

УДК 339.923: 339.372

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО РЕТЕЙЛУ**Севрук І. М., к.е.н.***Київський національний торговельно-економічний університет*

В умовах інтенсифікації глобалізаційних та інтеграційних процесів активізується розвиток глобальних торговельних мереж, внаслідок чого посилюється значимість регулювання міжнародної торгівлі на наднаціональному рівні. Зазначене викликає необхідність перегляду існуючих регулятивних механізмів та створення нових, здатних своєчасно реагувати на стрімкі зміни, що супроводжують розвиток глобального мережевого ретейлу. У статті проведено аналіз світової практики інституційно-правового регулювання діяльності мережевого ретейлу на рівні міжнародних організацій. Апелюючи до міжнародного досвіду систематизовано національні інструменти впливу на діяльність торговельних мереж і визначено шляхи протидії нечесній комерційній практиці у межах В2В відносин в роздрібному секторі. До останніх належать антимонопольне, цінове регулювання, загальні вимоги до сертифікації та маркування товарів, а також добровільні кодекси поведінки. Встановлено, що саме міжнародні організації як глобальні інститути покликані вчасно реагувати на сучасні тенденції в розвитку міжнародної торгівлі та розробляти дієві інструменти їх регулювання, наприклад, активізація електронної комерції викликала необхідність регулювання її на міжнародному рівні.

Ключові слова: міжнародні організації, міжнародні торговельні мережі, глобальний мережевий ретейл, ЄС, В2В, електронна комерція

UDC 339.923: 339.372

ROLE OF INTERNATIONAL ORGANIZATIONS IN GLOBAL RETAILING DEVELOPMENT**Sevruk I., PhD in Economics***Kyiv National University of Trade and Economics*

In the context of globalization and integration processes the development of global retail chains is intensifying, resulting in enhanced importance of international trade regulation at the supranational level. The above mentioned needs to review the existing regulatory mechanisms and form new ones, which can respond to rapid changes, that accompany the development of global retailing. The article analyzes the international practice of institutional and legal regulation of global retailing at the level of international organizations. Appealing to the international experience the national instruments that have impact on the retailers is systematized and the ways of combating B2B unfair trading practices in the retail sector are defined. The latter

include antitrust and price regulation, general requirements for certification and labeling, and voluntary codes of conduct. It is determined that international organizations as global institutions are designed to respond timely to modern trends in international trade and develop effective tools for regulation, e.g., an activation of e-commerce has necessitated its regulation at the international level.

Keywords: international organizations, international retailers, global retailing, EU, B2B, e-commerce

Актуальність проблеми. Значимість сфери торгівлі для розвитку економіки підтверджується вже не одне десятиріччя поспіль. Так, наприклад, ключовими для економіки ЄС є роздрібна та оптова торгівля. Вона становить 11,1% ВВП ЄС і забезпечує близько 33 млн робочих місць (майже 15% від загального числа зайнятих в ЄС). Більше 6 мільйонів компаній сектора роздрібної торгівлі діють в якості посередників між тисячами постачальників продукції та мільйонами споживачів. Зростаючі обсяги міжнародної електронної комерції дозволили збільшити потенційний ринок для роздрібної торгівлі та пропозицію продуктів, доступних для споживачів [1].

Поступовий розвиток міжнародної торгівлі та технологій актуалізував необхідність регулювання сфери торгівлі на рівні міжнародних організацій. Особливу увагу з боку останніх у зв'язку з посиленням глобалізаційних процесів викликає саме мережевий ретейл та електронна комерція.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питанням міжнародної практики регулювання діяльності роздрібних мереж присвячено праці таких вчених як Р.Ж. Бекова, З.В. Котельникова, А.М. Резяпова, С.Н. Хоботова та ін. Теоретичним аспектам регулювання міжнародної торгівлі, зокрема електронної комерції на рівні міжнародних організацій приділяється значна увага в працях таких науковців як Єманова Н.С., Козинець Н.В., Кастельська А.В., Ларіонова М.В. та ін. Проблеми дослідження конкурентного середовища розглядаються в працях І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера, Т. Белової, Є. Крикавського, Р. Фатхутдінова та інших. Водночас, наразі недостатньо вивченими залишаються питання визначення ролі міжнародних організацій в регулюванні глобального мережевого ретейлу, відсутнє комплексне дослідження щодо ідентифікації напрямів та інструментів впливу на діяльність міжнародних торговельних мереж на основі аналізу

законодавчої бази, особливостей антимонопольного регулювання, протидії нечесній комерційній практиці у сфері B2B відносин розвинутих країн світу, що актуалізує необхідність даного дослідження.

