

КРИЗИС – ПРОВЕРКА СТРАН НА УСТОЙЧИВОСТЬ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОПЫТА 2014 ГОДА

doi: 10.25728/coronacrisis.2020.7-dorofeyeva

Если считать, что концепция устойчивого развития имеет свое начало в работах «Римского клуба» (The Club of Rome) 1970-х годов, то можно сделать вывод, что ее более чем полувековое развитие впервые столкнулось не с циклическим, а со структурным кризисом. Как известно из курса классической экономической теории, капиталистическая система организации экономической деятельности имеет несколько родовых травм, к которым можно смело отнести кризисы перепроизводства и стремление к монополизации рынков. В первом случае менялась сущность кредитных отношений, путем перенаправления потока кредитования из сферы реального производства в потребительский сектор. Во втором случае монополизация происходила за счет активного развития транснациональных корпораций. По оценкам Ха Джун Чанга (профессора Кембриджского университета) от 30 до 50 процентов международной торговли продуктами промышленного производства на самом деле представляют собой внутрифирменную торговлю или, иными словами, передачу производственных ресурсов и производимой продукции в пределах одной мультинациональной корпорации [1, с. 122].

Равновесное состояние мировой экономической системы, как утверждали многие эксперты, носило устойчивый характер, однако «краш-тест», вызванный коронавирусом, показал, что большинство стран мира оказалось не готово к мобилизации ресурсов и переустройству экономических моделей, а провозглашенная стабильность осталась лишь в документах. Сейчас на фоне развития эпидемии растёт уровень безработицы в США. С начала карантина, введенного в середине марта, число обращений за пособием по данным министерства труда страны превысило уже 26 млн. В Европе имеются проблемы с посевной кампанией, что в свою очередь может привести к голоду. То есть,

пандемия коронавируса поставила европейский агропромышленный комплекс перед новым вызовом: европейским фермерам не хватает рук. Куда серьезней положение в Италии. Там из-за очень жесткого карантина вообще непонятны перспективы весенних полевых работ и производства продуктов питания [2]. Все рассмотренное выше ставит перед нами ключевой вопрос: что под собой подразумевает устойчивость и является ли данная концепция шагом в сторону более высокого качества жизни?

Коронавирус отличается от остальных глобальных потрясений тем, что он не мобилизовал (что всегда случается во время войн и ЧС), а наоборот, затормозил мировую экономику. Первым и, наверное, наиболее болезненным следствием стала деформация мирового разделения труда. При выключении ряда регионов из цепочек поставок происходит не просто повышение издержек на поиск альтернатив, а проявление глобального дефицита, как мы можем это наблюдать в области медицинского оборудования. Мировая экономика не работает по принципу системы поставки электроэнергии, в которой при выходе из строя основного контура существует резервный, поэтому выключение даже одной части экономической системы может стать фактором развития коллапса всей мировой экономики. При таких условиях каждое государство стремится в кратчайшие сроки развернуть протекционистскую политику. Мировой рынок, устроенный по принципам максимальной открытости и транспарентности, совершенно не готов к такому переходу. Обрисованный тренд является только началом большой социально-экономической трансформации мира, но уже сегодня разные страны по-разному проходят данное испытание.

Нами выдвинута гипотеза, что Российская Федерация уже имеет опыт преодоления аналогичных трудностей, и речь идет не о советском периоде, а о событиях Крымской весны и введения санкционной политики в отношении нашей страны. Одной из отраслей, которая в тот момент, безусловно, была частью глобальных логистических цепочек, пришлось полностью перестраивать свою деятельность. Речь идет о ритейле. Стоит отметить, что данный вид деятельности может быть сопоставлен с той частью сектора услуг, который имеет отношение к жизнестойкости государства и обслуживанию промышленности.

То есть, он может рассматриваться как модельный, для поиска решений по выходу из кризиса в целом ряде отраслей, серьезно пострадавших в нынешней ситуации.

Если обратиться к статистическим показателям (рисунок 1), то можно отметить: после введения санкций оборот розничной торговли в сопоставимых ценах снижался до 2017 года и вплоть до начала 2019 года так еще и не вышел на досанкционный уровень.

