

8.17. РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕТЕВЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКАХ СТРАН – УЧАСТНИКОВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Суглобов А.Е., д.э.н., профессор, заслуженный экономист РФ;

Алимов Р.Р., аспирант, Технологический университет, г. Королёв

Статья посвящена оценке состояния товарных рынков стран участников Евразийского экономического союза (ЕАЭС), интеграционных процессах, проходящих в объединенном экономическом пространстве, возможных перспектив. открывающихся для торговых и производственных компаний. Проведен анализ взаимной торговли в рамках Таможенного союза, Единого экономического пространства, устранения барьеров для развития торговых отношений, анализа опыта развития моделей работы сетевых торговых компаний, позволяющего вывести на качественно новый уровень объемы взаимной торговли. Проведено выявление инструментов, позволяющих повысить эффективность функционирования сетевых торговых компаний в новых условиях интеграции рынков государств участников ЕАЭС.

Для оценки перспектив развития крупных торговых компаний, занимающихся сетевым методом торговли (т.е. через широкую сеть собственных представительств или дистрибьюторов), в едином объединяющемся экономическом пространстве стран – участников Евразийского экономического союза (ЕАЭС) необходимо понимать текущую конъюнктуру экономических процессов и процессов глобализации мировой экономики.

В условиях экономической глобализации, на данный момент все более осложняющейся геополитической и экономической обстановкой в мире, создание институтов региональной интеграции является определяющим фактором устойчивого развития государств соседей. На наш взгляд, тенденция увеличения напряженности в мировой экономике обусловлена чрезмерным потреблением благ отдельными государствами, снижением темпов роста их экономик, рынков сбыта и сфер влияния, отсутствием новой парадигмы, позволяющей обеспечить необходимый темп роста мировой экономики либо нивелировать создающуюся напряженность.

Указанная обстановка в мировой экономике и все растущие риски нормального функционирования экономических институтов отдельных государств, делают актуальной модели регионального развития экономического и стратегического сотрудничества на межгосударственном уровне. На данный момент в мировой экономике насчитывается более 150 региональных и всемирных объединений. Наиболее известные – это Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА), Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС), Шанхайская

организация сотрудничества (ШОС), Европейский союз (ЕС) и т.д.

Углубление и расширение региональной интеграции в основном преследует следующие цели:

- стимулирование торговых отношений;
- ускорение товародвижения;
- снятие барьеров для перемещения капитала и трудовых ресурсов в рамках интегрируемого пространства.

Также стоит отметить, что, преследуя эти цели в интеграционных процессах, перед объединяющимися экономиками открывается возможность углубить разделение труда и соответственно увеличить добавленную стоимость на каждый производимый продукт, повысить конкурентоспособность своих экономик. Рассматривая достижение целей в рамках ЕАЭС, стоит отметить, что в данном интеграционном процессе были созданы условия, стимулирующие взаимные экономические отношения, за счет поэтапного упрощения таможенных процедур оформления товаров и сырья [3].

- Разработка и внедрение норм единого технического регулирования в странах участниках, в рамках которого был составлен единый перечень продукции, на который распространяется унифицированный технический регламент, обязательные технические требования и согласована единая политика проведения контроля на соответствие продукции.
- Гармонизация законодательных баз в сферах сертификации, аккредитации, стандартизации и контроля соответствующими инстанциями в части технического регулирования.
- Отказ от применения нетарифного регулирования внутренних рынков за исключением случаев, при которых преследуется охрана здоровья и жизни, охраны окружающей среды, защиты общественного порядка и т.д. [5, с. 97].