Мета роботи. Виходячи з цього, метою даної статті є аналіз світової практики інституційно-правового регулювання діяльності мережевого ретейлу на рівні міжнародних організацій та систематизація національних інструментів впливу на діяльність торговельних мереж і протидії нечесній комерційній практиці в межах B2B відносин в роздрібному секторі.

Викладення основного матеріалу дослідження. Світовий досвід засвідчує про вагомую роль, яку відіграють міжнародні організації в регулюванні сфери торгівлі, зокрема розвитку мережевих форм торгівлі та транскордонної електронної комерції. Найбільше значення і пріоритет серед міжнародних організацій, які регулюють сферу торгівлі, мають Світова організація торгівлі, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), Міжнародна торговельна палата (МТП), Європейська комісія.

Важливу роль в регулюванні міжнародної торгівлі відіграє Світова організація торгівлі (СОТ). В офіційному виданні СОТ стосовно цілей і завдань організації зазначається, що ліберальна торговельна політика – це політика, спрямована на забезпечення необмежених потоків товарів і послуг, що посилює конкуренцію, сприяє нововведенням і обертається в кінцевому підсумку економічними успіхами. Така політика веде до збільшення економічних результатів, що виникають від виробництва найкращої продукції найкращого рівня якості, що продається по кращій ціні [2].

У травні 1998 року на другій сесії міністрів торгівлі країн - учасниць СОТ була схвалена декларація про глобальну електронну торгівлю, в якій було заявлено про те, що в рамках СОТ створюється робоча група по всебічному вивченню всіх аспектів електронної торгівлі, включаючи вироблення загальних принципів, що регламентують і регулюють електронну торгівлю в глобальних масштабах [3].

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) була створена з метою сприяння розвитку світової торгівлі, в тому числі і електронної, реалізації програм технічного співробітництва. В рамках ЮНКТАД був розроблений «Міжнародний кодекс поведінки в сфері передачі технологій», що стало чинником розвитку науково-технічної діяльності країн, що розвиваються [4].

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) має на меті створення стійкої, недискримінаційної основи для міжнародної торгівлі. Значну роль ОЕСР приділяє розвитку електронної комерції. Під егідою ОЕСР були проведені три міжнародні конференції з питань електронної торгівлі, включаючи особливості оподаткування. Наприклад, в 1998 році ОЕСР провела конференцію «Світ без кордонів: реалізація глобальної електронної торгівлі» або Оттавська конференція, в результаті якої були розроблені три документа: План дій ОЕСР в галузі електронної торгівлі, Доповідь про міжнародні органи: види діяльності та ініціативи в галузі електронної торгівлі, Глобальний план дій в галузі електронної торгівлі, що містить рекомендації для урядів.

Наразі ОЕСР бере участь у виробленні універсальних міжнародних правил регулювання електронної торгівлі, зокрема в сфері податкового і митного регулювання. Однак ОЕСР робить тут акцент перш за все не на заходах жорсткого регулювання і контролю, а на різних аспектах захисту прав споживачів та уникнення введення невинуватених бар'єрів і обмежень в сфері електронної торгівлі на національному рівні [4].

Особливих результатів в сфері міжнародної торгівлі досягла Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ). В рамках ЮНСІТРАЛ був розроблений ряд міжнародних документів, які мають основоположне значення в регулюванні міжнародної, у тому числі електронної торгівлі. Стосовно останньої найважливішими нормативними правовими актами, розробленими ЮНСІТРАЛ, є Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю 1996 року, Типовий Закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи 2001 року, Конвенція ООН про використання електронних повідомлень в міжнародних договорах 2005 року та ін.

Найбільш значущим результатом діяльності Комісії є Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю» 1996 року, який явив собою модель правового регулювання відносин, що виникають у сфері електронної торгівлі. Метою цього правового акту було полегшення ведення електронної комерційної діяльності. Наразі триває нормотворча діяльність ЮНСІТРАЛ щодо електронної торгівлі [5].

Наступною організацією, яка активно займається питаннями міжнародної торгівлі, є Міжнародна торговельна палата (МТП), до основних цілей і напрямів діяльності якої відносяться: організація

процесів міжнародного економічного самоврядування, стимулювання розвитку міжнародної торгівлі та інвестицій, а також розвиток міжнародних ринків товарів і послуг і забезпечення вільного переміщення та обігу капіталів, обслуговування інтересів міжнародного бізнес-співтовариства [6].

