

УДК 339.13:339.37

*Д. А. Симаков*  
*sda376@mail.ru*

*Белорусский государственный университет, Беларусь*

**ВЛИЯНИЕ СЕТЕВЫХ ФОРМАТОВ ТОРГОВЛИ  
НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ:  
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

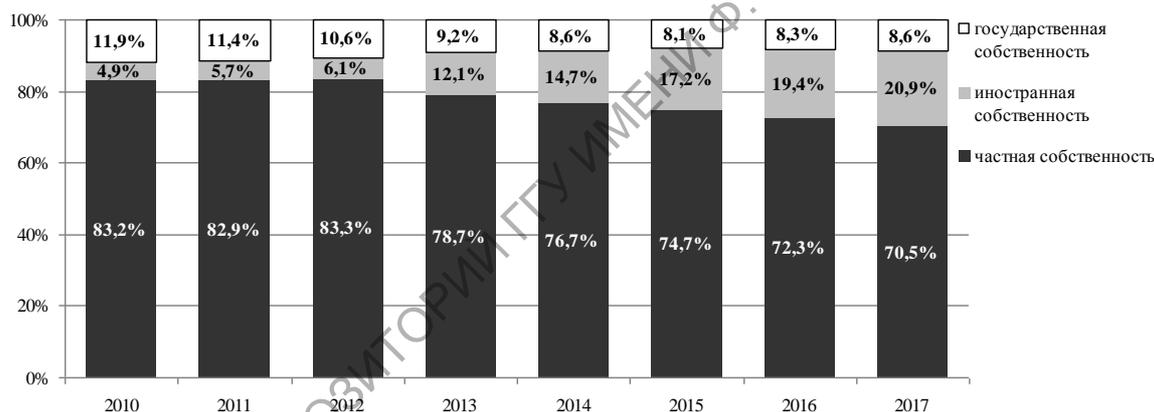
В статье проведен анализ динамики и основных тенденций развития отечественного потребительского рынка. Акцентируется внимание на существенном изменении структуры розничного товарооборота в сторону укрупнения и концентрации бизнеса в торговле. Данные явления с учетом межотраслевых связей и уникального положения сетевого ритейла в распределительной системе экономики могут сильно влиять на

финансы страны, искажая не только торговлю и производство, но и всю национальную экономику в целом. В этой связи, в силу объективности и неотвратимости процессов отраслевого развития определена необходимость выработки комплекса взаимосвязанных мер, нацеленных на создание условий наиболее эффективного сочетания и использования механизмов конкурентного рынка.

Проводимая на современном этапе макроэкономическая политика представляет собой систему мер, базирующихся на принципе сознательного возведения «нерыночных» противовесов в ответ негативным крайностям рыночных тенденций. Так, стихийность частного сектора уравнивается целенаправленностью общественного, факторный характер доходов – их трансфертным распределением, антирыночность монополизма – государственной поддержкой конкуренции.

Являясь связующим звеном между производственной сферой и сферой потребления, торговля стала играть важнейшую роль в экономике страны. Учитывая относительно низкие барьеры входа и выхода с рынка, свободу предпринимательства, многообразие потребностей, которые удовлетворяются посредством бизнес-процессов оптовой и розничной торговли, сектор торговли стал одним из наиболее показательных в части конкурентной борьбы сегментов национальной экономики.

Пройдя за последние 10–15 лет, по сути, революционный этап своего развития, сфера торговли претерпела значительные структурные изменения. Об открытости отрасли для частного и иностранного капитала свидетельствует значительное изменение структуры розничной торговли в сторону увеличения доли бизнеса негосударственной формы собственности (рисунок 1).

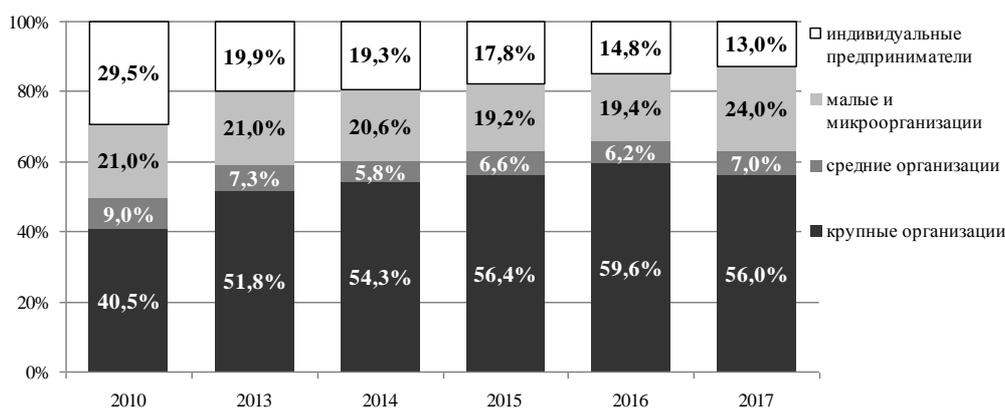


**Рисунок 1 – Структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2010–2017 гг. по формам собственности**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Так, в структуре розничного товарооборота существенно падает доля государственной торговли (8,6% в 2017 году по сравнению с 11,9% в 2010 году) наряду с высокими темпами роста удельного веса организаций с иностранным капиталом (20,9% в 2017 году по сравнению с 4,9% в 2010 году).

