DOI: 10.17117/na.2015.12.01.335

Поступила (Received): 06.12.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.12.01.335.pdf>

Севрюков И.Ю.
Торговля XXI века: организационный и
коммуникационный аспекты

Sevruikov I.Yu.
Trading in the twenty-first century:
organizational and communication aspects

Современная торговля подвержена влиянию двух взаимосвязанных тенденций: глобализации и интеграции. Серьезное воздействие оказывают транснациональные корпорации, монополизировавшие многие отраслевые рынки товаров и услуг. В этих условиях особое значение приобретают коммуникационные аспекты формирования средних и малых торговых структур

Ключевые слова: торговля, сфера услуг, глобализация, коммуникации

Севрюков Иван Юрьевич

Ассистент

Новосибирский государственный университет
экономики и управления

г. Новосибирск 99, ул. Каменская, 56

Modern trade is influenced by two interrelated trends: of globalization and integration. The serious impact of transnational corporations that monopolized many of the industry markets of goods and services. In these circumstances, special importance communication aspects of the formation of medium and small commercial structures

Key words: trade, services, globalization, communication

Sewruikov Ivan Yurevich

Assistant

Novosibirsk state university of economics and
management

Novosibirsk 99, Kamensky st., 56

Интернационализация производства и капитала ускоряет развитие международной торговли, большая часть которой приходится именно на крупнейших участников рынка – ТНК. Значительная интенсификация хозяйственных связей, вызванная их деятельностью, способствовала переходу к качественно новому этапу интернационализации экономик – глобализации.

Глобализацию следует рассматривать в контексте роста взаимосвязи и взаимозависимости экономик всех стран мира, в основе которого лежит углубление интернационализации производства и капитала. В глобализационные процессы оказываются втянутой наряду с международными финансово-кредитными операциями, международным перемещением факторов производства и внешняя торговля. Этому не в малой мере способствует ориентация на либерализацию внешнеторговой сферы, т.е. на снятие или сокращение ограничений на пути движения товаров и услуг [2, с. 24].

Внешнеторговая либерализация выступает идеологическим фундаментом деятельности Всемирной торговой организации (World Trade Organization –

WTO), которая выступает за снижение таможенно-тарифных барьеров и устранение нетарифных барьеров. Оценить деятельность ВТО можно на основе следующей статистики: благодаря деятельности ГАТТ (предшественницы ВТО) средневзвешенные ставки таможенных пошлин сократились за 1947 – 1997 гг. с 45 до 3,2% [6, с. 163].

Кроме ВТО на поприще внешнеторговой либерализации работает еще одна организация – ЮНКТАД, в рамках которой была принята Общая система невзаимных преференций на готовые изделия, происходящие из развивающихся стран и ввозимые на рынки промышленно развитых государств (1970 г.). Ее использование предусматривает снижение пошлин на товары из развивающихся стран и многих государств с переходной экономикой на 50%, а на товары из наименее развитых стран – до нуля [6, с. 163].

Глобализация в сфере международной торговли несет разные выгоды для стран – участниц. Действительно, страны с развитой рыночной экономикой, предлагающие высококонкурентоспособные товары, при выходе на внешние рынки в условиях либерализации внешней торговли получают дополнительное конкурентное преимущество – по цене. В то же время ряд стран с переходной экономикой и развивающихся стран оказываются в двойственном положении. С одной стороны, эти страны зачастую не в состоянии конкурировать с промышленно развитыми странами на мировом рынке (т.е. облегчение им доступа на внутренний рынок развитых стран не несет тех экономических дивидендов, которые получают развитые страны при расширении доступа на рынки развивающихся стран и стран с переходной экономикой). С другой стороны, эти страны в ряде случаев не в состоянии выдержать массового притока импортной продукции на внутренний рынок [4, с. 19].