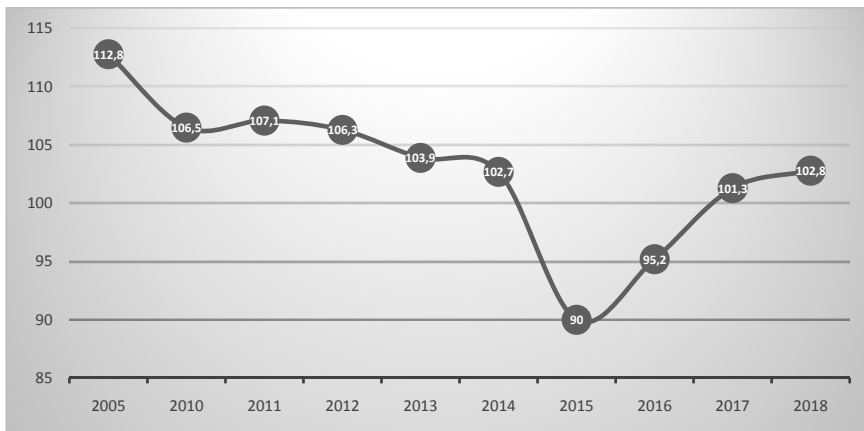


Рис. 1. Индексы физического объема оборота розничной торговли (в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году), данные Росстата [3]

Доля прибыльных организаций в результате, по итогам 2014 г. сократилась до 80,1% (-2,4 п.п. к 2013 г.). При этом темпы сокращения были более высокими, чем по экономике в целом (-1,3 п.п. к 2013 г.) [4]. За период 2014-2015 гг. наблюдались характерные для всех кризисов явления, опережающий рост инфляции в сравнении с доходами населения, рост цен на продукты по причине ослабления курса национальной валюты. Изменилось и потребительское поведение: повысилась чувствительность к цене, сократилась общая частота покупок и количество приобретаемых позиций в чеке, наблюдался переход из крупных форматов в более мелкие магазины «у дома» [5; 6]. Первый тренд к изменению ситуации появился в 2017 году, когда розничная торговля после двухлетнего сокращения продемонстрировала рост оборота (+1,3% в 2017 году по

сравнению с 2016 г.; +2,6% в I полугодии 2018 г. по сравнению с I полугодием 2017 г.).

Ключевые тенденции изменений в сетевой розничной торговле, вызванные санкционной политикой, которые могут быть актуальными и в посткоронавирусном периоде, таковы.

1. Снижение потребления дорогих продуктов питания (а также других потребительских товаров) – при неизбежном снижении покупательской способности население массово будет переключаться на более дешевые товары, в данном случае смогут выиграть те производители, которые способны работать на более низком уровне издержек. Еще одним нюансом данной тенденции может быть рост цен, однако этот фактор не будет носить долгосрочного характера, так как падение доходов просто не позволит поддерживать спрос на имеющемся уровне (соответственно для реализации товаров и услуг потребуется снижение цены) и государство будет строго контролировать ценообразование в категории продуктов первой необходимости (то есть в области тех товаров, которые необходимы человеку для воспроизводства и удовлетворяют его базовые потребности).

2. Снижение качества потребления, в том числе в связи с падением реальных доходов населения: это происходит как в форме переключения на товары более низкого ценового сегмента, так и за счет появления на рынках фальсифицированной продукции. Многие люди вынужденно перейдут на не сертифицированные товары или товары кустарного производства, соответственно, этот факт будет формировать спрос на ручной труд – пошив одежды, мелкий ремонт, выращивание продуктов питания в подсобном хозяйстве с целью продажи и пр. Стоимость таких товаров и услуг будет ниже рыночной, при этом будут возникать сложности с верификацией качества продуктов. Еще одной проблемой станет система легализации получаемого дохода, в этой области правительством уже разработаны некоторые модели, например, патенты или регистрация статуса самозанятого.

3. Захват рынка федеральными сетями за счет региональных игроков, консолидация рынка как способ выживания – крупные игроки расширяют присутствие за счет собственного роста и сделок по слиянию и поглощению, что позволяет экономить на

масштабе. Мелкие игроки вынуждены искать новый формат или уходить с рынка.

4. Рост доли собственных торговых марок сетей (СТМ). Часть иностранных брендов, а также часть российских компаний, которые занимались поставками импортной продукции на российские рынки, ушли либо снизили свою долю [7, с. 3]. На фоне этого происходит рост собственных торговых марок сетей, данный процесс начал активно развиваться с 2014 года. Кризис 2020 года может увеличить объем продуктов в данной категории в разы. Безусловно, как и в предыдущих трендах, ключевым фактором развития будет являться более низкая цена такой продукции, хотелось бы отметить, что данная тенденция приведет к снижению уровня продуктовой дифференциации. Новым поставщикам товаров не будет выгодно вкладывать средства в собственный бренд, а более экономически целесообразно будет представлять свою продукцию под уже имеющийся мультибренд торговой сети.