По мнению многих экспертов, товарный рынок единого экономического пространства в рамках ЕАЭС хоть и весьма привлекателен, но нуждается в совершенствовании торговых отношений, в повышении эффективности производственных и торговых процессов, а также в повышении качества товаров и услуг. Несмотря на перечисленные ранее меры по стимулированию взаимной торговли в рамках ЕАЭС темпы роста взаимной торговли в 2013-2014 г. показали более слабые результаты по сравнению с 2012 г. В 2013 г. рост взаимной торговли сократился 5,5% по сравнению с показателями 2012 г. В 2014 г. объем взаимной торговли сократился на 11% по сравнению с показателями 2013 г. То есть из общих данных видно, что замедление взаимной торговли ускорилось в два раза в абсолютном выражении. Основываясь на этих данных и учитывая прогнозы уменьшения уровня валового внутреннего продукта (ВВП) Российской Федерации в районе 2,5-3% и незначительным ростом ВВП Республики Белоруссия, Республики Казахстан и присоединившейся Республики Армения, можно заключить, что замедление темпов роста взаимной торговли продолжится и в 2015 г. [4]. При таких условиях рост объемов торговли возможен только в случае кардинальных изменений во взаимной торговле как внутри ЕАЭС, так и с третьими странами. На наш взгляд, такой сценарий событий маловероятен.

Существует также экспертное мнение, что такого рода замедление взаимной торговли, получится преодолеть экономикам с емкостью потребления от 250 млн. чел. В качестве примера можно привести рост экономик Китая и Индии в период кризиса 2008 г., консолидация ЕС в части принятия решений вывода экономик из спада в период кризиса, а также спасение экономики Греции от дефолта [8, с. 124]. Кризис 2008 г. показал, что для устойчивого функционирования национальных товарных рынков необходимы принципиально новые решения, не ставящие во главу угла развитие конкурентоспособности. А объединение схожих предприятий и предприятий-партнеров, объединение и расширение рынков сбыта и клиентских сетей, объединение и выстраивание дистрибьюторских сетей, для эффективного освоения высвободившихся ниш и противодействия экспансии транснациональных компаний (ТНК). Не менее важными инструментами стали целевое кредитование, создание совместных предприятий по принципу государственного и частного партнерства и особых экономических зон [10, с. 87].

При анализе механизмов и инструментов регулирования торговли в рамках ЕАЭС необходимо, помимо государственных институтов и института Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), учитывать и механизмы рыночного самоуправления. К механизмам рыночного самоуправления, по нашему мнению, стоит отнести маркетинговую политику, бизнес-планирование и ресурсное обеспечение.

Группировка механизмов рыночного самоуправления по таким обобщающим группам позволит учесть широкий спектр проблем, встречающихся у компаний, таких как конкуренция, устаревшие основные фонды, неразвитость рынков товаров и услуг, сырье и трудовые ресурсы, неэффективное управление. Отразим механизмы и инструменты регулирования товарных рынков схематично на рис. 1.

Как видно из рис. 1, механизмы государственного регулирования имеют как протекционистскую, так развивающую и фискальную функции. Протекционистская функция направлена на защиту национальных рынков, фискальная обеспечивает поступления в бюджеты, развивающая дает возможность через субсидирование и инвестиции запустить отдельные проекты. Механизмы ЕЭК направлены на защиту внутреннего рынка ЕАЭС посредством антидемпингового, компенсационного, таможенного, тарифного и нетарифного регулирования, проведения расследований в отдельных случаях.

Механизмы рыночного самоуправления помогают повысить качество товаров, укрепить позиции отдельной компании на рынке, повысить эффективность процессов осуществляемых компанией, повысить кадровый потенциал. К инструментам механизмов государственного регулирования и ЕЭК, применяемых для достижения поставленных целей, относятся законы, указы, постановления, рекомендации, нормативы, программы, инструкции, лимиты, квоты, лицензии, планы и др. К инструментам рыночного самоуправления относятся договоры, исследования, реклама, производственная политика, инвестиционная политика, кредитная политика и др. [4, с. 74].



Рис. 1. Механизмы управления товарными рынками

Первое – механизмы государственного регулирования и ЕЭК. Все описанные ранее действия, направленные на облегчение условий взаимной торговли в рамках Таможенного союза (ТС) и ЕЭП, а также комплекс механизмов и инструментов государственного регулирования торговой деятельности позволили существенно облегчить взаимную торговлю, что наглядно отражается в статистике ЕЭК за 2013-2014 гг., где на фоне общего спада объем взаимной торговли потребительскими товарами вырос на 11,2% в 2013 г. и на 4,9% в 2014 г. (табл. 1) [4].

