



**КОНФЕРЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ  
ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ  
ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ**

Distr.  
GENERAL

TD/B/COM.1/EM.29/3  
16 December 2005

RUSSIAN  
Original: ENGLISH

**СОВЕТ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ**

Комиссия по торговле товарами и услугами  
и по сырьевым товарам  
Совещание экспертов по распределительным услугам  
Женева, 16-18 ноября 2005 года

**ДОКЛАД О РАБОТЕ СОВЕЩАНИЯ ЭКСПЕРТОВ  
ПО РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫМ УСЛУГАМ,**

состоявшегося во Дворце Наций в Женеве  
с 16 по 18 ноября 2005 года

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>Глава</b>	<b>Стр.</b>
I. Резюме Председателя .....	2
II. Организационные вопросы .....	35
<b>Приложение</b>	
Участники Совещания .....	37

## Глава I

### РЕЗЮМЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ

1. Совещание экспертов по распределительным услугам было проведено в Женеве 16-18 ноября 2005 года. Эксперты изложили свои точки зрения относительно того, каким образом правительства развитых и развивающихся стран могут либо играть активную роль на национальном уровне и в рамках многосторонних переговоров в целях обеспечения того, чтобы распределительные услуги содействовали расширению участия развивающихся стран в торговле товарами и услугами и их развитию в целом. Представленные ниже материалы отражают разнообразие высказанных мнений и предложений.

#### I. Введение

2. Распределительные услуги представляют собой комплексную, специализированную, сложную и скоординированную цепь поставок в развитых странах и, во все большей мере, во многих развивающихся странах. Сектор распределения включает в себя комиссионных агентов и предприятия оптовой и розничной торговли, которые являются исполнительными звеньями торговли. Особо активную роль играет франчайзинг. Поставщики услуг варьируются от гипермаркетов, универсальных магазинов, супермаркетов и магазинов товаров повседневного спроса до небольших семейных магазинов, иными словами, речь может идти как о крупных, так и мелких хозяйственных, как о значительных, так и небольших по стоимости услугах, как о высоком, так и низком объеме продаж и как о современных, так и традиционных и неформальных поставщиках. Распределительные услуги зависят от наличия инфраструктуры и тесно связаны с другими услугами, такими, как транспортные услуги, услуги по упаковке и хранению, финансовые услуги и услуги, связанные с коммерческой недвижимостью. Эти услуги все больше переплетаются с предоставлением других услуг, в частности это относится к предоставлению кредитов, контролю за качеством и установлению стандартов, рекламе, управлению товарно-материальными запасами и послепродажному обслуживанию. Если говорить о международной торговле, то, возможно, основным методом ведения торговой деятельности является коммерческое присутствие; вместе с тем все большее коммерческое значение приобретает и электронная торговля. Временное перемещение кадров по-прежнему сохраняет свою значимость в сфере распределения, причем не только в рамках внутрикорпоративных переводов сотрудников, но также в рамках деятельности консультантов и послепродажного обслуживания.

3. Модернизация распределительных услуг приобретает важнейшее значение для повышения национальной конкурентоспособности и укрепления потенциала предложения, особенно с учетом посреднической роли этого сектора. В большинстве развивающихся стран в сфере распределения преобладают неорганизованные и неформальные виды деятельности, обеспечивающие многочисленные возможности для занятости и служащие экономической нишей для представителей групп населения с самым низким уровнем дохода. В то же время развивающиеся страны сталкиваются с трудностями в плане выхода на международные рынки для сбыта своих товаров и услуг, причем нередко из-за ограниченности доступа на условиях конкуренции к этим рынкам, а также из-за имеющихся узких мест в системах распределения. Основными участниками рынка, связанными с распределением, являются потребители, предприятия розничной и оптовой торговли и другие посредники, а также поставщики товаров и других услуг. Реформа политики в области распределительных услуг оказывает свое влияние на каждую из этих различных групп, и правительствам необходимо изучить возможность принятия сопутствующих мер в этой связи. Процесс реформы в сфере распределения нередко приводит к возникновению социально-политических проблем, требующих своего решения. В большинстве развивающихся стран реформа направлена на активизацию роли правительства, включая принятие дополнительных мер, в частности в целях устранения недостатков рынка, оказания помощи малым и средним предприятиям (МСП) и смягчения возможных неблагоприятных последствий в плане занятости. Это позволяет обеспечить существенные и непосредственные выгоды для потребителей, которым, как правило, предоставляется более широкий выбор качественных продуктов по более низким ценам. Кроме того, обеспечение справедливых условий для ведения конкурентной борьбы на рынке создает возможность для получения максимальных преимуществ всеми участниками рынка распределительных услуг.

## **II. Обзор рынков и рыночные тенденции**

4. В настоящее время покупательная способность потребителей во всем мире продолжает возрастать, о чем свидетельствует тот факт, что в 2004 году объем расходов на личное потребление составил в общей сложности 22,1 трлн. долл. США. И хотя ведущие позиции здесь занимают Соединенные Штаты Америки и 15 стран, Европейского союза (ЕС), рынки которых в отдельности превышают 6 трлн. долл. США, основное внимание глобальных предприятий розничной торговли обращено на рынки развивающихся стран. По оценкам, годовой доход среднемирового потребителя в настоящее время составляет 5 000 долл. США, и ожидается, что в ближайшие десять лет эта цифра увеличится в десять раз, причем в основном за счет роста в развивающихся странах и странах с переходной экономикой. В 2004 году объем потребительских расходов в Латинской Америке и Карибском бассейне составил 0,94 трлн. долл. США, в

Китае - 0,55 трлн. долл. США, а в Индии - 0,35 трлн. долл. США. По прогнозам, за ближайшее десятилетие на глобальном рынке появится примерно 1 млрд. новых потребителей. Общая численность населения, живущего в домашних хозяйствах с доходом более 5 000 долл. США в год, увеличится на 925,1 млн. человек, причем основной прирост новых потребителей будет наблюдаться в Индии (на 544 млн. человек), в Китае (на 268 млн. человек), Российской Федерации (на 55 млн. человек) и Бразилии (на 38 млн. человек).

5. Наряду с тем, что формирующиеся рынки уже приобрели определенный вес и продолжают развиваться<sup>1</sup>, значительные потенциальные возможности имеются еще и на рынках развитых стран. Развитие сектора распределения определяется социальными и демографическими факторами, влияющими на характер и характеристики рынков. Одной из наиболее значительных тенденций является демографическая: например, в Соединенных Штатах Америки все более значительной становится растущая и относительно молодая испаноязычная община, а ее покупательная способность, как ожидается, достигнет в 2015 году уровня 60% китайского потребительского рынка. К числу других социальных изменений, влияющих на структуры потребления, относятся рост числа домохозяйств, состоящих из одного человека (в каждой из таких странах, как Соединенное Королевство, Германия и Франция, на долю домохозяйств этого типа приходится более 30%), женская занятость (до 72% в Швеции и 65% в Соединенном Королевстве), различия в нормах сбережений и увеличение числа людей с высшим образованием. Другие значительные изменения связаны с распределением доходов, характеризующимся увеличением и ростом среднего дохода в верхних и нижних сегментах рынка. Кроме того, происходит все более заметное сближение вкусов и предпочтений в странах с различными культурными традициями.

6. Начиная с 1990-х годов в мире наблюдается устойчивый рост *глобальной торговли*, совокупные среднегодовые темпы которого составили 2,2%, наряду с устойчивым увеличением доли внешней торговли в валовом внутреннем продукте (ВВП) в крупных торговых странах и объединениях стран. Поскольку эта торговля осуществляется через распределительные системы, рост распределительных услуг по-прежнему будет оставаться характерной чертой глобальной экономики.

7. В секторе розничной торговли наблюдалось усиление конкуренции и *концентрации* главным образом за счет создания и расширения сетей магазинов общего подчинения;

---

<sup>1</sup> Например, в 2002 году рынок розничной торговли Китая оценивался в 4 млрд. долл. США, что больше совокупного показателя всех азиатских стран, за исключением Японии, и составлял 5% от объема общемировых розничных продаж.

опережающее развитие крупных магазинов; более широкое использование технологий; и усиливающаяся интернационализация всей сети поставок. Характерными для сектора розничной торговли являются экономия, обусловленная увеличением масштабов и сферы деятельности, а также вертикальная интеграция и существование крупных сетей розничных магазинов. Усиливающаяся концентрация в сфере розничной торговли также породила ряд вопросов относительно антиконкурентного поведения крупных предприятий розничной торговли по отношению к другим участникам рынка и действий закупщиков с позиций силы по отношению к поставщикам товаров и потребителям. В некоторых случаях это привело также к сокращению ассортимента местных товаров и уменьшению числа магазинов, прежде всего микропредприятий и МСП.

8. *Потребительский спрос* является основным фактором, обуславливающим *снижение цен в розничной торговле*. Технологические новшества позволяют получить выгоду за счет повышения эффективности и производительности во всех звеньях производственно-сбытовых цепей, примерами чему служит внедрение многоканальных процессов, более совершенные механизмы управления связями с потребителями, отслеживание потребительского поведения, поставки точно в срок (например, компания "Сара" сократила время доставки товаров на рынок с обычных 36 недель до 4 недель), а также рациональное управление товарно-материальными запасами и расширение розничной торговли с использованием онлайн-технологий. Например, в случае компании "Уол-Март" ожидаемая экономия за счет сокращения трудозатрат при складских работах, сокращения запасов, уменьшения случаев хищений, более качественного контроля за поддонами и снижения уровня запасов может составить до 80% чистого дохода компании в 2003 году. Все более широкое использование предприятиями розничной торговли своих собственных марок и розничная торговля через магазины, продающие товары со скидкой, также ведут к значительному снижению цен. В Соединенных Штатах одна только компания "Уол-Март" добилась примерно 10-процентного снижения цен на продовольствие.

9. *Разукрупнение цепи поставок*, использование различных источников снабжения и изменение методов коммерческой деятельности - все это влияет на состояние рынка. В течение последнего десятилетия сектор распределения характеризовался все более усиливающейся глобализацией наряду с разукрупнением компаниями своих производственно-сбытовых цепей в плане снабжения и распространения своей деятельности - за счет инвестиций - на другие страны. Предприятия розничной торговли могут иметь доступ к различным ценовым структурам в различных странах и использовать их и выходят на глобальный уровень. Наблюдается дальнейшее совершенствование распределительной цепи в целях максимального увеличения добавленной стоимости в каждом из ее звеньев.