5. Сокращение диверсификации продуктов и услуг. При снижении поступающих инвестиций и доходов производители не смогут поддерживать производства привычного для современного глобального мира объема дифференцированных продуктов. В 2014 году ритейлерами было принято решение не перераспределять сокращающиеся ресурсы одного направления в пользу другого, а действовать, урезая ассортимент и сосредоточиваясь на поставках большого объема самых ходовых товаров [8]. В современных условиях это может привести к формированию специализированных магазинов с достаточно небольшим ассортиментом товаров, не имеющих повторения в других торговых сетях.

6. Локализация. В 2014 году смена поставщиков была оплачена покупателями за счет роста цен, относительную выгоду при этом получили частично российские производители, чье производство максимально локализовано, и торговые предприятия, которые в значительной мере пересмотрели состав поставщиков, а также запустили собственные торговые марки. Правительство на протяжении последних 6 лет уделяло этому вопросу значительное внимание, наиболее заметно процесс локализации происходит в автомобилестроительной отрасли, где ряд компаний перенесли в Россию до 60% производства комплектующих для сборки автомобилей [9].

Кризис 2020 года затронет все шесть представленных тенденций, в краткосрочной перспективе станет актуальным умение бизнес-среды адаптироваться к сложившимся условиям. Фактически внимание будет концентрироваться на локализации и работе с пониженным спросом населения. Со стороны государства важнейшей задачей будет работа с самозанятыми, данный вид трудоустройства будет связан не с предпринимательской деятельностью (то есть, получением добавочной стоимости), а с сокращением уровня безработных, следовательно, доход таких граждан может быть приравнен к заработной плате и отношение к регулированию их деятельности должно быть изменено в первую очередь содержательно. Еще одним просматриваемым трендом может стать уход массового брендинга товаров, при условии, что содержание бренда не будет покрываться прибылью от его использования. Возможно появление универсальных марок по типу СТМ ритейл компаний и в других отраслях хозяйственной деятельности. Этот подход не может поддерживать тот уровень диверсификации продукции, который был характерен для рынка в последние 30 лет. Следовательно, можно ожидать существенной унификации продукции как на потребительском, так и на производственном рынке.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что у Российской Федерации достаточно большой опыт преодоления кризисных последствий. В данной работе рассмотрены те тенденции, которые будут проявляться в краткосрочной перспективе при переходе от старой экономической модели к новой. Часть из них может сохранить актуальность и после глобальной трансформации. Для минимизации негативных последствий и выработки решений по мерам государственной поддержки требуется оценка важности каждого из описанных трендов. Коронавирус проявил узкие места мирового разделения труда, обнажив потребности для развития внутренних рынков и в области промышленных предприятий, и с точки зрения формирования внутреннего спроса. Государству требуется определить свою роль в управлении рынком на переходном периоде, а также задать те векторы развития, которые для него кажутся наиболее перспективными. Ключ к экономическому росту и социальной стабильности будет лежать в нахождении баланса между интересами государства (общества) и частными инициативами (то есть рынком).

Литература

1. Чанг Ха-Джун. Как устроена экономика /пер. с англ. Е. Ивченко; [науч. Ред. Э. Кондукова]. – 5-е изд., доп. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 320 с.
2. Гурков А. Пандемия COVID-19: мир столкнется с дефицитом продуктов питания // Сайт Deutsche Welle на русском языке [Электронный ресурс] – Режим доступа:<https://p.dw.com/p/3aIgY>. Дата обращения 25.04.2020.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. Дата обращения 25.04.2020/
4. Национальное рейтинговое агентство Развитие ритейла в России в 2014-м году // Отраслевой отчет [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.ranational.ru/sites/default/files/razv_riteyl_2014.pdf. Дата обращения 25.04.2020.
5. Романова Карина. Съедобная экспансия // Сайт Газета.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.gazeta.ru/business/2015/02/03/6398349.shtml>. Дата обращения 25.04.2020.
6. Национальное рейтинговое агентство Российский ритейл. Итоги 2016 г. – I полугодия 2017 г. Отраслевой отчет [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://www.ranational.ru/sites/default/files/analitic_article/_2016-2017.pdf. Дата обращения 25.04.2020.
7. Волков А., Радченко Т., Сухорукова К., Паршина Е. Продовольственное эмбарго: итоги 2015 года: Аналитический доклад. Управление по конкурентной политике Аналитического центра при правительстве РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/8972.pdf>. Дата обращения 25.04.2020.
8. Как торговые сети реагируют на набеги покупателей // Сайт Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.acort.ru/media-tsentr/otraslevye-novosti/Kak-torgovye-seti-reagirujut-na-nabegi-pokupatelej.html>. Дата обращения 25.04.2020.

9. Renault начала в России прием заказов на лимитированную серию Arkana // Сайт газеты Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/auto/news/2019/05/23/802291-renault-arkana>. Дата обращения 25.04.2020.