Таблица 1

ДАННЫЕ О ВЗАИМНОЙ ТОРГОВЛЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ТОВАРАМИ СТРАНАМИ – УЧАСТНИКАМИ ТС, ЕЭП В 2013-2014 гг.

Наименование группы товаров	2013 г.			2014 г.		
	Доля к 2012 г., %	Доля к итогу, %	Сумма, млн. долл. США	Доля к 2013 г., %	Доля к итогу, %	Сумма, млн. долл. США
Потребительские товары, в том числе:	111,2	22,1	14142,0	104,9	25,9	14889,8
Продовольственные товары	113,5	10,4	6648,7	100,2	11,6	6658,7
Непродовольственные товары	109,2	11,7	7493,3	109	14,3	8231,1

Как видно из табл. 1, группа потребительских товаров в статистике ЕЭК в долевым выражении составила 22,1% в 2013 г. и 25,9% в 2014 г. Причем долю потребительских товаров в общем объеме взаимной торговли удалось увеличить за счет роста взаимной торговли непродовольственными товарами. Темпы роста непродовольственными товарами (единственная группа, показавшая темпы роста во взаимной торговле) несмотря на все осложнения (санкции, существенное снижение курса рубля) сохранились на уровне 109% в 2014 г. Можно сделать вывод, что комплекс мер, примененный для стимулирования взаимной торговли, в рамках ЕАЭС оказали положительное влияние.

Такие темпы роста не смогут сохраниться при снижении усилий прилагаемыми государствами участниками ЕАЭС и компаниями, работающими в данном экономическом пространстве. Поддержание темпов роста на таком уровне, по нашему мнению, возможно только при дальнейшем развитии механизмов и инструментов регулирования взаимной торговли в объединенном экономическом пространстве, совершенствовании торговой политики, а также облегчении условий экономической деятельности для торговых и производственных компаний, при этом основными актуальными проблемами для работы по совершенствованию взаимной торговли в краткосрочной и среднесрочной перспективе станут:

- слабая дифференциация производимых и продаваемых товаров народного потребления в рамках ЕАЭС;
- слабое освоение новых рынков сбыта торговыми компаниями внутри ЕАЭС;
- развитие механизмов и инструментов стимулирования взаимной торговли внутри ЕАЭС;
- нетарифные барьеры, ограничивающие вход компаний в новые регионы

Качественным и комплексным решением перечисленных проблем, по нашему мнению, может послужить создание специализированной холдинговой структуры с государственно-частным партнерством, целью которой будет являться охват всего рынка объединенного экономического пространства, в рамках которой, к примеру, возможно решение проблемы вывода качественных товаров казахстанского производства на рынки Армении, Белоруссии и РФ через собственную сеть специализированных магазинов либо через собственную интернет-площадку. Причем интернет-площадке необходимо уделить особое внимание, так как данное решение может стать своего рода лифтом для выведения по-настоящему качественных товаров имеющих популярность на местном уровне на объединенный рынок. Хорошим примером могут послужить интернет площадки Китая (alibaba.com, aliexpress.com), направленные на доведение предложений производителей до клиентов по всему миру. Целью данных площадок изначально являлось стимулирование торговли на экспорт, а не стимулирование внутреннего потребления. Но здесь необходимо понимать, что современная экономика Китая изначально строилась для экспорта произведенных внутри страны товаров. Целью же ЕАЭС является создание объединенного и сбалансированного экономического пространства и рынка потребления на территории государств участников, а также

создание и развитие площадки в формате, где будут преследоваться сразу две цели, это стимулирование роста взаимной торговли внутри ЕАЭС и выработка предпочтений у домохозяйств в потреблении товаров, произведенных на территории ЕАЭС. В состав такой холдинговой структуры могут войти как крупные сетевые торговые компании, так и производители товаров.

Помимо развития межрегиональной торговли с применением холдинговых структур, не менее важным аспектом является работа по снятию нетарифных барьеров. Стоит отметить исследования Агентства Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD, 2009). В докладе описана проблема нетарифных барьеров в развитии взаимной торговли как многоаспектное явление, включающее в себя, помимо технических стандартов, санитарных и фитосанитарных мер, множество явных и скрытых барьеров от ограничений в государственных тендерах до мер поддерживающих конкуренцию.