У контексті вивчення досвіду регулювання мережевої торгівлі на рівні Європейського союзу, варто зазначити, що метою Європейської комісії, як вищого органу виконавчої влади ЄС, є забезпечення повного задоволення потреб оптовиків, роздрібних торговців і споживачів ЄС та функціонування інтегрованого роздрібного ринку [1].

Регулювання мережевого ретейлу в ЄС можна звести до наступних інструментів:

- План дій в Європейській роздрібній торгівлі (Європейський парламент (11. 12. 2013 р. 2013/2093 (INI);

- Зелена книга Європейської комісії про нечесну комерційну практику у взаємовідносинах підприємств у ланцюгах постачання товарів в Європі (31.01.2013. COM / 2013/037);

- директива про рекламу, що вводить в оману і порівняльну рекламу (2006/14 / EU);

- директива про прострочені платежі (до 60 днів). Визначає право на відсотки за прострочення (ставка рефінансування ЄЦБ) і компенсацію витрат на стягнення боргу (мінімум 40 євро за борг) - 2011/7 / EU.

План дій в Європейській роздрібній торгівлі визначає основні перешкоди для нормального функціонування роздрібного сектора ЄС. Прийнятий в січні 2013 року, План визначає дії по створенню єдиного ринку в роздрібній торгівлі, з метою підвищення ефективності сектора і забезпечення його відповідності стратегії Європа-2020.

Під нечесною комерційною практикою розуміють нав'язування несправедливих умов слабшому партнеру. В основному це результат нерівномірного умовного розміру / обсягу / частки ринку. Нечесні практики можуть реалізуватись як з боку постачальника (виробника), так і покупця (торговця).

Європейська комісія вважає, що нечесна практика має негативний вплив на можливість вибору товарів і розвиток інновацій в роздрібній торгівлі, а також перешкоджає здійсненню торгівлі через кордон.

До видів нечесної практики відносяться наступні [7].

- 1) Нечесні умови договору (права, обов'язки, санкції).
- 2) Відсутність письмового договору (немає доказів стосовно умов домовленості).
- 3) Зміна умов до зворотної сили (знижки, платежі, витрати).
- 4) Нечесне перенесення комерційного ризику (наприклад, за крадений товар, розвиток нових технологій).
- 5) Нечесне використання інформації (розробка конкуруючого продукту).
- 6) Нечесне завершення комерційних відносин (несподіване, необґрунтоване).
- 7) Обмеження територіального постачання (зберігається відмінність ціни по країнах).

Регулювання В2В відносин у сфері роздрібної торгівлі ЄС здійснюється завдяки наступним інструментам впливу [7]:

- 1) Закон щодо конкуренції (відноситься до домінуючих підприємств).
- 2) Цивільне та комерційне право (відноситься до дій *contra bonos mores*, які не є законними, оскільки не дотримуються принципів моралі, справедливості і лояльності).
- 3) Добровільні кодекси дії (Португалія, Словенія, Іспанія, Бельгія, Великобританія, Латвія та ін.).
- 4) Регулювання продовольчої галузі (Угорщина, Італія).

5) Європейська Комісія в 2014 році підписала угоду про принципи чесної практики в В2В відносинах з 11 загальноєвропейськими організаціями виробників і торговців.

З метою поліпшення захисту дрібних виробників продуктів харчування і ретейлерів від потенційних нечесних практик з боку іноді набагато сильніших торговельних партнерів, Європейська комісія розпочала процес обговорення та консультацій (Зелена книга), які ґрунтуються на наступних положеннях:

1. Підтримка громадських ініціатив.
2. Загальноєвропейські стандарти щодо принципів добросовісної практики.
3. Ефективне впровадження принципів добросовісної практики на національному рівні [1].

Досить широкого поширення останнім часом набули добровільні кодекси поведінки. Прикладами принципів формування B2B відносин, зазначених в добровільному кодексі можуть бути:

- 1) Договір у письмовій формі.
- 2) Умови постачання і стандартний договір представляються протягом 14 днів, відповідь на пропозицію є обов'язковою (не частіше одного разу на рік).
- 3) Заборона на подарунки та платежі співробітникам.
- 4) Постачальник не оплачує вивезення товару, якщо псування товару відбулося з вини торговця, або замовлення не узгоджене з постачальником.
- 5) Необхідно інформувати про лотереї та інші акції щодо просування товарів.
- 6) Заборона на запит щодо зниження ціни після постачання товару.
- 7) Заборона на компенсацію ринкових досліджень, упаковку, мотивацію співробітників.
- 8) Заборона на нав'язування асортименту постачання і мінімальний обсяг закупівлі [7].