10. В ближайшие несколько лет вопросами, которые будут оказывать наиболее значительное влияние на данную отрасль, станут *нормативно-правовые вопросы*, что приведет к дальнейшей унификации регулирующих положений. Возникающие нормативно-правовые вопросы и вопросы регулирования рассматриваются в качестве нового рубежа или новой возможности для обеспечения устойчивого роста в секторе розничной торговли. Как представляется, в современном секторе розничной торговли снижение уровня регулирования и рост производительности непосредственно связаны друг с другом. Однако рыночные структуры стран мира по-прежнему отличаются значительным разнообразием: например, если в Соединенных Штатах Америки на долю современной розничной торговли приходится 85%, то в Индии она лишь начинает формироваться (а ее доля составляет от 1 до 2%), а в Китае достигает 20% общего объема розничной торговли. Кроме того, сопоставление производительности в ведущих 25 европейских и американских компаниях свидетельствует о том, что причина различий по этому показателю кроется в нормативно-правовых документах. Разброс в данном случае может достигать до 40% и обусловлен, среди прочего, регулированием вопросов районирования, часами работы, ценовыми ограничениями и другими нормативными положениями. Поэтому можно ожидать, что устранение нормативно-правовых барьеров на рынках может привести к значительному повышению производительности.

11. *Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) и модернизация в сфере розничной торговли* выгодны для потребителей, поскольку в одном и том же магазине они получают доступ к более широкому ассортименту качественных продуктов, и для правительств, поскольку они смогут осуществлять контроль за качеством, определять объемы продаваемых товаров и облагать их налогом. Если одни страны либерализовали ПИИ, придав таким образом дополнительный импульс развитию как сектора распределения, так и сектора производства, то другие страны придерживались более осторожного подхода в отношении либерализации. Некоторые эксперты отмечали, что реформа чревата значительными социальными последствиями, поскольку она может привести к вытеснению МСП и микропредприятий розничной торговли. Небольшие магазины играют важную роль в качестве работодателей для тех лиц, которые мигрируют из сельских в городские районы, включая иностранцев, осуществляя тем самым важнейшую социальную функцию, которую крупные розничные сети не способны выполнять, так как им требуются работники, имеющие определенный уровень квалификации. Другие эксперты подчеркивали, что современные предприятия розничной торговли, как правило, ставят под свой контроль нижние ступени распределительного процесса и способны, таким образом, оказать помощь в совершенствовании процессов производства и упаковки. Неформальному розничному сектору еще предстоит сыграть свою роль после того, как будут открыты рынки и начнется расширение организованной розничной торговли. ПИИ

содействуют переходу из неформального в организованный розничный сектор. Неформальные розничные торговцы могут стать поставщиками или потребителями организованных предприятий розничной торговли или их франшизополучателями. В конечном счете они и сами могут стать организованными розничными торговцами.

### **III. Вопросы развития и проблемы, стоящие перед развивающимися странами**

12. Жизнеспособный сектор распределения может оказать содействие в обеспечении ценовой стабильности, предоставлении потребителям более широкого и качественного выбора, создании внешних эффектов с точки зрения повышения уровня и качества занятости, содействовать развитию предприятий и увеличению социальных выгод, включая предоставление соответствующих возможностей женщинам. Пожалуй, наиболее заметным является влияние на цены, если судить по результатам исследований, указывающих на то, что с появлением супермаркетов происходит снижение цен на обезвоженные продукты питания, хозяйственные товары и средства личной гигиены, а это в свою очередь ведет к увеличению располагаемого дохода населения. Если брать развивающиеся страны, то там в случае свежих продуктов питания традиционные рынки оказываются более дешевыми, поскольку на них можно приобрести больше товара за те же деньги. Присутствие крупных сетей на рынке розничной торговли, как правило, создает благоприятные условия для повышения уровня квалификации местных работников, особенно в вопросах материально-технического снабжения. Кроме того, крупные сети стремятся к вертикальной интеграции, предоставляя местным производителям дополнительные возможности деловой деятельности.

13. По мнению некоторых экспертов, развивающиеся страны могут получить максимальную выгоду от создания условий, благоприятных для *эффективных распределительных* услуг, поскольку неэффективность этих услуг ведет к систематическим потерям, которые, по некоторым оценкам, могут достигать 40% от общей стоимости во всей цепи поставок, потерям для производителей/потребителей и недополучению взимаемых налогов в силу неформального характера сектора распределения, играющего доминирующую роль во многих развивающихся странах, и других видов практики. Некоторые эксперты предприняли попытку провести количественный учет потерь, связанных с недостаточным уровнем эффективности, и полученные результаты свидетельствуют о том, что, например, в случае торговли текстильными изделиями потери могут превысить 12% от общей стоимости.

14. Поскольку заинтересованные стороны обеспокоены стремительно расширяющимся присутствием иностранных предприятий розничной торговли, существует необходимость

в "преодолении фактора страха". Это может быть достигнуто, среди прочего, за счет улучшения понимания возможных негативных последствий и их последующего смягчения. Хотя страны и берут на себя обязательства поощрять использование современных методов розничной торговли, выгодных для потребителей, фермеров, производителей и других поставщиков услуг, какого-то единого и подходящего для всех ситуаций решения в плане проведения реформы в секторе распределения и получения максимальных выгод для процесса развития не существует.

15. Как правило, основную обеспокоенность у развивающихся стран в связи с либерализацией деятельности сектора розничной торговли и присутствием *крупных иностранных компаний на их территории*, вызывает возможность *злоупотребления доминирующей позицией*, включая как приобретения господствующего влияния на рынке, так и использование такого влияния в сфере закупок в форме установления хищнических цен, а также вытеснения мелких и средних поставщиков продукции и местных розничных магазинов. Эта обеспокоенность усугубляется нехваткой данных, отсутствием конкуренции и других соответствующих законов и положений, направленных на поддержку современной торговли, или же, в тех случаях, когда такие законы и положения существуют, их ненадлежащим исполнением. Со своей стороны, МСП страдают нехваткой базовых знаний и осведомленности о правах и обязанностях в рамках современных распределительных систем, равно как и от отсутствия поддержки со стороны правительства.

16. Однако на страновом уровне еще лишь предстоит провести анализ всех *последствий реформы* в сфере распределения и расширения торговли и инвестиционной деятельности. Позитивная взаимосвязь была отмечена в таких странах, как Китай и Вьетнам, в то время как в малых развивающихся и наименее развитых странах возникли различные вопросы, вызывающие обеспокоенность. Последствия реформы могут быть различными в зависимости от того, проводилась ли она в городских или сельских районах, а также от типа услуг в сфере распределения. Не все развивающиеся страны и НРС, стремящиеся привлечь иностранные инвестиции для развития своего сектора розничных услуг, добиваются успеха, поскольку стоимость рынков развивающихся стран в среднем является невысокой, а для того, чтобы начали поступать ПИИ, следует обеспечить достаточный объем продаж. Эксперты отметили, что, если просто взять и открыть розничный рынок для ПИИ, т.е. без предварительного обеспечения необходимых условий для справедливой конкуренции, то на смену монополии прежних национальных поставщиков может придти монополия иностранных компаний, и при этом не будут получены те необходимые преимущества в плане повышения эффективности и уровня благосостояния, которых можно было бы ожидать в случае создания таких условий.

17. Что касается *владельцев мелких фермерских хозяйств*, то существуют опасения, что они окажутся зажатými со всех сторон другими, более крупными участниками рынка, поскольку у них нет рычагов воздействия на цепи поставок. Поставка товаров мегафирмам может оказаться трудным делом для мелких производителей и поставщиков, в том числе из-за жестких требований, предъявляемых к стоимости, качеству, спецификациям и сертификации, соблюдению которых, возможно, будет крайне сложно, особенно с учетом ограниченности ресурсов МСП. Задержки, связанные с инспекциями, прежде всего в случае не подлежащих длительному хранению товаров, могут отрицательно сказаться на росте производительности и привести в конечном счете к снижению уровня благосостояния потребителей.

18. В сфере розничной торговли все возрастающая популярность крупных магазинов современного формата, например розничных рынков, расположенных вне центров городов, порождает опасения относительно исчезновения мелких магазинов. Однако мелкие розничные торговцы могут найти нишевые рынки для торговли своими товарами, ориентируясь на потребности в товарах повседневного спроса и предпочтения местного населения. Если же они окажутся способны внедрять различные новшества и демонстрировать гибкость благодаря своим более низким фиксированным издержкам, то они смогут даже с выгодой для себя использовать эти возможности. Создание сетей крупных супермаркетов придало импульс развитию многочисленных МСП и микропредприятий розничной торговли, которые располагаются в непосредственной близости от этих крупных магазинов и пользуются более предсказуемым и значительным потоком потребителей. Еще одним средством, позволяющим противодействовать процессу исчезновения МСП (в том числе за счет снижения темпов распространения крупных розничных предприятий), является регулирование. Для того чтобы мелкие предприятия розничной торговли могли остаться на плаву благодаря использованию упомянутых выше возможностей, им необходимо добиваться повышения уровня квалификации своих работников и совершенствования предпринимательских навыков, с тем чтобы повысить свою конкурентоспособность. По всей вероятности, в наиболее сложном положении окажутся средние предприятия, которые в конечном счете будут вынуждены уйти с рынка.

19. Некоторые эксперты, учитывая ту важную роль, которую неформальная экономика играет в секторе распределения, выражали опасения относительно *потерь рабочих мест*. По мнению же других экспертов, любые потери рабочих мест в конечном счете будут с лихвой компенсированы созданием новых рабочих мест, в частности потому, что крупные предприятия розничной торговли притягивают к себе значительное число уличных торговых точек, магазинов, торгующих товарами повседневного спроса, и других торговых объектов, располагающихся по соседству с ними. Утверждается, что еще одним

преимуществом является создание более качественных рабочих мест, т.е. таких рабочих мест, на которых можно повысить свой профессиональный уровень, приобрести новые навыки за счет обмена опытом и пользоваться всеми благами социального обеспечения. В наиболее выгодном положении могут оказаться женщины, в том числе потому, что они составляют основную часть работников, занятых в секторе распределения.

20. Кроме того, была отмечена роль *стандартов*, поскольку они могут стать барьерами для экспорта развивающихся стран. Такие стандарты могут не устанавливать непосредственно требования к качеству продукции, но имманентно обеспечивать создают преимущества для торговли товарами отечественного производства (в качестве примера можно взять ярлыки, содержащие информацию о производителе товара). Если такие стандарты принимаются региональным торговым блоком, они могут стать серьезным барьером для торговли товарами из развивающихся стран, например продукцией текстильной промышленности.