В исследовании описаны примеры снятия и нивелирования механизмов нетарифного регулирования торговли путем развития торговли на биржах, через холдинговые структуры и объединение отдельных компаний как способа стимулирования различных отраслей экономик Индии, Бразилии, Китая, России и Южной Африки (БРИКС) [9, с. 56].

Анализ данных исследования показал очевидность для развития взаимной торговли в рамках ЕАЭС поддержки как на уровне ЕЭК, так и на государственных уровнях в виде конкретных действий направленных на создание конкретных торгово-производственных структур и поощрения межрегиональных коммерческих объединений, целью которых будет являться увеличение и сбалансирование объемов торговли, а также работа по нивелированию ограничивающего эффекта нетарифных барьеров для организаций резидентов ЕАЭС.

Второе – механизмы и инструменты рыночного самоуправления. Рассматривая механизмы и инструменты рыночного самоуправления, стоит отметить, что торговля потребительскими непродовольственными товарами сильнее привязана к конечному потребителю (домохозяйствам) в связи с этим многие компании вынуждены применять систему с разветвленной сетью представительств для охвата как можно большего количества потребителей. Схема организации основной деятельности сетевой торговой организации обоснована нами на рис. 2.

Данная модель организации торговли была перенята у западных стран, где доведение товаров от производителя до конечных потребителей через разветвленную сеть собственных магазинов организовывала одна компания либо группа компаний, созданная под единым началом. Первые компании начали свое развитие с 1994 г., и с начала 2000-х гг. данный сегмент рынка получил бурное развитие, охватив все регионы и товарные ниши. Благодаря данному развитию, удалось подхлестнуть товарооборот во всех регионах. Однако такой бурный рост ведет и к определенным проблемам при снижении

темпов роста торговли, поставив перед торговыми компаниями следующие проблемы: снижение объемов торговли, снижение скорости оборачиваемости товаров и увеличение объемов товарных запасов.

В условиях обострения конкуренции, когда существенно сокращаются темпы роста торговли, перед сетевыми торговыми компаниями остро встает необходимость реализации своих конкурентных

преимуществ для удержания покупателей и объемов торговли.

Одним из основных инструментов поддерживающим постоянный и менее колеблющийся объем продаж, является собственный торговый бренд или собственная торговая марка.

Не менее важным является разработка мероприятий направленных на оптимизацию торговых процессов и сокращение расходов.