Еще одним немаловажным трендом, характерным для отечественного потребительского рынка, является рост доли крупных организаций в розничном товарообороте республики. Переформатирование рынка розничной торговли в нашей стране происходило достаточно быстро, и этот процесс по перераспределению сфер влияния не останавливается (рисунок 2). Так, доля крупных торговых организаций в розничном товарообороте за 2010–2017 годы выросла на 15,5% за счет сокращения долей средних организаций на 2,0% и индивидуальных предпринимателей – на 16,5%.



**Рисунок 2 – Структура розничного товарооборота Республики Беларусь за 2010, 2013–2017 гг. по типам субъектов хозяйствования**

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1]

Динамичное развитие информационных технологий и средств коммуникаций стало одной из основных предпосылок появления и бурного развития крупных торговых сетей, позволив им оперативно управлять запасами, снижая издержки. Более того, в последнее десятилетие развитие розничных торговых сетей рассматривалось как одно из наиболее существенных стратегических направлений совершенствования розничной торговли.

Конкурентные преимущества крупных торговых сетей перед «традиционной» торговлей неоспоримы. Во-первых, обладая эффектом масштаба, крупные торговые компании формируют соответствующий концентрированный спрос. Во-вторых, используемая ими преимущественно централизованная модель управления обеспечивает существенное снижение издержек за счет концентрации основных функций управления в едином центре. В-третьих, оптимизация процессов хранения и доставки товаров посредством строительства собственных логистических центров обеспечивает повышенную мобильность запасов и оптимальный размер совокупных товарных запасов в целом по торговой сети. В-четвертых, в условиях торгового обслуживания отечественного потребителя, существенно реагирующего на достаточность ассортимента и ценовую дифференциацию, постоянное наличие широкого ассортимента товаров по более низким ценам обеспечивает сетям лояльность покупателей. Следствием из этого становится рост покупательной способности и уровня благосостояния граждан, поскольку за те же деньги они могут купить больше товаров, чем прежде. В свою очередь, это положительно сказывается на всей экономике, стимулируя дальнейшее увеличение производства товаров и услуг.

Таким образом, преимущества крупных сетевых форматов торговли являются очевидными. Вместе с тем процесс становления и последующей экспансии сетевого ритейла имеет свои «но» и оборотную сторону медали.

Открытие нового крупного предприятия, особенно в небольших городах, всегда знаковое событие в жизни города: ожидаемый рост отчислений в местный бюджет, создание новых рабочих мест. Рабочие места торговыми сетями, конечно же, создаются, однако, вследствие их большей эффективности, этих мест зачастую значительно меньше, чем количество людей, уволенных после закрытия мелких и средних торговых предприятий, что уже в краткосрочном периоде способствует росту числа безработных.

Особенно негативный характер носят условия взаимодействия сетей с производителем, требующих от последнего все более и более низких цен, доводя их до уровня минимального предела рентабельности. Плюс попадание продукции на полки магазинов крупных торговых сетей само по себе обходится недешево. Особо надо отметить отсрочку платежа, которая может достигать нескольких месяцев. Причем производитель все это время вынужден продолжать поставку продукции, изыскивая ресурсы и множа непроизводительные затраты,

которые увеличивают себестоимость продукции и снижают конкурентоспособность предприятия. В результате рост благосостояния граждан благодаря перераспределительным процессам становится достаточно условным, поскольку то, что они недоплачивают в магазине, они недополучают в зарплате ввиду роста издержек их предприятий. Более того, заняв вследствие своего размера «монопольное» положение в регионе, получая от производителя огромные скидки, сети имеют возможность повышать цены, формируя огромные торговые надбавки, которые остаются за скобками и как бы спрятаны внутри конечной цены. При этом конечный потребитель из-за отсутствия альтернативы вынужден покупать товары по завышенным ценам.

Таким образом, сетевой ритейл достигает уникального положения, где для покупателя у него монополия (диктат продавца), а для поставщиков – монополия (диктат покупателя). А вот результатом неконтролируемой экспансии сетей, результатом их стремления получать сверхприбыли за счет монополизации рынка, вполне может быть стагнация экономики. Поскольку розница является основным каналом товародвижения для производителей потребительских товаров, причем все они являются потребителями оборудования, сырья, материалов, энергоносителей, воды и коммунальных услуг, то наметившийся дисбаланс в цепочке «производитель – торговля – конечный потребитель» искажает не только торговлю и производство, но и всю национальную экономику в целом.

В свою очередь, сети – есть неотъемлемый элемент системы товародвижения, а их появление явилось объективной необходимостью отраслевого развития, обусловленной потребностью в аккумулировании ресурсов для внедрения новых торговых технологий, в том числе и информационных. Однако бесспорно, что для устойчивого развития национальной экономики, создания здоровой конкурентной среды, должны быть созданы равные условия работы для всех: и для крупной сетевой торговли, и для «традиционной» торговли, и для производителей. При этом вопросы выработки действенных механизмов обеспечения равных условий конкуренции, честных правил игры приобретают все большую актуальность, как с позиции органов управления, так и научного исследования их влияния на потребительский рынок.

### Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 09.09.2018.