21. Было указано, что дополнительные *правительственные меры политики* и программы способны сыграть важную роль в оказании поддержки фирмам в развивающихся странах, и в частности МСП, поскольку те сталкиваются с многочисленными проблемами на рынке распределительных услуг. Например, проблема отсутствия доступа к кредитованию могла бы быть решена за счет создания финансовых учреждений, готовых оказывать поддержку МСП (не секрет, что банки, как правило, предпочитают кредитовать более крупных и занимающих прочные позиции участников рынка). Трудности, касающиеся обеспечения своевременности поставок, могли бы быть преодолены благодаря созданию программ, обеспечивающих доступ к вводимым ресурсам и оборудованию, а также организации профессиональной подготовки, позволяющей освоить современные методы производства, распределения и сбыта; поддержка могла бы быть оказана и в обеспечении соблюдения санитарных и фитосанитарных (СФС) требований и требований, касающихся технических барьеров в торговле (ТБТ); и наконец, благодаря государственным инвестициям можно расширить и улучшить транспортные и коммуникационные сети. Кроме того, правительство могло бы помочь в организации МСП и оказывать им поддержку при ведении переговоров с иностранными поставщиками транспортных услуг (например, с иностранными туроператорами). Это сыграло бы свою позитивную роль, поскольку по отдельности МСП не обладают большими возможностями для отстаивания своих интересов, но тем не менее вынуждены пользоваться этими услугами для получения доступа на международные рынки. Эти различные правительственные программы содействовали бы устранению разрыва, который существует между МСП и крупными компаниями, а также между местными и иностранными компаниями. Осуществление таких программ

было бы вполне оправданным с учетом той важнейшей роли, которую МСП играют в обеспечении занятости и борьбы с бедностью.

22. Было признано, что присутствие *общин экспатриантов* и торговля, связанная с четвертым способом оказания услуг, играют роль позитивных движущих сил в плане формирования новых каналов реализации товаров, прежде всего товаров из развивающихся стран, и содействия росту распределительных услуг этих стран. Наличие крупных сетей помогает преодолеть узкие места в распределительных сетях, имеющихся в развивающихся странах, а благодаря международной закупочной практике этих сетей можно обеспечить поставку продуктов из этих стран для реализации на международных рынках.

#### **IV. Перспективы предпринимательской деятельности**

23. В условиях современных глобальных рынков компании, работающие в сфере распределения и розничной торговли, сталкиваются с необходимостью делать выбор в пользу одного из многих описанных возможных вариантов решений, в том числе в отношении того, на каких рынках работать (например, куда вкладывать деньги) и каким образом разукрупнять свои цепи поставок (например, откуда получать товары). На обе категории этих решений свое влияние оказывает целый ряд соображений.

24. Иностранные предприятия все более активно инвестируют средства в формирующиеся рынки. К числу условий, которые определяют привлекательность местных рынков для иностранных сетей распределения/розничной торговли, относятся следующие: формирование значительного потребительского класса и рост дискреционной покупательной способности; наличие хорошо развитой и функционирующей инфраструктуры (транспорт, банковское обслуживание, телекоммуникации и энергетика); разумные (т.е. не слишком обременительные) юридические и административные процедуры; действенные и надежные органы власти (т.е. действующие в соответствии с принципом добросовестного выполнения обязательства); потенциал для создания однородной конкурентной среды"; политическая стабильность; транспарентность рынков недвижимости; стимулирующие системы налогообложения; и возможность закупок по невысокой цене качественной местной продукции (возможно, для последующего реэкспорта).

25. При разукрупнении своих цепей поставок закупочные компании оценивают своих поставщиков по их способности обеспечивать поставки по первому требованию и в срок; надежности и точности в плане соблюдения требований, предъявляемых компанией; пониманию механизма функционирования экспортных рынков; и способности соблюдать

установленные стандарты (например, основные нормы в сфере труда, стандарты качества и маркировки). Кроме того, поставки из конкретных стран могут стать даже более привлекательными, если они основываются на выгодных специальных договоренностях (например, схема ВСП) или если они регулируются простыми и благоприятными местными правилами. Напротив, наличие квот или взимание компенсационных пошлин, затрагивающих потенциальную принимающую страну, лишают инвесторов стимулов.

26. При реализации оптовыми/розничными компаниями импортных товаров неэффективность транспорта, задержки, перегруженность портовых и дорожных сетей, чрезмерные формальности на границах, медленные и неавтоматизированные таможенные процедуры, излишние проверки и чрезмерные комиссионные по клиринговым расчетам ведут к тому, что эти товары предлагаются конечным потребителям по высокой цене, а их поставки в магазины осуществляются с опозданием. Некоторые эксперты подчеркнули необходимость принятия мер по созданию более благоприятных условий для торговой деятельности.

27. В тех случаях, когда предприниматели стремятся инвестировать средства в иностранные рынки распределительных услуг (розничные или оптовые), они могут столкнуться с серьезными препятствиями. К числу наиболее часто встречающихся препятствий относятся следующие: ограничения на иностранный акционерный капитал; ограничения на покупку и аренду недвижимости; требования к юридическим формам предприятий, в частности создание предприятий только в форме совместных предприятий; требования в отношении местного компонента (включая закупку товаров у местных поставщиков); ограничения на число, размер и местоположение торговых точек; ограничения в области районирования; и ограничения на продажу некоторых категорий товаров. Особенно сложным может оказаться выполнение требования относительно работы в партнерстве с местным партнером, поскольку найти приемлемого местного партнера нередко оказывается значительно труднее, чем это кажется. Возможным средством содействия контактам между местными и иностранными партнерами могло бы стать создание баз данных, в которых заносилась бы информация о местных компаниях, желающих вступить в партнерские отношения с иностранными компаниями. Правительства могли бы установить критерии, которым должны соответствовать компании, которые хотели бы, чтобы их включили в эти базы данных, и следить за дальнейшим соответствием этим критериям.

## **V. Вопросы регулирования**

28. Нормативные положения необходимы для обеспечения устойчивого функционирования рынка распределительных услуг, создания однородной конкурентной среды и защиты потребителей. Однако в развивающихся странах ощущается нехватка

таких нормативных положений. Упорядочение нормативных положений, включая взаимное признание результатов проверок и сертификаций, могло бы привести к значительному повышению производительности. Напротив, неадекватное регулирование может привести к возникновению значительных барьеров для торговой и инвестиционной деятельности, в том числе в виде дополнительных и необоснованных издержек. К просчетам в области регулирования могут быть отнесены чрезмерное регулирование частной практики/контрактов, ограничение числа новых компаний на рынке или регулирование тарифов, налогов и цен. Существует необходимость в проведении дополнительных исследований для определения того типа нормативных положений, которые в максимальной степени содействовали бы развитию сектора распределительных услуг и позволяли при этом избежать диспропорций и содействовали бы конкуренции.

29. Нормативные рамки в секторе распределения и, если говорить более конкретно, в сегменте розничной торговли включают в себя положения, касающиеся работы магазинов, строительных норм и правил, практики ценообразования, часов работы магазинов, рекламной деятельности, планирования и районирования, ценообразования в рамках единой экономической единицы, рекламы недоброкачественных товаров, законодательных положений в отношении заключения несправедливых контрактов и защиты потребителей. Эти нормативные положения могут приниматься на федеральном, региональном и местном уровнях и обычно применяются как к отечественным, так и иностранным операторам. Как правило, нормативные положения на местном уровне являются более жесткими, нежели на федеральном или региональном уровнях. Обычно перед открытием рынков для иностранной конкуренции вводятся дополнительные меры регулирования, которые могут лимитировать число иностранных компаний, выходящих на рынок, или устанавливать определенные ограничения на их деятельность. Цели, которые преследуют эти меры, заключаются в усилении положительного внешнего эффекта от иностранного присутствия для местной экономики и в недопущении излишне агрессивного воздействия на деятельность местных предприятий, прежде всего малых предприятий. Страны - члены ОЭСР продолжают использовать неодинаковые подходы к регулированию деятельности сектора розничной торговли, и если одни страны, например Бельгия и Испания, налагают значительное число нормативных ограничений, то другие, например Франция, Соединенное Королевство, Турция и Япония, смягчили целый ряд таких ограничений. Положения о строгом соблюдении часов работы магазинов были введены для защиты прав работников; однако постепенно эти требования становятся менее жесткими. Ограничения в области районирования и планирования направлены на защиту мелких магазинов. Расхождения в нормах регулирования между странами осложняют проникновение в отрасль розничной торговли. Опыт ОБСЕ позволяет извлечь ряд полезных уроков: в странах, в которых нормативные положения носили менее ограничительный характер, как правило, было проще провести структурные изменения в

секторе розничной торговли, уровень занятости был выше, а эффективность возрастала. Благодаря смягчению нормативных положений был достигнут ряд преимуществ, включая повышение производительности, выгоды для потребителей и меньше проблем с внедрением новых технологий.

30. Особые проблемы в плане регулирования связаны с франчайзингом.

В развивающихся странах регулирование в этой области весьма часто является недостаточным. Например, в Таиланде франшизодатель не обязан иметь свой собственный магазин и доказывать прибыльность своей торговли перед вступлением в договорные отношения с франшизополучателями. Нередки случаи, когда франшизополучатели не регистрируют свои договоры с франшизодателями и не осведомлены о своих правах и обязанностях. Следствием этого является то, что многие франшизополучатели, рассматривавшие франчайзинг как средство начала своего собственного бизнеса с ограниченными первоначальными инвестициями, в конечном счете заканчивают банкротством. Кроме того, из-за неурегулированности франчайзинга потребители нередко оказывались разочарованными. В Индии не существует законодательства, регулирующего франчайзинг, и единственными правилами, применимыми к деятельности этого сектора, являются положения, включенные в частные договоры между франшизодателями и франшизополучателями. С другой стороны, необходимо следить за тем, чтобы вводимые нормативные положения не оказались излишне обременительными, что может осложнить распространение франчайзинга.

## **VI. Вопросы конкуренции**

31. Для обеспечения конкуренции в сфере розничной торговли нередко использовались такие меры, ограничивающие доступ к рынку, как ограничения на иностранную собственность или импорт; дискриминационные нормы в отношении оперативной деятельности и планирования, включая районирование, цель которых заключалась в ограничении влияния уже действующих на рынке компаний; и практика контроля за ценами для защиты интересов конкурентов.

32. Некоторые эксперты указывали на то, что такие меры предполагают непосредственное вмешательство государственных органов в функционирование рынка распределительных услуг и не всегда приводили к ожидаемым результатам. Более успешно зарекомендовали себя другие меры экономической политики, такие, как принятие целенаправленного и четкого антимонопольного законодательства, нацеленного на установление контроля за картельной деятельностью, борьбу с хищническим поведением, злоупотреблениями рыночным влиянием и мошеннической практикой, а также на содействие росту благосостояния потребителей; проведение мер,

ориентированных на поддержку диверсификации и предпринимательства в розничной торговле; распространение действия закона о контроле за недобросовестными договорами на договоры, заключаемые между предприятиями; принятие мер, направленных на надлежащее соблюдение положений законодательства, касающихся торговых марок и авторских прав; принятие закона о франшизе, включая обязательное раскрытие информации; разработка правовых документов рекомендательного характера, таких, как кодексы добросовестной практики, которые зарекомендовали себя весьма эффективными с точки зрения контроля за антиконкурентным поведением в области закупок; и принятие законодательства о содействии доступу к рынку и его либерализации, которое могло бы создать благоприятные условия для дальнейшей интеграции развивающихся стран в международные сети поставок и притока ПИИ.