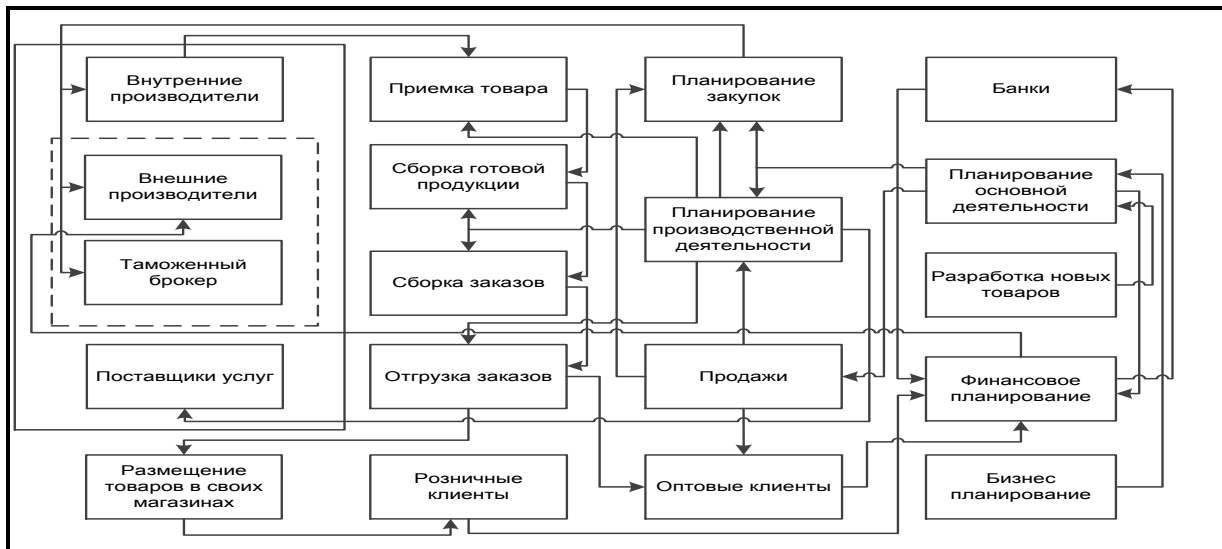


Рис. 2. Организация основной деятельности сетевой торговой компании

Из рис. 2 видно, что основным принципом в работе сетевых торговых компаний является продажа товаров оптовым и мелкооптовым клиентам за счет взятия на себя части рисков, связанных с организацией процесса закупки, доставки, маркировки и предпродажной обработки, а также продаже товаров конечным потребителям (домохозяйствам) через собственную торговую сеть. Для успешной реализации такой схемы торговли, в которой осуществляется реализация товаров как оптовым, так и розничным клиентам, ключевым фактором является грамотная и продуманная маркетинговая политика, подразумевающая взвешенную ценовую политику, оптимизированную модель организации работы и не менее важный, собственный портфель уникальных товаров и торговых брендов [9, с. 54].

Флагманами в применении политики продвижения собственных товаров и торговых марок на сегодняшний день являются продовольственные сетевые компании, торгующие во всех форматах от гипермаркета до магазинов «у дома», организовавшими собственные производства (под собственными марками) продукции хлебобулочной, кондитерской, мясной, молочной, полуфабрикатов и готовых блюд. Здесь стоит отметить, что такому существенному развитию товаров собственного производства послужили высокая конкуренция в данном секторе торговли и цель компаний расширить свои рынки сбыта за счет снятия с домохозяйств части нагрузки в приготовлении пищи (готовые к употреблению блюда и полуфабрикаты) [7, с. 47].

Также стоит отметить, что продвижение собственных торговых марок у сетевых ритейлеров как инстру-

мент расширения получаемой прибыли получил существенное развитие. Изначально собственные торговые марки применялись только как бренд и распространялись только на товар, подвергавшийся дополнительным требованиям к отбору, либо на товар с незначительной переработкой. На данный момент товар с глубокой переработкой изначально производится под требования ритейлера, и такие технологии производства стали распространяться повсеместно как на питание, так и на лекарства и бытовую технику. На наш взгляд, в условиях снижения объемов торговли тенденция по усилению доли собственной продукции или продукции, произведенной под собственной торговой маркой, будет являться существенным преимуществом для торговой организации [2, с. 72].

Не менее важными являются решения проблем увеличения товарных запасов и снижения скорости оборачиваемости товаров. И при решении данных проблем необходимо учитывать многогранность и многофункциональность процессов сопутствующих передвижению товара от производителя до конечного потребителя.

Также необходимо понимать тесную взаимосвязь данных процессов, что обуславливает необходимость в комплексном подходе при решении задач управления логистическими цепочками, что, по нашему мнению, подлежит отдельному исследованию. Единственное, что можно отметить, – это тенденцию в усложнении применяемых методов контроля и организации логистических цепочек за счет применения более сложного программного обеспечения, применения программных алгоритмов авто-

материзованного принятия решений при организации доставки и обработки товаров.

В целом можно отметить, что процесс интеграции рынков государств участников ЕАЭС позволил увеличить взаимную торговлю непродовольственными товарами. Причем темпы роста взаимной торговли в 2013-2014 гг. составили 109%, что говорит о положительном эффекте проходящего интеграционного процесса. Также в рамках ТС и ЕЭП были внедрены нормы единого технического регулирования, в рамках которых был составлен единый перечень продукции, на который распространяется унифицированный технический регламент, обязательные технические требования и согласована единая политика проведения контроля на соответствие продукции. Проведена работа по гармонизации законодательных баз в сферах сертификации, аккредитации, стандартизации и контроля соответствующих инстанциями в части технического регулирования. Создана Евразийская экономическая комиссия, надгосударственный институт, наделенный механизмами и инструментами, направленными на развитие взаимных экономических отношений.

