva i trgovli tovarami, okazaniya uslug, vypolneniya rabot (Analysis of corruption processes in the sphere of production and trading goods, rendering services, execution of works) // *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, no. 2, pp. 256–263.
24. Sirotkina, N. G. Kommercheskaya deyatel'nost' predpriyatii na rynke elektronnykh gosudarstvennykh zakupok: vozmozhnosti i riski (Commercial activity of an enterprise in the market of digital public purchases: opportunities and risks) // *Ekonomika i upravlenie*, 2012, no. 4 (78), pp. 42–46.
25. Feoktistova, E. M. Korruptsiya v rossiiskoi trgovle (Corruption in the Russian trade) // *Organizatsionno-upravlencheskie mekhanizmy antikorrupcionnoi deyatel'nosti (rossiiskii i zarubezhnyi opyt)*: II Mezhdunar. interaktivnaya onlain-videokonferentsiya rossiiskikh i zarubezhnykh universitetov i REU im. G. V. Plekhanova pri uchastii predstavitelei gosudarstvennoi vlasti Rossiiskoi Federatsii / otv. red. R. A. Abramov, 2014, pp. 248–250.

Received 20.10.15

**Information about the authors**

**Zhigun Leonid Aleksandrovich**, Doctor of Economics, Professor, Russian University for Economics named after G.V. Plekhanov, Moscow, Russia

Address: 36 Stremyanni pereulok, 117997, Moscow, tel.: 8 (499) 237-83-32  
E-mail: manpseu@yandex.ru

**Feoktistova Elena Mikhailovna**, PhD (Economics), Associate Professor, Russian University for Economics named after G.V. Plekhanov, Moscow, Russia

Address: 36 Stremyanni pereulok, 117997, Moscow, tel.: 8 (499) 237-93-61  
E-mail: feoktistova.em@gmail.com

**For citation:** Zhigun L. A., Feoktistova E. M. Discourse on corruption counteraction in network trade // *Actual Problems of Economics and Law*, 2015, no. 4, pp. 50–59.

© Zhigun L. A., Feoktistova E. M., 2015. Originally published in *Actual Problems of Economics and Law* (<http://apel.ieml.ru>), 15.11.2015; Licensee Tatar Educational Centre «Taglimat». This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work, first published in *Actual Problems of Economics and Law*, is properly cited. The complete bibliographic information, a link to the original publication on <http://apel.ieml.ru>, as well as this copyright and license information must be included.

**ПОЗНАНИЕ**

**Зубаков, В. М.**

**Воспроизводственная функция общего благосостояния в системе национального накопления** / В. М. Зубаков, Р. И. Хикматов, Р. М. Кочеткова ; Институт экономики, управления и права (г. Казань). – Казань : Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2015. – 200 с.

В монографии задача достижения общего благосостояния в стране раскрывается на примере двух основных законов благосостояния, а также с учетом третьего, в основу которого положена система социального страхования населения. Главным жизненным стимулом для любого человека в любой стране является уверенность, что его старость будет спокойной и обеспеченной. Главным побудительным стимулом человека к накоплению на свою будущую обеспеченную старость являются пенсионные отчисления, которые мотивируют индивида в течение долгой активной жизни на упорный производительный труд и обеспечивают воспроизводственную функцию политики общего благосостояния в системе национального накопления. Поэтому авторы считают, что в основе страховой финансовой политики в любой стране должно присутствовать не сбережение нынешних пенсионных накоплений (до выхода на пенсию), а умножение будущего пенсионного потребления (после выхода на пенсию). Этот, по сути, воспроизводственный рыночный подход к социально-экономическим процессам в любом обществе наиболее полно отражается в третьем законе благосостояния, который сформулирован авторами и которому найдено место в структуре формирования системы общего благосостояния в стране.

Будет интересна широкому кругу участников рыночных отношений – как экспертам социальных программ правительства, так и практическим работникам органов власти всех уровней. Информацию из монографии можно также использовать на занятиях со студентами старших курсов экономических вузов и специальностей.