33. В отношении предварительных условий, способствующих установлению господства на рынке и злоупотреблению им, мнения разделились. По мнению одних экспертов, предприятие розничной торговли может установить свое господство на рынке лишь в том случае, если ему принадлежит как минимум 35% рынка. Например, гипермаркеты в Таиланде не могут рассматриваться как обладающие или злоупотребляющие доминирующим рыночным влиянием, поскольку доля каждого из них на рынке менее 35%. По мнению других экспертов, для установления рыночного господства предприятию розничной торговли достаточно контролировать значительно меньшую, порядка 8%, долю рынка. Была высказана точка зрения о том, что вопрос заключается не столько в том, какая доля рынка контролируется, сколько в наличии барьеров для проникновения на него: если новым операторам не дают возможности выйти на конкретный рынок, уже действующие на нем компании пользуются доминирующими позициями вне зависимости от принадлежащих им долей рынка. Сильная позиция на рынке не всегда имеет негативные последствия, однако может играть отрицательную роль в том случае, если она ограничивает возможности поставщиков вести конкурентную борьбу. Злоупотребления закупочной властью могут проявляться в форме изъятия ренты у поставщиков, использования своей собственной торговой марки или местных наименований, конкурирующих с продукцией поставщиков, или заключения недобросовестных договоров, например в случае франчайзинга.

34. Антимонопольное законодательство служит гарантией от возможных злоупотреблений со стороны иностранных компаний; принятие и осуществление такого законодательства должно рассеять опасения местных предприятий розничной торговли относительно присутствия иностранных компаний. В более долгосрочной перспективе конкуренция содействует росту, модернизации и диверсификации местных компаний и ускоряет процесс ознакомления с новым опытом.

## VII. Опыт стран

35. Обмен национальным опытом позволил извлечь ряд уроков, в том числе тех, о которых говорится ниже.

36. После финансового кризиса, разразившегося в **Таиланде** в 1997 году, в этой стране была проведена либерализация рынка распределительных услуг. Уроки, извлеченные из этого опыта, позволяют сделать вывод о возможности возникновения социальных последствий, прежде всего в том случае, если либерализация осуществляется быстрыми темпами, а преимущества ее ощущаются не сразу. Основная проблема, стоявшая перед этой страной, заключалась в определении путей эффективного использования ПИИ при сохранении социально-политического равновесия, особенно в условиях стремительного роста числа магазинов, торгующих товарами повседневного спроса. Управление этим процессом имеет важное значение для того, чтобы успешное открытие сектора распределительных услуг обеспечивало конкуренцию и возможность получения благ потребителями. В случае Таиланда рост современной торговли происходил в условиях, характеризовавшихся наличием небольшого числа нормативно-правовых положений и не вполне соответствовавших ситуации правил. Принятие правил, например нормативных положений в области районирования, после предоставления крупным торговым предприятиям доступа к рынку не даст желаемого эффекта и будет защищать интересы уже действующих на рынке компаний. Это относится также к строительным нормам и правилам, часам работы и т.д., поскольку основное требование регулирования заключается в необходимости обеспечения того, чтобы рынок с самого начала был транспарентным и недискриминационным по своему характеру. Наиболее популярной формой предпринимательской деятельности в Таиланде являлись франшизы; однако в этой области не было обеспечено эффективное применение законов, регулирующих защиту авторских прав и использование торговых марок. Результатом этого явилось то, что, по оценкам, до 85% франшизополучателей не регистрировали свои торговые марки и поэтому их деятельность можно было считать нелегальной. Опыт Таиланда продемонстрировал также, что конкурентная борьба может быть активной не только на общенациональном, но и на местном уровне. На местном уровне предприятия розничной торговли могут использовать свое доминирующее влияние при установлении цен. Чрезмерное рыночное влияние может отрицательно сказаться на инвестиционной деятельности компаний-поставщиков, особенно в том случае, если у этих компаний нет альтернативных каналов реализации своей продукции.

37. В **Индии** розничная торговля является самой крупной отраслью в частном секторе и второй по показателю занятости после сельского хозяйства. На ее долю приходится примерно 10% ВВП и 6-7% занятого населения. Поскольку в Индии насчитывается

15 млн. магазинов розничной торговли, она занимает первое место в мире по плотности розничного рынка сбыта. Либерализация экономики, увеличение дохода на душу населения, изменения в структуре семьи и усиливающийся консьюмеризм, в том числе среди молодого населения, способствовали проникновению крупных коммерческих предприятий и производителей в сферу розничной торговли наряду с инвестированием риэлторскими компаниями и компаниями венчурного капитала своих средств в инфраструктуру розничного рынка сбыта. Несмотря на происшедшие в последнее время изменения, розничная торговля остается одной из наименее развитых отраслей в Индии, а темпы роста организованной торговли значительно ниже, чем в других странах мира. Одной из причин медленного развития этого сектора являются ограничения в отношении ПИИ, обусловленные их возможным отрицательным воздействием на уровень занятости. Однако иностранные компании могут проникнуть на розничный рынок Индии через производство, франчайзинг, использование местных источников снабжения, пробный маркетинг и т.д. Действующие ограничения на ПИИ на самом деле можно обойти, используя альтернативные формы выхода на рынок, а поэтому основным результатом введения этих ограничений является то, что проникновение иностранных компаний на рынок оказывается менее транспарентным и более сложным. Кроме того, нередко это приводило к вертикальной интеграции иностранных компаний, порождая потенциальные проблемы в области конкуренции. Поскольку сектор рыночной торговли Индии пока еще находится на этапе своего становления, отмена ограничений в отношении ПИИ должна быть поэтапной, с тем чтобы у национальной промышленности имелось достаточно времени для соответствующей адаптации. В норме, определяющей выход на рынок, должны быть четким образом изложены требования и любые условия для предоставления соответствующего разрешения. С учетом роста общего спроса и сегментации спроса вряд ли следует ожидать, что проведение реформы будет угрожать дальнейшему существованию неорганизованной розничной торговли.

38. В **Колумбии** доля распределительных услуг в ВВП составляет 4,5%, из которых 1,5% приходится на розничную торговлю. Распределительные услуги являются единственным наиболее значительным сектором услуг с точки зрения создания новых рабочих мест. В сегменте крупномасштабной розничной торговли национальные компании по-прежнему занимают доминирующее положение на рынке: три самых крупных торговых предприятия являются национальными компаниями, контролирующими почти 60% рынка. Четвертое место занимает крупнейшая иностранная фирма "Каррефур", доля которой на рынке составляет 9,9%. Иностранные компании стали появляться на колумбийском рынке в 1997 году, вызвав стремительную ответную реакцию со стороны местных предприятий розничной торговли в форме начавшегося процесса модернизации операций и объединения на основе слияний и приобретений. Нормативно-правовая среда стала в высшей степени либеральной, а регулирующие

положения ограничивались в целом кодексами, касающимися строительства зданий для размещения в них магазинов розничной торговли. Были установлены дополнительные правила, направленные на защиту потребителей, обеспечение качества и соблюдение положений об использовании торговых марок: они оказали благоприятное воздействие на развитие предпринимательской деятельности. На колумбийском рынке крупные предприятия розничной торговли сосуществуют с МСП, обслуживая каждый свой отличный сегмент рынка. Усиливающаяся концентрация стала причиной жесткой конкуренции между предприятиями розничной торговли, что нашло свое выражение в снижении нормы прибыли и выгодах для потребителей. Модернизация распределительных услуг в Колумбии отрицательно сказалась прежде всего на положении средних компаний, которые были вытеснены с рынка. С целью оказания поддержки мелким розничным торговцам правительство осуществило специальную учебную программу (ПИМЕКО) по ознакомлению с процессами управления и распределения. Примечательным событием является заключение в 2003 года соглашения между розничными торговцами и их поставщиками, в котором были установлены определенные параметры по таким вопросам, как цены, объем продаж и рекламные кампании.

39. **Эквадор** поддерживает либеральный режим в секторе распределения при ограниченном внутреннем регулировании. Динамика развития сферы распределительных услуг отражает эволюцию ВВП; однако в случае оптовой торговли и франчайзинга наблюдалась иная динамика. Это отличие является результатом монополистической структуры оптового сегмента распределительных услуг, допускающей возможность спекулятивного поведения, а в случае франчайзинга оно связано с изменениями в предпочтениях и вкусах потребителей. Размер розничного рынка в Эквадоре вряд ли может сделать его привлекательным для новых участников, поскольку в стране не работает ни одно из ведущих международных предприятий розничной торговли. Иностранное присутствие проявляется главным образом в форме франчайзинга, в случае которого Эквадор является чистым импортером. Участникам был представлен анализ, в котором была дана оценка конкурентоспособности различных субъектов в секторе распределительных услуг в условиях потенциальной иностранной конкуренции. Было отмечено, что значительный потенциальный риск вытеснения в случае появления на рынке иностранных поставщиков существует только в отношении сегмента оптовой торговли. Отсутствие регулирования на рынке может привести к обратному эффекту и дает основания полагать, что на смену местным компаниям, ощущающим себя монополистами в сегменте оптовой торговли на внутреннем рынке, могут прийти иностранные монополии, контролирующие рынок.

40. Процесс открытия сектора розничной торговли в **Китае** начался в 1992 году, когда на экспериментальной основе было разрешено привлекать иностранные инвестиции в

розничную торговлю. К апрелю 2004 года все связанные с торговлей ограничения были полностью отменены благодаря принятию нового закона, в котором была детально регламентирована деятельность иностранных компаний в секторах розничной и оптовой торговли, франчайзинга и в секторе комиссионных агентств. Этот закон является частью новых нормативных рамок, разработанных Китаем с целью обеспечения соблюдения своих обязательств в отношении ВТО. Либерализация сектора распределительных услуг в Китае предполагала получение выгод: например, развитие различных форм распределения, включая специализированные магазины, укрепление местного потенциала в области маркетинга и управления и наличие у отечественных производителей возможностей для интеграции в международную сеть поставок иностранных предприятий розничной торговли (иностранцы предприятия розничной торговли получают 95% реализуемой ими продукции в Китае от местных поставщиков и вывозят товары китайского производства за рубеж). Однако либерализация повлекла за собой и издержки, включая закрытие некоторых местных фирм, прежде всего МСП, причем это было обусловлено еще и тем фактом, что иностранные фирмы нередко пользуются более благоприятным режимом, нежели отечественные фирмы, поскольку местные органы власти конкурируют друг с другом в привлечении ПИИ; установление иностранными фирмами своего контроля за каналами распределения; давление, которое доминирующие иностранные фирмы оказывают на местных производителей; и тот факт, что иностранные фирмы обосновались в наиболее развитых районах страны, оставив менее привлекательные и выгодные рынки местным фирмам.