Дотримання зазначених принципів при співпраці постачальників з роздрібними торговельними мережами знижує ризик виникнення конфліктів та значно підвищує вірогідність формування довгострокових B2B взаємовідносин.

Наступним інструментом впливу на діяльність міжнародних торговельних мереж є встановлені ЄС обмеження на відкриття торговельних точок, що є серйозною перешкодою для більш конкурентного роздрібного сектора. Вибір правильного місця розташування роздрібних точок та своєчасний початок операцій мають вирішальне значення для успіху в бізнесі. Це також залежить від наявності нормативно-правової бази, яка обмежує відкриття роздрібних торговельних точок. Країни ЄС можуть застосовувати певні обмеження на відкриття роздрібних точок (що відносяться до місця розташування і розміру торговельних точок, наприклад), щоб захистити навколишнє середовище, споживачів, або для певних цілей планування міста і країни загалом. Такі обмеження мають бути адекватними і відповідати встановленим цілям.

Крім того, значна увага в рамках ЄС приділяється інтересам та захисту прав споживачів. В ЄС законодавство про захист прав споживачів гарантує, що кожен має право на справедливе поводження при покупці побутових товарів в супермаркеті, оплачуючи свої рахунки тощо [8].

Важлива роль в регулюванні роздрібної торгівлі в умовах ринкової економіки належить антимонопольному регулюванню та політиці підтримки конкуренції у сфері торгівлі. Якщо розвинені країни мають налагоджений механізм регулювання конкурентних відносин, то більшість країн, що розвиваються перебувають у процесі формування та впровадження законодавства щодо захисту конкуренції [9]. Такі міжнародні організації, як ОЕСР, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) тощо та ряд неформальних організацій (Міжнародна мережа з питань конкуренції та ін.) сприяють ефективному впровадженню антимонопольного законодавства в країнах, що розвиваються завдяки прогресивному досвіду розвинутих країн та міжнародному співробітництву.

Вивчення міжнародного досвіду дозволяє систематизувати найпоширеніші інструменти впливу на діяльність міжнародних роздрібних торговельних мереж у розрізі окремих країн (табл. 1). Згідно з даними табл. 1 найпоширенішими інструментами протидії зловживанню маркетинговими технологіями (реклама, що водить в оману, дискримінація постачальників, узгодження цін між ключовими операторами ринку тощо) мережевого ретейлу у країнах Заходу є антимонопольне, цінове регулювання, а також загальні вимоги до сертифікації та маркування товарів.

Таблиця 1 - Найпоширеніші інструменти впливу на діяльність міжнародних роздрібних торговельних мереж в США та ЄС

Країни	Інструменти впливу					
	Антимонопольне регулювання	Регулювання цін	Бар'єри входу (розмір, форма товарної спеціалізації)	Обмеження режиму роботи	Регламентация умов договору між продавцем і покупцем	Загальні вимоги до товарів, маркування
США	+	+/- *	-	-	+/-**	+
ЄС	+	+	+	+	-***	+

Джерело: розроблено автором

* Застосовується та не застосовується залежно від штату.

** Законодавча база гарантує чесні стартові умови співпраці.

*** Відсутність законодавчо закріплених норм; наявність добровільних галузевих кодексів поведінки лише в деяких країнах ЄС

Досвід країн Західної та Центрально-Східної Європи свідчить, що державна політика регулювання сфери роздрібної торгівлі в країнах змінювалась від жорсткого регулювання і контролю за операційною діяльністю підприємців до практично повної лібералізації сектора роздрібної торгівлі. Процес регулювання підприємництва у сфері роздрібної торгівлі характеризувався низьким ступенем втручання з боку держави, що спричинило зниження продовольчої безпеки через нездатність органів влади впливати на частку вітчизняних товарів у загальному обсязі реалізації, тобто така регуляторна політика призвела до низки як позитивних, так і негативних ефектів для галузі, споживачів і держави. Так відсутність жорсткого регулювання, з одного боку, сприяла підвищенню рівня інвестиційної привабливості і швидким темпам розвитку галузі, а з іншого, призвела до появи високих вхідних бар'єрів на регіональні ринки, що відображалось на протекціоністських заходах з боку місцевої влади, і відсутності розвиненої інфраструктури [10]. Для споживачів основним позитивним фактором стало істотне збільшення кількості форматів сучасної торгівлі, що дозволило знизити ціни (порівняно з традиційними форматами) і підвищити якість обслуговування. Але висока нерівномірність розвитку сектора призвела до сильної диспропорції у забезпеченості торговельними площами, сучасними форматами, рівні цін між різними регіонами тощо [10].