Следствием интернационализации хозяйственной жизни общества выступает наряду с глобализацией интеграция. Ее можно определить как процесс сращивания национальных экономик в единый хозяйственный комплекс. В то время как глобализация характеризует эволюцию мирового хозяйства и мирохозяйственных связей не так давно (с конца XX в.), интеграционные процессы имеют более длительную историю. Например, процесс формирования Европейского союза начался с создания Организации европейского экономического сотрудничества (1948 г.), а также таможенного союза Бенилюкс.

Так как интеграция в конечном итоге приводит к свободному перемещению не только капитала и рабочей силы, но и прежде всего товаров и услуг, то она естественным образом интенсифицирует международную торговлю. В этом проявляется сходство глобализационных и интеграционных процессов. Однако нельзя не учитывать и тот факт, что интеграция может выступать в определенной мере сдерживающим фактором на пути движения товаров и услуг за пределы интеграционного объединения, поскольку в рамках этого интеграционного объединения происходит постепенная переориентация с торговли с другими странами на взаимную торговлю между странами-участницами [5, с. 97].

Безусловно, полной переориентации на подобные отношения нет и быть не может, однако факт остается фактом – значительная часть товарообменных операций стран-участниц приходится именно на взаимную торговлю в ущерб

развитию внешнеторгового сотрудничества со странами, не входящими в интеграционную группировку. Однако в рамках этой группировки товарооборот возрастает многократно, что находит свое отражение в положительной динамике мировой торговли [1, с. 16].

Рост товарооборота и в рамках интеграционных группировок, и за их пределами связан со снижением тарифных и нетарифных барьеров на пути движения товаров и услуг. В результате в условиях обострившейся конкуренции, связанной с либерализацией внешнеторговой сферы, сохранить и улучшить свои позиции на мировом рынке удастся немногим. Это те участники хозяйственной деятельности, которые в состоянии создавать и развивать конкурентные преимущества, разрабатывать эффективные конкурентные стратегии, осуществлять значительные финансовые вливания в проведение исследований конъюнктуры мирового товарного рынка и в ее прогнозирование. Они должны быть готовыми гибко реагировать на любые внешние воздействия и наиболее рационально задействовать собственные ресурсы [3, с. 165].

Устойчивость их бизнесу придает не только наличие достаточного инвестиционного потенциала (или возможность привлечь извне инвестиционные ресурсы), но и эффективный менеджмент, способность генерировать передовые технологии. Всеми этими характеристиками обладают транснациональные корпорации – ТНК, а также финансово-промышленные группы – ФПГ. Они и выступают движущей силой современного процесса глобализации и интеграции, накладывая внутрикорпорационное разделение труда на традиционное разделение труда. Активизация деятельности этих крупнейших игроков рынка стимулирует не только международную миграцию капитала, но и рост международной торговли, в том числе за счет внутрифирменной торговли полуфабрикатами и услугами.

Список используемых источников:

1. Архипов А.Е., Аршинова А.Н. Технологические аспекты функционирования розничных торговых предприятий // *Инновации в современном мире*. М., 2015. С. 15-17.
2. Архипов А.Е., Нюренбергер Л.Б., Климова Э.Н. Сервисная составляющая в стратегическом развитии компании // *Теоретические и прикладные аспекты современной науки*. 2015. № 7-7. С. 22-26.
3. Архипов А.Е., Севрюков И.Ю. Приоритетность маркетинговых коммуникаций в условиях глобализации экономики // *Проблемы современной экономики*. 2015. № 1(53). С. 163-165.
4. Климова Э.Н., Еськов В.Д. Современные перспективы развития рынка маркетинговых коммуникаций // *Бизнес и образование: интеграционная модель развития*. Новосибирск, 2014. С. 18-22.
5. Леушина О.В. Инновации как источник развития экономики // *Сибирская финансовая школа*. 2015. №2 (109). С. 96-100.
6. Лучина Н.А., Климова Э.Н. Современные тенденции развития розничной торговли // *Символ науки*. 2015. №9-1. С. 162-164.