41. В 2004 году объем рынка розничной торговли во **Вьетнаме** составлял примерно 20 млрд. долл. США. На долю супермаркетов приходилось 10% рынка, хотя, как ожидается, в ближайшие годы их доля и стоимостные показатели будут стремительно возрастать. В настоящее время розничная торговля во Вьетнаме представлена небольшими семейными магазинами, предлагающими ограниченный ассортимент товаров своим покупателям. Вместо надлежащих каналов распределения и розничной торговли большинство производителей реализуют свою продукцию, используя свои собственные возможности и внутренние ресурсы, результатом чего являются низкий уровень эффективности и низкий уровень специализации. Большинство местных магазинов, торгующих марочными товарами, такими, как автомобили, одежда и косметика, являются комиссионными агентами иностранных торговых предприятий или производителей. Опыт использования франчайзинга по-прежнему крайне ограничен. По сравнению с другими странами этого региона сектор распределительных услуг во Вьетнаме менее развит, равно как и нормативные положения, регулирующие его деятельность. Выход на рынок иностранных компаний пока еще является весьма новым явлением, а их деятельность основывается на специальном разрешении правительства и определенных условиях, таких как условия, касающиеся ограничения на собственность, а не на

тщательно проработанных нормативных положениях и стратегиях. В настоящее время на вьетнамском рынке действуют пять крупных иностранных сетей розничной торговли, и многие другие ожидают разрешения. При этом местные фирмы ведут достаточно жесткую конкурентную борьбу, и появление супермаркетов вынудило ряд мелких магазинов прекратить свою деятельность. Те несколько иностранных торговых компаний, которые в настоящее время функционируют на рынке, оказали положительное воздействие на этот сектор с точки зрения содействия повышению качества товаров, поступающих от местных поставщиков, включая поставщиков сельскохозяйственной продукции. Современные каналы распределения могут создать хорошую возможность для стремительного развития в будущем экспорта тропической продукции из Вьетнама.

42. В **Тринидаде и Тобаго** сектор распределительных услуг играет важнейшую роль в обеспечении эффективности и жизнеспособности местной экономики. Доля распределительных услуг (включая оптовую и розничную торговлю, гостиницы и рестораны) в ВВП в период 1995-2004 годов колебалась в пределах 12-16%. Доля входящих ПИИ в секторе распределения относительно невелика, поскольку большинство инвестиций напрямую направляются в нефтегазовую отрасль. В данном секторе наблюдается увеличение числа участников рынка, а сама отрасль конкурентоспособна на региональном уровне. Вместе с тем компании, действующие в секторе распределения, выражали обеспокоенность в связи с влиянием значительных инфраструктурных издержек на их конкурентоспособность. Если в качестве более конкретного примера взять торговлю продуктами питания, то эта отрасль насчитывает большое число участников рынка, включая супермаркеты, рестораны быстрого обслуживания и специализированные розничные магазины. Большую часть капитала в этом секторе составляет местный капитал, а устойчивый рост в этой области указывает на возможность экспорта продукции в страны региона. Для данного подсектора характерен высокий уровень внедрения новых технологий. Тринидад и Тобаго не имеет каких-либо обязательств в отношении распределительных услуг по Генеральному соглашению о торговле услугами (ГАТС), и для определения типа обязательств, которые могли бы быть взяты, требуется проведение надлежащих исследований для оценки возможных последствий.

43. После того, как **Российская Федерация**, отказавшись от методов централизованного планирования, взяла курс на построение рыночной экономики, в стране происходил процесс коренных преобразований. Предприятия розничной и оптовой торговли начали работать в условиях дефицита нормативного регулирования: еще не был принят целый ряд основополагающих законов, а те, которые действовали, не соответствовали новым рыночным реалиям. В этих условиях и был создан Торговый дом "Перекресток", которому суждено было стать ведущей сетью супермаркетов в Российской

Федерации и выйти на пятое место среди крупнейших предприятий розничной торговли в Европе и девятое в мире по объему розничных продаж. На начальном этапе своей деятельности Торговый дом "Перекресток" заручился семилетним проектным финансированием со стороны Европейского банка реконструкции и развития и получил синдицированный банковский кредит от западных банков. В плане привлечения ПИИ для российского рынка и сферы услуг были характерны политическая стабильность, структурная реформа, рост экономики, увеличение размеров среднего дохода и внедрение новых моделей потребления. Ожидается, что в период 2004-2010 годов ежегодные темпы роста внутреннего розничного рынка продуктов питания составят 14%; такие показатели позволяют рассматривать Российскую Федерацию в качестве страны с привлекательным рынком как для внутренних, так и для внешних инвесторов, а также как страну, в которой, с точки зрения потенциального роста, сектор розничной торговли занимает по своим коммерческим возможностям второе место после нефтегазовой отрасли. Общий объем розничных продаж в Российской Федерации в 2004 году составил 194,6 млрд. долл. США, а доля сектора распределения в ВВП достигла 22%. К числу других факторов, способствующих укреплению доверия к российским рынкам, относятся хороший инвестиционный рейтинг, совершенствование корпоративного управления, недорогая и квалифицированная рабочая сила, стремление Российской Федерации к вступлению в ВТО и проведение реформ в сфере налогового законодательства и структур. Благодаря пересмотру нормативной базы, например норм в области планировки городов, таможенного кодекса и графика работы торговых предприятий, были созданы еще более благоприятные условия для функционирования предприятий розничной торговли. Дальнейшее совершенствование нормативных рамок сохраняет свое значение для роста и эффективного функционирования розничной торговли в сфере электронной коммерции.

44. Доминирующее положение в секторе распределительных услуг в **Непале**, являющемся одной из НРС, занимают традиционные участники рынка (т.е. небольшие магазины, управляемые одними и теми же семьями из поколения в поколение), причем торгующие в основном потребительскими товарами повседневного спроса и в значительно меньшей степени - товарами капитального характера. Немногочисленные современные розничные магазины сосредоточены в городских районах. Сектор распределения в целом является основным источником работы для категорий населения с самым низким уровнем дохода, и именно в нем представители самых бедных слоев находят источник выживания. Иностранные компании в секторе распределения в настоящее время не представлены. Некоторые факторы, препятствующие появлению иностранных компаний на рынке, могут быть связаны с размерами внутреннего рынка, обусловленными низкой покупательной способностью населения в целом, слабой конкурентоспособностью национальных участников и дефицитом налаженной физической инфраструктуры. Правительство обеспокоено возможным влиянием

открытия сектора распределения для иностранной конкуренции на положение национальных предприятий и занятость; однако оно считает, что совокупные выгоды перевесят издержки в основном за счет повышения эффективности и уровня общего благосостояния населения. Правительство Непала стремится прийти к более четкому пониманию того, какие меры необходимо будет принять для обеспечения и стимулирования присутствия современного частного сектора в сельских районах; каковы пути ускоренной модернизации сектора распределения; каким образом повысить конкурентоспособность этого сектора; каким образом обеспечить доверие к международным операциям; каким образом обеспечить доступность услуг кредитно-рейтинговых агентств; и каким образом создать атмосферу доверия для покупателей и продавцов, особенно в международной торговле.

45. Конкретные проблемы, стоящие перед **кенийскими** МСП в области реализации продукции садоводства, представляют собой типичные трудности и ограничения, с которыми сталкиваются развивающиеся страны Африки при экспорте своих товаров. На долю садоводства приходится от 10 до 25% условно чистой продукции сельского хозяйства в общем объеме ВВП. Цепь поставок продукции садоводства начинается с мелких фермеров, которые производят 60% всей садоводческой продукции и реализуют ее через посредников. МСП, действующим в секторе распределения, трудно обеспечить кредит из-за их организационных недостатков, а также из-за того, что их не считают кредитоспособными. Однако их предполагаемая некредитоспособность нередко обусловлена трудностями, с которыми они сталкиваются в других областях (например, они зависят от колебаний международных рыночных цен и от погодных условий). Себестоимость продукции увеличивается из-за неадекватности дорожной инфраструктуры, являющейся причиной задержек с вывозом и транспортировкой продукции, и значительными затратами на текущий ремонт транспортного парка. Кроме того, МСП оказываются в невыгодном положении при ведении переговоров с иностранными авиакомпаниями, предпочитающими иметь дело с более крупными участниками рынка, обеспечивающими большой объем перевозок. Если говорить о трудностях, связанных с коммуникационными сетями, то они обусловлены главным образом высокой стоимостью телефонной связи, ограниченным доступом к Интернету и общей неэффективностью производственных услуг. Правительствам африканских стран необходимо попытаться преодолеть указанные трудности в области снабжения путем создания соответствующих финансовых учреждений, благосклонно настроенных по отношению к МСП, что будет содействовать осуществлению инициатив по созданию новых рабочих мест для этих предприятий, а также уделять первостепенное внимание в инвестиционной деятельности созданию инфраструктуры и расширению коммуникационных сетей. Важная роль в осуществлении этих мер отводится партнерам по процессу развития.

46. В **Марокко** доля сектора распределения в ВВП составляет 13%, а число занятых в этом секторе достигает одного миллиона человек. Деятельность этого сектора регулируется рядом законов, не создающих никаких барьеров для иностранного присутствия. В частности, имеется закон о свободе цен и конкуренции, значительный вклад в разработку которого внесла ЮНКТАД. Политика, проводимая правительством в секторе распределения, включает в себя меры по его развитию и проведению учебных мероприятий, таких, как профессиональная подготовка для МСП; разработку стандартов инфраструктуры и качества; и принятие мер по усилению конкуренции, таких, как обеспечение равного доступа к финансированию, оказание поддержки в освоении методов учета и современного управления. Кроме того, правительство принимает меры по оказанию поддержки МСП в виде гарантированного финансирования для местных предприятий, микрофранчайзинга и модернизации помещений и оборудования и прилагает усилия в целях обеспечения доступа к иностранным рынкам в рамках таких инициатив, как соглашение о свободной торговле с Соединенными Штатами Америки.