Но для поддержания темпов роста взаимной торговли в рамках ЕАЭС и в будущем необходимо предпринять меры по решению задач со слабой дифференциацией производимых и продаваемых товаров, слабым освоением объединенного экономического пространства, совершенствованию механизмов и инструментов стимулирования взаимной торговли, нивелированию негативного эффекта нетарифных барьеров для компаний – резидентов ЕАЭС. Это в целом поможет торговым компаниям сфокусироваться не на проблемах, связанных с негативными последствиями экономической борьбы РФ и Запада, а на совершенствовании механизмов и инструментов саморегулирования.

Литература

1. Матвеева Т.А. Развитие таможенного права в условиях становления интеграционных объединений в рамках ЕвразЭС [Текст] / Т.А. Матвеева // Административное право и процесс. – 2013. – №6. – С. 72-76.
2. Нуралиев С.У. и др. Планирование оптового товарооборота и товарных запасов в условиях инновационной экономики [Текст] / С.У. Нуралиев, И.В. Христофорова, В.Т. Гришина, Л.Б. Лучицкая // Вопросы региональной экономики. – 2015. – Т. 22 ; №1. – С. 56-62.
3. Солозовов Ю. Нурсултан Назарбаев – объединитель Евразии [Электронный ресурс] / Ю. Солозовов // Казахстанская правда. – 2011ю – 5 нояб. URL: <http://www.kazpravda.kz/c/1320457543>
4. Статистика взаимной и внешней торговли департамента статистики Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/Pages/default.aspx

5. Суглобов А.Е. Перспективы формирования объединенного товарного рынка стран евразийского экономического союза [Текст] / А.Е. Суглобов, Р.Р. Алимов // Вопросы региональной экономики. – 2015. – Т. 22 ; №1. – С. 96-102.
6. Краснова М.В. Поведенческий портрет современного посетителя торгового комплекса [Текст] / М.В. Краснова, М.С. Земскова // Вопросы региональной экономики. – 2014. – Т. 20 ; №3. – С. 53-58.
7. Ткач А.В. Маркетинг в системе торговли [Текст] / А.В. Ткач, Н.С. Нечитайлова // Вопросы региональной экономики. – 2012. – Т. 11 ; №2. – С. 44-48.
8. IMF (2008) World Economic Outlook. International Monetary Fund. October 2. UNCTAD (2008) The Development Role of Commodity Exchanges. TD/B/ COM.1/EM.33/2. United Nations Conference on Trade and Development. Geneva. June, 25.
9. UNCTAD (2009) Development Impacts of Commodity Exchanges in Emerging Markets. Report by the UNCTAD Study Group on Emerging Commodity Exchanges. United Nations Conference on Trade and Development. Geneva.
10. UNCTAD (2012). Recent Developments In Key Commodity Markets: Trends and Challenges. (TD/B/C.I/MEM.2/19). Geneva, United Nations.

Ключевые слова

Евразийский экономический союз; взаимная торговля; механизмы управления товарными рынками; инструменты регулирования торговли; сетевые торговые компании.

Суглобов Александр Евгеньевич

Алимов Роберт Ривкатович

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. Развитие сбалансированной взаимной торговли, а так же возможность развития процесса торговли товарами народного потребления на региональных рынках с учетом проходящих интеграционных процессов на данный момент является темой подлежащей глубокому изучению и освещению. Организация сбалансированной взаимной торговли в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС) – тема, затрагивающая широкий спектр экономических процессов, решение которой позволит укрепить экономические связи государств-участников как на межправительственном уровне, так и на уровне отдельных участников рынка.

Научная новизна и практическая значимость. В статье освещены основные аспекты, связанные с развитием интеграционных процессов в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства. Дана оценка основным показателям взаимной торговли, сформирован перечень механизмов и инструментов регулирования процессов взаимной торговли как на государственном уровне, так и на уровне отдельных торговых компаний. Отражены проблемы, решение которых позволит увеличить объемы взаимной торговли.

Заключение. Рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям и может быть рекомендована к опубликованию в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Банк С.В., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Информационные бизнес-системы» Московского государственного машиностроительного университета (МАМИ)