З метою протистояння експансії з боку іноземних мережевих компаній, місцеві оператори ринку, зазвичай, вдаються до прямого копіювання зарубіжного досвіду в галузі розвитку організаційних, маркетингових, логістичних та інших технологій, і в ряді країн мають підтримку держави при отриманні пільгових кредитів та в інших питаннях регуляторної політики. Вивчення та адаптація міжнародних маркетингових стратегій і передових стандартів операторами внутрішнього ринку сприяє розвитку сектора роздрібної торгівлі, а також скорочує частку традиційного (у формі відкритих ринків) та іллегального сектора роздрібної торгівлі. Більшість країн СНД становлять інтерес для міжнародного мережевого бізнесу через те, що традиційні форми торгівлі та неформальні ринки (тіньовий оборот) все ще займають значну частку в обороті роздрібної торгівлі, а це, у свою чергу, свідчить про високий потенціал для розвитку сучасних

мережових утворень із можливістю поступового відвоювання частки ринку у традиційних каналів продажу товарів на свою користь.

Варто зазначити, що при формуванні законодавчої бази на національному рівні в галузі мережевої торгівлі найчастіше за основу береться досвід США і ЄС, адже саме міжнародні організації цих країн досягли найбільш розвиненої нормативно-правової бази. У контексті регулювання сфери електронної торгівлі, наприклад, такі країни, як Аргентина, Канада, Колумбія, Данія, Італія, Люксембург, Малайзія, Південна Корея, Австралія, Сінгапур та інші використовували в якості базису для своїх законодавчих актів «Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю 1996 року» [4].

Висновки. Таким чином, підґрунтям для розробки законодавчої бази в сфері роздрібно-мережевої торгівлі та електронної комерції на національному рівні залишаються міжнародні правові норми. Всупереч наявності цілої низки нормативно-правових актів, прийнятих на рівні міжнародних організацій, спостерігається деяка їх розбалансованість та відсутність єдиних документів, які б забезпечували створення глобального базису регулювання світового мережевого ретейлу та електронної комерції, що становило б основу для розроблення національних нормативно-правових актів. Реалізація останнього дозволить забезпечити ефективне регулювання діяльності міжнародних торговельних мереж як на національному, так і на наднаціональному рівні.

Особливу увагу необхідно приділити питанням налагодження B2B відносин у сфері роздрібно-торгівлі, що викликано численними прикладами застосування нечесної комерційної практики в різних країнах світу. Зазначене потребує детальнішого вивчення можливих шляхів врегулювання ділових взаємовідносин між глобальними торговельними мережами та постачальниками на національному та міжнародному рівнях, що визначає перспективи подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. European Commission, Retail Services [Electronic resource]. – Mode of access: http://ec.europa.eu/growth/single-market/services/retail_en
2. WTO. Understanding the WTO. [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/tif_e.htm

3. The Geneva Ministerial Declaration on global electronic commerce. Declaration on global electronic commerce. WT/MIN(98)/DEC/2. [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindec1_e.htm
4. Еманова Н.С. Роль международных организаций в развитии электронной торговли / Н.С. Еманова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2014. – Том 14. – №3. – С.59–60.
5. Козинец Н.В. Проблемы международного сотрудничества в сфере регулирования трансграничной электронной торговли в контексте деятельности международных организаций / Н.В. Козинец // Актуальные проблемы российского права. – 2016. – № 4(65). – С. 194-203.
6. International Chamber of Commerce [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.iccwbo.org/about-icc/>
7. Данусевич Х. Регулирование отношений в цепи поставок товаров, 2015 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://knteu.kiev.ua/file/MTc=/385088978376429c48861eae9df631ce.pdf>
8. European commission. Consumer rights. [Electronic resource]. – Mode of access: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/index_en.htm
9. Трансграничная интеграция. Доклад о переходном процессе за 2012 год. - Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), 2012 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ebrd.com/transitionreport/.
10. Бекова Р.Ж. Глобализация розничной торговли как фактор конкурентоспособности предприятия: международный опыт / Р.Ж. Бекова // Вестник ун-та «Туран». – 2012. – № 4(56). – С. 56-69.