### **VIII. Распределение других услуг: аудиовизуальные услуги и туризм**

#### *Аудиовизуальные услуги*

47. Развивающиеся страны стремятся обеспечить рост и развитие секторов медийной продукции. Например, в Южной Африке более 180 000 человек заняты в сфере музыки, кино и телевидения, и, возможно, еще 1,2 млн. человек зарабатывают на жизнь, занимаясь деятельностью, связанной с искусством и культурой. Для большинства развивающихся стран характерна раздробленность аудиовизуальной промышленности, основную роль в которой играет производство. При этом успешные поставщики аудиовизуальной продукции, включая Соединенные Штаты Америки и Индию, используют ориентированные на распределение и комплексные по характеру подходы, охватывающие производство, распределение и прокат фильмов. Как правило, вертикально интегрированные студии крупных поставщиков предлагают услуги, связанные с финансированием и подготовкой сценариев, стремятся привлечь средства других финансовых партнеров и выступают также в качестве международных торговых агентов. Из-за отсутствия/недостаточного уровня интеграции местные производители не имеют возможности получать немедленную прибыль от проката фильмов, а это приводит к нехватке средств для вторичного инвестирования и обеспечения устойчивости процесса кинопроизводства в развивающихся странах. В результате сформировать критическую массу фильмов не удастся, и кинопроизводители в развивающихся странах не могут наладить планомерный выпуск фильмов. Киностудиям приходится идти на предварительную продажу прав на свою продукцию, с тем чтобы заручиться

необходимым финансированием и обеспечить прокат кинопродукции. Следствием этого является то, что в случае успеха фильмов они не получают всей соответствующей выгоды и не могут сформировать пакет авторских прав.

48. Лишь нескольким развивающимся странам, таким, как Китай и Индия, удалось наладить распределение местной культурной продукции с опорой на внутренний спрос. Это позволило им создать мощную национальную аудиовизуальную отрасль, не прибегая к необходимости принятия национальной политики, направленной на защиту и развитие производственно-сбытового потенциала. Большинство развивающихся и наименее развитых стран испытывают беспокойство в связи с распределением произведенных ими продуктов, учитывая доминирующее положение на рынке иностранных поставщиков медийной продукции, на долю которых, например, в Южной Африке приходится 98% рынка. В целом развивающиеся страны осознают, что традиционных механизмов государственной поддержки (субсидии и квоты) оказывается недостаточно для противостояния мощному натиску такого явления, как высокобюджетные кассовые фильмы. Увеличение числа кинотеатров-мультиплексов содействовало более активному проникновению иностранной аудиовизуальной продукции на рынки развивающихся стран. Представляется целесообразным рассмотреть вопрос о введении специальных правил для кинотеатров-мультиплексов, с тем чтобы обеспечить распространение и показ местной продукции.

49. Традиционно крупные поставщики используют систему распространения по принципу "окон", которая обеспечивает последовательный выпуск кинофильмов, видеозаписей и телевизионных программ в рамках поэтапного процесса ("окон"), позволяющего реализовывать продукцию на различных рынках в разное время при небольших затратах. Такая система создает благоприятные условия для ценовой дискриминации и эксплуатации вторичных рынков. Вместе с тем такая последовательная система распределения сталкивается со все более значительными трудностями, обусловленными использованием цифровых технологий. Это привело к формированию нишевых рынков для производителей кинопродукции в развивающихся странах. Используя различные медийные средства, они имеют возможность работать с различными сегментами местной аудитории. Нигерийская кинопромышленность не задействует все "окна" в обычной цепочке распространения фильмов (кинотеатр, аренда/продажа цифровых видеодисков (DVD) и государственное телевидение); вместо этого она занимается производством только недорогостоящей продукции на цифровых видеодисках, и это позволило ей создать отрасль, которая целиком и полностью опирается на использование данной подкатегории распределительных услуг. Она выпускает 50-60 фильмов в месяц; ее производственно-сбытовая цепочка позволяет более оперативно оказывать услуги при низком уровне издержек; при этом ей хорошо известен

рынок, на котором она работает. Цифровые и широкополосные технологии могут позволить Нигерии достичь новых высот, обеспечивая устойчивый и бесперебойный выпуск критической массы продуктов, нигерийская кинопромышленность может добиться колоссального роста и привлечения крупных инвестиций из частного сектора.

50. Однако для основной массы развивающихся стран появление новых технологий для распространения их продукции (спутниковая связь, цифровое телевидение и т.д.) по-прежнему вряд ли имеет практическое значение. Поэтому для дальнейшего развития и укрепления нишевых рынков в поселках и сельских районах развивающимся странам требуется создание инфраструктуры в форме кинотеатров или альтернативных площадок для реализации продукции, например общинных культурных центров. Для обеспечения более высокого уровня диверсификации аудиовизуальных услуг и с учетом сохраняющейся неадекватности связи между торговыми и культурными аспектами деятельности аудиовизуального сектора серьезным образом обсуждаются правовые и политические последствия ряда сопутствующих стратегий, направленных на создание более однородной конкурентной среды в сфере распределения.

#### *Туристические услуги*

51. Индустрия путешествий и туризма является весьма развитой отраслью экономической деятельности, на долю которой приходится 10,7% мировой рабочей силы и которая прямо или косвенно обеспечивает занятость для более чем 212 млн. людей в масштабах всей планеты. Кроме того, для трех четвертей развивающихся стран туризм является одним из пяти основных источников экспортной выручки. Практически для всех НРС и многих малых островных развивающихся государств он является единственным источником валютных поступлений и занятости. Для развития конкурентоспособного сектора туризма, в том числе для более активного участия самых бедных и наиболее уязвимых стран в привлечении потоков туристов, определяющую роль стали играть такие факторы, как эффективный доступ к технологиям, информации и каналам распределения. Исключительно важное значение для укрепления потенциала и сохранения большего объема добавленной стоимости имеет использование как можно более коротких каналов распределения. Системы распределения играют важнейшую роль для обеспечения встречи предложения и спроса в секторе туристических услуг. Управление имеющимися возможностями по предоставлению услуг и ресурсами туризма основано на использовании информационных сетей и каналов распределения, в рамках которых глобальные распределительные системы (ГРС) являются стержнем коммерческих структуры, транзакций и операций в сфере туризма и платформой для интеграции операторов и потребителей в любое звено производственно-сбытовой цепи, что обеспечивает доступ к любым туристическим маршрутам в мире. Наиболее крупными

ГРС являются "Сейбр", "Галилео", "Амадеус" и "Уорлдспан". Однако появление новых технологий позволило и другим нетрадиционным поставщикам туристических услуг, таким, как "Майкрософт", "Гугл" и "Яху", выйти на рынок распределительных услуг в области туризма и стать поставщиками "электронных туристических услуг".

В ближайшем будущем может встать вопрос о конкуренции, учитывая, что новые поставщики услуг являются доминирующими на рынке провайдерами универсальной инфраструктурной платформы, злоупотребляя возможностями которой, они могут получить преимущества на том рынке, на котором они выступают в качестве поставщиков медийных туристических услуг.

52. Помимо обеспечения более качественной взаимосвязи, распределительные сети позволяют с наименьшими затратами осуществлять онлайн-операции и координировать коммерческие операции в реальном режиме времени с поставщиками услуг, поскольку они обеспечивают внутрисетевую связь между авиакомпаниями, сетями гостиниц, органами государственной власти, предприятиями оптовой торговли, бюро путешествий, промоутерами и конечными потребителями, выступая в качестве каналов обмена информацией, распределительных каналов и баз данных для принятия инвестиционных решений и для управления коммерческими операциями в целом. Ранее эти услуги задействовались только при проведении операций между компаниями, главным образом туроператорами и бюро путешествий. Сейчас же с появлением Интернета потребители обладают прямым доступом ко всей этой информации. После первоначального спада ГРС адаптировались к Интернету и стали предлагать более качественные услуги, значительно сократив свои издержки и перенеся часть добавленной стоимости на мелких поставщиков и потребителей. Предоставление информации о туристических маршрутах через Интернет не имело бы смысла при невозможности обеспечения Интернет-трафика. В этом плане ГРС отводится особая роль, поскольку они эффективным образом обеспечивают и контролируют трафик и являются важнейшим порталом для обеспечения бронирования на туристические маршруты в целом. Затратоэффективный доступ к каналам распределения, включая ГРС и Интернет, стал неотъемлемым условием развития устойчивого туризма в развивающихся странах, включая НРС. Механизм взаимодействия ГРС и Интернета дал возможность мелким операторам обходиться без посреднических услуг и напрямую проводить торговые операции с другими операторами при более низком уровне затрат. В настоящее время 90% коммерческой деятельности в сфере туризма в мире приходится на онлайн-операции через Интернет и ГРС. Ожидалось, что с ростом Интернета и предложением новых услуг исчезнут посреднические структуры, включая туроператоров и бюро путешествий. Однако, если бюро путешествий все еще пытаются адаптироваться к новым условиям и найти свою специализацию путем целенаправленной работы с отдельными сегментами потребителей, туроператоры инвестировали средства в технологии и сами

стали владельцами технологий, но при этом также идут по пути усиления концентрации за счет слияний и приобретений. Многие развивающиеся страны, и в первую очередь наиболее бедные из них, нуждаются в поддержке со стороны международного сообщества для повышения уровня профессиональных навыков и получения дополнительных возможностей в плане использования Интернета как средства расширения их доступа к информации и каналам распределения.

### **IX. Вопросы для переговоров в рамках ГАТС**

53. ГАТС охватывает распределительные услуги, определяя их, прежде всего, как распределение товаров. Как представляется, в отношении этой классификации имеются определенные неточности и элементы дублирования, и, возможно, существует необходимость в достижении согласия относительно путей их устранения в рамках ГАТС. До настоящего времени сектор распределения привлек относительно небольшое число обязательств (в настоящее время обязательства по данному сектору включены лишь в 52 перечня для 63 государств, и лишь 39 развивающихся стран, 20 из которых в результате присоединения имеют обязательства в данном секторе). Кроме того, многосторонние переговоры по распределительным услугам носят несколько ограниченный характер (например, не создана "группа друзей", которая непосредственно занималась бы вопросами распределительных услуг). Если говорить о предложениях, то из 69 полученных предложений (включая пересмотренные) 22 касаются распределительных услуг. Из них 8 представлены развитыми странами, а 14 - развивающимися странами. В 7 предложениях содержатся новые обязательства (т.е. до этого соответствующее государство-член не имело никаких обязательств в этом секторе).

54. Кроме того, имеют место существенные барьеры, ограничивающие доступ на рынок, в том числе/прежде всего в отношении третьего способа поставки услуг (основной канал для торговли в этом секторе). К ним относятся ограничения на иностранный акционерный капитал, тесты на экономическую целесообразность создания и расширения торговых предприятий (прежде всего в сфере розничной торговли), ограничения на форму юридического лица (например, требования относительно создания совместных предприятий) и дискриминационные ограничения на приобретение средств производства, включая землю или недвижимость. Другими ключевыми факторами доступа на рынок являются так называемые "исключения отдельных видов продукции" (имеется в виду тот факт, что распределение некоторых видов продукции иногда исключается из обязательств), например в отношении алкогольных, табачных, фармацевтических или некоторых сельскохозяйственных (сырьевых) видов продукции.

55. Кроме того, важную роль в секторе распределения играют нормативно-правовые барьеры. Действительно, последствия введения нормативно-правовых положений, не имеющих форму количественных ограничений или дискриминационных мер (согласно положениям статей XVI/XVII ГАТС), могут оказаться весьма ощутимыми. Примером служат нормативные положения в области районирования и законы о градостроительстве, а также их недостаточная концептуальная транспарентность и проблемы, связанные с положениями о лицензировании. При этом они указывают также на то, что меры регулирования могут быть направлены на достижение законных политических целей. Было высказано предложение относительно того, что для получения максимальных благ от либерализации необходимо, чтобы меры внутреннего регулирования были введены до начала либерализации соответствующей услуги. Члены ВТО в настоящее время обсуждают пути повышения транспарентности в области мер внутреннего регулирования (в соответствии с мандатом, предусмотренным в пункте 4 статьи VI ГАТС). Будущие правила в отношении внутреннего регулирования должны помочь в обеспечении эффективного доступа на рынок, в том числе с использованием четвертого способа поставок услуг.

56. Значение затрат труда в секторе распределения трудно переоценить. Возможности замещения труда технологическими новшествами являются весьма ограниченными, и для развивающихся стран перемещение физических лиц по-прежнему сохраняет свое важное значение в сфере торговли, связанной с распределением. Поэтому обязательства в отношении четвертого способа поставок услуг по таким категориям, как консультанты и специалисты, помимо внутрикорпоративного перемещения персонала, и признание профессиональной квалификации должны обеспечить сбалансированный итог переговоров в рамках ГАТС.

57. Было отмечено, что страны могут сталкиваться с трудностями при понимании характера и сферы действия обязательства, причем эта проблема становится все более очевидной, в том числе и для развитых стран (см., например, дело об *услугах в игорном бизнесе США*). Потребность в понимании обязательства - и предвидении последствий их выполнения - представляется еще более актуальной с учетом необходимости согласованной увязки обязательств с задачами страны в области развития. Насущность этого вопроса обусловлена еще и тем, что одной из основных отличительных черт ГАТС является тот факт, что это соглашение допускает гибкий подход, прежде всего за счет тщательного планирования обязательств и ограничений, которые также могут помочь в сохранении права на регулирование.

58. Был задан вопрос о том, каким образом ГАТС могло бы создать стимулирующую и благоприятную среду для реформы, проводимой многими странами в сфере

распределения. Было заявлено, что принятие обязательств в рамках ГАТС - это "не тот вопрос, который предполагает только два решения: либо все, либо ничего".

Либерализация сектора распределительных услуг, по-видимому, потребует от каждой страны тщательной оценки затрат и результатов/баланса, связанного с перемещением/созданием рабочих мест, а также эффективности/последствий для неформального сектора; местного снабжения/импорта и последствий для баланса платежей; передачи навыков и технологий; повышения стандартов качества, для содействия доступу на рынок/связанных со стандартами барьеров для выхода на рынок; развития инфраструктуры/давления на имеющиеся ресурсы; и положительных внешних эффектов/эффекта вытеснения частных инвестиций под воздействием ПИИ. Те члены, которые желают усилить реформу, проводимую ими в своих странах, могут попытаться использовать гибкий подход, который предусмотрен в ГАТС, и отразить таким образом "факторы чувствительности", которые возникают при открытии рынка. Для эффективности оценки затрат и результатов необходимо учитывать долгосрочную, среднесрочную и краткосрочную перспективу.

59. Впоследствии такую оценку необходимо будет эффективным образом отразить в переговорной стратегии страны. Интересным примером служит Пакистан, в котором распределительные услуги (включают как оптовую, так и розничную торговлю) являются единственным крупнейшим компонентом сектора услуг. Пакистан внимательно отнесся к разработке своего первоначального предложения, включая проведение процесса широких консультаций с заинтересованными сторонами и одобрение парламентом. Поскольку сектор распределения в Пакистане уже является относительно открытым, либерализация торговли услугами (и инвестиционной деятельности) на основе ГАТС не была для этой страны абсолютной новой концепцией. Поскольку признается, что экономическая политика способна затрагивать интересы членов общества различным образом, поставленная задача заключается в обеспечении того, чтобы первоначальное предложение Пакистана служило более долгосрочным интересам страны.

60. Вместе с тем было признано, что для привлечения инвестиций и извлечения связанных с ними благ только принятия обязательств в рамках ГАТС не достаточно; следует помнить о том, что в равной степени важными являются "маркетинговые" обязательства. При этом существуют опасения относительно того, что либерализация окажет давление на мелкие семейные магазины. Некоторые эксперты подчеркивали необходимость планомерного и последовательного проведения либерализации и реформы в области регулирования и проявления осмотрительности при принятии обязательств в рамках ВТО. Другие же указывали на обеспокоенность тем, что работа в рамках ВТО, возможно, будет характеризоваться чрезмерной осмотрительностью, излишними

колебаниями и упорным нежеланием идти на риск, что чревато отрицательными последствиями.

61. С сектором распределения связан ряд других областей деятельности ВТО, а именно упрощение процедур торговли, санитарные и фитосанитарные меры, ТБТ, нетарифные барьеры, субсидии и тарифы, причем все эти области порождают сложные вопросы и требуют дальнейшего анализа.

## **Х. Выводы**

### *Рекомендации в отношении политики*

62. Либерализация ведет к усилению конкурентной борьбы и, благодаря ей, к повышению эффективности и качества услуг при более низких затратах. В то же время возникают вопросы относительно возможности вытеснения с рынка мелких традиционных участников, а также потери рабочих мест и возможных негативных последствий для положения фермеров в сочетании с возможной утратой продукции местного производства, обусловленной всеобъемлющей униформизацией. Несмотря на это эксперты и участники по-прежнему подчеркивали важное значение ПИИ для развития местной экономики. В этой связи для решения проблемы адаптационных издержек в результате дерегулирования рынка и либерализации торговли, по всей видимости, потребуется принятие дополнительных мер в области политики, направленных на достижение позитивных результатов с точки зрения увязки соображений эффективности с социальными соображениями, при обеспечении надлежащих темпов и последовательности либерализации и регулирования. К сфере регулирования относятся законодательство в области конкуренции, трудовое законодательство, нормативные положения по вопросам защиты потребителей и товарные стандарты, а также меры по преобразованию неформального сектора торговли в торговые предприятия, выплачивающие соответствующие налоги. Для обеспечения справедливой конкуренции на местном уровне требуются эффективные нормативные положения и учреждения, прежде всего для эффективного проведения в жизнь политики в области конкуренции и создания более однородной конкурентной среды. На двустороннем, региональном и международном уровнях необходимо принять меры по обеспечению эффективного доступа для товаров и услуг, производимых развивающимися странами, к глобальным каналам распределения.

63. Необходимо, чтобы важность повышения конкурентоспособности МСП в секторе распределения была признана, прежде всего, в развивающихся странах, а также со стороны международного сообщества. Принимаемые на национальном уровне меры,

направленные на поощрение эффективной деятельности местных компаний, должны содействовать открытию рынков для международной конкуренции и даже предшествовать ему для обеспечения того, чтобы все участники рынка могли в полной мере пользоваться теми преимуществами, которые создает приток ПИИ на местный рынок. Для повышения уровня конкурентоспособности может потребоваться активная поддержка со стороны как правительства, так и международных организаций, преследующих цели развития потенциала и инфраструктурных услуг, а также соблюдения стандартов качества. Кроме того, международные организации могли бы оказать содействие развивающимся странам в развитии инфраструктуры и в строительстве лабораторий, необходимых для обеспечения соблюдения стандартов качества. К числу принимаемых правительствами развивающихся стран мер, способных смягчить неблагоприятные последствия либерализации сферы распределительных услуг, могли бы быть отнесены непрерывное обучение, оказание поддержки в повышении технологического уровня и переподготовка работников предприятий, вытесненных с рынка (и, по возможности, предоставление им пособий по безработице). Важной мерой по развитию предпринимательства является предоставление кредитов и других форм финансирования местным участникам рынка под небольшие проценты, тем более что им придется конкурировать с иностранными поставщиками услуг, которые без труда могут получить финансирование для проведения своих операций. Кроме того, директивным органам в развивающихся странах, возможно, потребуется рассмотреть вопрос о таких мерах, как помощь в формировании кооперативных групп, техническое содействие в совершенствовании методов коммерческой деятельности и повышение уровня знаний в области ИКТ, а также введение контроля за ценами на основные продукты в целях защиты интересов малоимущего населения.

64. Еще одной связанной с этим возможностью укрепления сферы распределительных услуг является включение соответствующей задачи в общий план проведения реформы, направленной на повышение конкурентоспособности страны. К числу элементов такого плана могли бы быть отнесены выявление групп хозяйствующих субъектов (как иностранных, так и местных) и определение путей и средств укрепления таких групп (например, на основе поощрения иностранных супермаркетов к использованию местных источников снабжения и укреплению местного производственного потенциала). К числу других ключевых элементов всеобъемлющей реформы сектора распределения относятся упрощение процедур торговли и развитие инфраструктуры (включая порты и дороги), а также упрощение таможенных процедур. Важнейшее значение в этом контексте имеют также привлечение хозяйствующих субъектов и затрагиваемых сторон к разработке программы реформы и проведению работы с международными организациями и донорами с целью получения поддержки с их стороны.

65. Важную роль в активизации участия развивающихся стран в торговле распределительными услугами способны сыграть развитые страны, в том числе путем принятия коммерчески обоснованных обязательств в интересах развивающихся стран, в том числе в отношении четвертого способа поставки услуг; снижения субсидий на сельхозпродукцию; принятия мер, направленных против ограничительной практики в сфере предпринимательства; координации мер с занимающимися вопросами конкуренции органами в развивающихся странах в тех случаях, когда крупные розничные магазины оказывают чрезмерное давление на поставщиков; оказания помощи правительствам развивающихся стран в обеспечении микрофинансирования для розничных МСП; обеспечения того, чтобы их соглашения о зонах свободной торговли и учреждения, занимающиеся охраной окружающей среды, стимулировали основанное на конкуренции развитие розничной торговли в развивающихся странах; поощрения своих компаний к достижению целей, сформулированных в статье IV ГАТС, в частности в отношении предоставления информации о коммерческих и технических аспектах поставок услуг и доступности технологии в сфере услуг и расширения доступа продукции развивающихся стран на рынки развитых стран; и содействия согласованию утвержденных правительствами стандартов в отношении технологии, корпоративно-социальной ответственности, занятости и условий труда, которые применяются к производителям в развивающихся странах. Меры стимулирования, вводимые развитыми странами в отношении своих собственных компаний с целью ориентации потока продукции на иностранные торговые площадки с низким уровнем цен, усугубляют нехватку торговых возможностей для формирующихся секторов услуг в развивающихся странах. При принятии таких мер следует учитывать обусловленные ими дополнительные издержки для международной торговли услугами в целом и для развивающихся стран в частности.

66. Международные стандарты, включая технические стандарты и санитарные и фитосанитарные стандарты, также могут создавать дополнительные трудности для развивающихся стран в плане их выхода на международные рынки. Это та область, в которой международным организациям, таким, как ЮНКТАД, МОТ, ОЭСР, Всемирный банк, ВОЗ и другие, принадлежит важная роль в деле оказания технической помощи в целях развития потенциала и содействия внедрению рациональных методов управления. Международным финансовым учреждениям следует более активно развивать микрофинансирование и микролизинг, оказывать поддержку кооперативам в укреплении потенциала развивающихся стран, содействовать рациональному управлению, включая ликвидацию коррупции и борьбу с отмыванием денег, и содействовать гендерному равенству, предлагая различные финансовые инструменты на местном уровне. Им следует также проводить деятельность, дополняющую меры, принимаемые правительствами, прежде всего в областях, в которых частный сектор ощущает нехватку

возможностей или достаточных стимулов, например, развивать услуги в сфере физической инфраструктуры.

67. Для обеспечения справедливой конкуренции в области *распределения других услуг* полезным могло бы быть принятие политики и правил на международном уровне, которые служили бы руководством для развития конкуренции на национальном и региональном уровнях. Однако важно обеспечить, чтобы эти правила применялись продуманным и взвешенным образом. В силу ограниченности размеров местного рынка и недостатка возможностей для выхода на региональные или глобальные рынки, производство кинопродукции во многих развивающихся странах является нерентабельным. Возможно, в развивающихся странах необходимо рассмотреть вопрос о принятии мер, направленных на преодоление трудностей, которые обусловлены появлением кинотеатров мультиплексов, и оказании содействия в распространении аудиовизуальной продукции этих стран на внутреннем, региональном и, может быть, международном рынках. При оказании помощи и предоставлении донорского финансирования в области кинопроизводства необходимо учитывать важное значение не только этапа производства, но и этапов распространения и маркетинга.

#### *Деятельность ЮНКТАД*

68. ЮНКТАД следует продолжить и активизировать свою работу по проблематике распределительных услуг в ряде областей. В целях достижения ЦРДТ ЮНКТАД следует, например:

- a) оказать поддержку развивающимся странам при проведении ими оценки либерализации торговли в области распределительных услуг, в том числе на уровне отдельных видов продукции; провести анализ производственно-сбытовой цепи в области распределения по отдельно взятому виду продукции с целью более точного определения задействованных процессов и смежных услуг, включая связи с первым и четвертым способами поставок услуг;
- b) провести работу для улучшения понимания классификации и охвата распределительных услуг, которые приведены в настоящее время в Классификации основных продуктов ООН и классификации услуг ГАТС;
- c) проанализировать, в какой степени уроки, извлеченные из опыта стран - членов ОЭСР, могли бы применяться в качестве примеров передовой практики в развивающихся странах с целью содействия распределению товаров и услуг из

развивающихся стран, включая поощрение развития сектора распределительных услуг в целом;

- d) совместно с другими соответствующими международными организациями поддерживать усилия развивающихся стран по оказанию помощи своим туроператорам, в частности МСП, в управлении цепью создания добавленной стоимости;
- e) определить пути преодоления трудностей, с которыми сталкиваются развивающиеся страны при получении доступа к каналам распределения и информационным сетям, принимая во внимание те изменения, которые происходили на рынках в области технологий и в сфере регулирования в последнее время. Представляется важным провести анализ потенциальных возможностей для выделения сегментов в рамках экономики, основанной на сфере услуг;
- f) выявлять пути улучшения инфраструктуры, содействия торговле и создание более благоприятных условий для деятельности трейдеров в развивающихся странах, в том числе путем упрощения процедур предотгрузочной инспекции; содействовать стандартизации и унификации; оптимизировать работу таможенных служб и добиваться снижения сборов за очистку от таможенных пошлин; и, в более широком контексте, провести анализ того, в какой степени торговые соглашения могут помочь в достижении этих целей, содействуя тем самым торговле по линии Юг-Юг;
- g) провести анализ вопросов в области регулирования и конкуренции применительно к распределительным услугам.

## Глава II

### ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

#### А. Созыв совещания экспертов

69. Совещание экспертов по распределительным услугам было открыто во Дворце Наций в Женеве 16 ноября 2005 года исполняющим обязанности Генерального секретаря ЮНКТАД г-ном Виктором Бусуттилом.

#### В. Выборы должностных лиц

(Пункт 1 повестки дня)

70. На своем первом заседании совещание экспертов избрало следующих должностных лиц в состав бюро:

Председатель:	Его Превосходительство г-н Й.Ф. Ага (Нигерия)
Заместитель Председателя-Докладчик	г-жа Л. Чжан (Китай)

#### С. Утверждение повестки дня и организация работы

(Пункт 2 повестки дня)

71. На том же заседании совещание экспертов утвердило предварительную повестку дня, распространенную в документе TD/B/COM.1/EM.29/1. Таким образом, повестка дня совещания была следующей:

1. Выборы должностных лиц.
2. Утверждение повестки дня и организация работы.
3. Распределительные услуги.
4. Утверждение доклада о работе совещания.

#### Д. Документация

72. Для рассмотрения основного пункта повестки дня совещанию экспертов была представлена записка секретариата ЮНКТАД, озаглавленная "Распределительные услуги" (TD/B/COM.1/EM.29/2).

**Е. Утверждение доклада совещания**  
(Пункт 4 повестки дня)

73. На своем заключительном заседании совещание экспертов поручило Докладчику подготовить окончательный доклад о работе совещания под руководством Председателя.

## Приложение

### УЧАСТНИКИ СОВЕЩАНИЯ\*

1. В работе совещания приняли участие эксперты из следующих государств - членов ЮНКТАД:

Алжир	Нигерия
Азербайджан	Объединенная Республика Танзания
Бангладеш	Пакистан
Беларусь	Парагвай
Бенин	Польша
Боливия	Российская Федерация
Бутан	Сальвадор
Зимбабве	Самоа
Индия	Саудовская Аравия
Индонезия	Свазиленд
Иран (Исламская Республика)	Сирийская Арабская Республика
Испания	Таиланд
Италия	Тринидад и Тобаго
Йемен	Тунис
Кения	Уганда
Китай	Украина
Лаосская Народно-Демократическая Республика	Уругвай
Мадагаскар	Филиппины
Малайзия	Франция
Мали	Швейцария
Марокко	Швеция
Непал	Эфиопия

2. На совещании были представлены следующие межправительственные организации:

Группа государств Африки, Карибского бассейна и Тихого океана  
Андское сообщество  
Карибское сообщество  
Центр "Юг".

---

\* Поименный список участников см. в документе TD/B/COM.1/EM.29/INF.1.

3. На совещании было представлено следующее специализированное учреждение:

Организация Объединенных Наций по промышленному развитию.

4. В качестве членов дискуссионных групп в работе совещания приняли участие следующие эксперты:

### **Оценка развития ситуации на глобальных рынках распределительных услуг**

г-жа Уэнди Беккер, партнер, "Маккинзи энд компани"

г-н Хайнц Вернер, "Хайнц Вернер ГмбХ"

г-н Фоти Целиос, Директор по вопросам управления цепями снабжения, "ШОПРАЙТ", Южная Африка (в режиме видеоконференции)

г-н Дейв Д. Узерспун, Университет штата Мичиган, Соединенные Штаты Америки

г-н Арвинд Синхал, Председатель, "КСА Текнопак", Индия

г-н Деунден Никомборирак, Директор по исследованиям в области экономического управления, Таиландский институт исследований в области развития

### **Национальные нормативные рамки в сфере распределительных услуг и проблемы, стоящие перед развивающимися странами**

г-жа Мария Е. Маер, Старший экономист, Отдел анализа структурной политики, Департамент экономики, ОЭСР, Париж

г-жа Мария Эсперанса Дангонд, Богота, Колумбия

г-н Венпинг Луо, Шанхайский морской университет, Китай

### **Вопросы конкуренции**

г-н Пол Добсон, профессор, Группа по исследованиям в области экономики конкуренции, маркетинга и торговли, Университет Лафборо, Соединенное Королевство

г-н Деунден Никомбориак, Директор по исследованиям в области экономического управления, Таиландский институт исследований в области развития

**Национальная оценка опыта торговли распределительными услугами и их развития в развивающихся странах**

г-н Арпита Мукхерджи, Старший научный сотрудник, Индийский совет по исследованиям международных экономических отношений

г-н Карлос де ла Торре Муньос, Кито, Эквадор

г-жа Данг Нху Ван, Начальник Департамента международной интеграции, Центр анализа и прогнозирования, Вьетнамская академия социальных наук

г-н Лев Н. Сафронов, Начальник Департамента международных отношений, ЗАО "Торговый Дом Перекресток", Российская Федерация

г-н Самьюэл Гичеру, Директор-распорядитель, "Тропикал кенфилд экспортерс лимитед", Кения

г-на Жулиан Аркел, "Политика в области международной торговли и услуг"

**Распределение услуг: отдельные тематические исследования**

**Аудиовизуальные услуги**

г-н Майк Дирхам, Директор, Группа по кинематографическим ресурсам Южной Африки

**Туризм**

г-н Олиана Пун, "СЕО туризм интеллидженс интернэшнл", Тринидад и Тобаго

г-н Фелипе Гонсалес Абад, СЕО, "Савиа Амадеус", Испания

**Навстречу шестой Конференции ВТО на уровне министров в Гонконге: распределительные услуги в рамках ГАТС и интересы развивающихся стран**

г-н А. Хамид Мамдух, Директор, Отдел по вопросам торговли услугами, ВТО

г-н Аудо Фалейро, первый секретарь, Постоянное представительство Бразилии,  
Женева

г-н Шри Р. Гопалан, секретарь, Министерство торговли и промышленности, Индия

г-н Дэвид Кайрнс, Соединенное Королевство

г-н Роберто С. Бош Эстевес, первый секретарь, Постоянное представительство  
Аргентины при ВТО, Женева

г-жа Алисия Д. Гринидж, Соединенные Штаты Америки

г-жа Канитха Кунгсаванич, Таиланд.

5. В работе совещания приняли участие следующие специально приглашенные эксперты:

г-н Суманта Чонхури, Индия

г-жа Мириам Вандер Стичеле, Центр исследований по вопросам  
многонациональных корпораций

г-н Дирк Виллем Те Вельде, Институт по вопросам развития заморских территорий.

-----