

5. О создании дополнительных условий для осуществления инвестиций в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 12 нояб. 2015 г., № 8 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

Статья поступила в редакцию 09.12.2016 г.

УДК 339.378(476)

A. Yartsev
L. Klimchenia
BSEU (Minsk)

TRADING NETWORKS IN CONSUMER MARKET: PERFORMANCE AND DEVELOPMENT CONDITIONS

The article summarizes the results of the trade networks development in the consumer market of Belarus; the quantitative indicators estimation of power distribution networks is provided; the advantages of their functioning are revealed; problems in the creation of competition equal conditions of trade organizations and efforts to create them are indicated.

Keywords: consumer market; retail trade; trade network; store type; shopping facilities and retailers' chains rating; retail trade competition; unique position; market presence limits.

А. И. Ярцев
кандидат экономических наук, доцент
Л. С. Климченя
кандидат экономических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ТОРГОВЫЕ СЕТИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ

В статье обобщены результаты развития торговых сетей на потребительском рынке Беларуси; дана оценка количественным показателям мощности торговых сетей; обобщены преимущества их функционирования; выявлены проблемы в создании равных условий конкуренции торговых организаций и предпринимаемые усилия для их обеспечения.

Ключевые слова: потребительский рынок; розничная торговля; торговая сеть; сетевая торговля; тип магазина; торговые объекты; рейтинг торговых сетей; конкуренция в розничной торговле; уникальное положение; ограничения присутствия на рынке.

Развитие розничных торговых сетей в настоящее время рассматривается как одно из наиболее существенных стратегических направлений совершенствования розничной торговли. Торговые сети имеют неоспоримые преимущества перед независимыми торговыми объектами по целому ряду причин:

1. Объединяя значительное количество торговых объектов, они предоставляют поставщику крупный концентрированный спрос на закупаемые товары, что создает для всех магазинов сети возможность предлагать их покупателям по более низким ценам, чем у самостоятельных магазинов, и обеспечивать значительные конкурентные преимущества.

2. В числе существенного положительного эффекта развития розничных торговых сетей многие специалисты отмечают применение современных логистических подходов

к процессам закупок, товародвижения, складирования и распределения товаров, что в свою очередь ставит перед поставщиками необходимость введения адекватных логистических схем.

3. Значительные финансовые ресурсы розничных торговых сетей дают им возможность строить и содержать собственные логистические центры, что обеспечивает достаточный запас в широком ассортименте товаров, страхующий от возможных нарушений договорных обязательств в части сроков и ассортимента, которые часто допускают внешние поставщики. Помимо этого, при наличии у сетей собственных логистических центров значительно сокращаются складские площади и товарные запасы непосредственно в магазинах, а в логистических центрах обеспечивает повышенную мобильность запасов и оптимальный размер совокупных товарных запасов в целом по торговой сети.

4. В условиях достаточно жесткой и все более обостряющейся конкуренции на рынке особую важность приобретает обеспечение лояльности покупателей, вопросы которой исследовались ранее [1]. Факторы, которые обеспечивают лояльность покупателей, достаточно разнообразны, и некоторые из них (например, близкое расположение магазина к дому или офису) действуют автоматически, не требуя от магазина каких-либо усилий. Что касается крупных розничных торговых сетей, то они в борьбе за покупателя используют разные способы стимулирования продаж, недоступные самостоятельным магазинам. При этом сети несут значительные затраты, покрывая их за счет существенного роста объемов продаж. В результате целенаправленная политика стимулирования продаж, способствующая увеличению числа лояльных покупателей, обеспечивает розничным торговым сетям значительные конкурентные преимущества.

5. По данным Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, страна уже достигла европейского уровня обеспеченности торговыми площадями, и значительная роль в этом принадлежит торговым сетям.

6. Централизуя многие функции управления и сокращая за счет этого управленческий аппарат в расчете на один магазин, розничные торговые сети имеют возможность привлекать квалифицированных специалистов, обеспечивая высокое качество управления.

Таким образом, преимущества розничных торговых сетей очевидны. Имеются данные, что в мировой торговой практике отмечается явная тенденция к организации сетевой торговли, которая в настоящее время охватывает за рубежом около 95 % розничного рынка [2].

Статья 35 Закона «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З (далее — Закон) определяет, что торговая сеть — это два и более стационарных торговых объекта, принадлежащие на законном основании одному субъекту торговли либо группе лиц или в которых осуществляется деятельность несколькими субъектами торговли с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга). Если исходить из приведенного определения, то число действующих в настоящее время розничных торговых сетей в республике достаточно велико, и на них, по данным Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, приходится около 64 % розничного товарооборота. Однако следует отметить, что далеко не все розничные торговые сети определяют ситуацию на потребительском рынке Республики Беларусь. Согласно данным информационного портала, в республике сформирован рейтинг торговых сетей в результате объединения информации Торгового реестра на 1 февраля 2016 г. [3]. Рейтинг продовольственных сетей представлен в табл. 1.

Таблица 1. Рейтинг продовольственных сетей Республики Беларусь

Сеть	Количество магазинов в сети	Общая площадь магазинов сети, м ²	Средняя площадь одного магазина, м ²
Евроопт	452	263 210	582
Корона	42	77 849	1854
Алми	40	64 331	1608
Рублевский	67	49 513	739
Доброном	80	47 140	589
Гиппо	12	43 459	3622
Белмаркет	74	41 238	557
Соседи	51	37 261	731
Mart INN	33	33 166	1005
Простор	5	28 772	5754

Источник: [3].

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в сетях представлены все современные типы — от магазинов шаговой доступности, дискаунтеров и до гипермаркетов. Наиболее активное развитие в последнее время получили такие типы, как дискаунтеры и гипермаркеты.

Тип дискаунтера в основном представляет сеть «Евроопт», которая является безусловным лидером на розничном рынке Республики Беларусь, что, по нашему мнению, является следствием продуманного позиционирования и рациональной ассортиментной политики, отвечающей интересам целевой аудитории.

Конкуренцию среди гипермаркетов можно считать более жесткой, поскольку на этом рынке количество игроков ограничивается. Объясняется более острая конкуренция среди гипермаркетов еще и тем, что они в основном ориентированы на крупные города, где уровень доходов населения выше, чем в малых. Что касается дискаунтеров, то они представлены не только в Минске и областных центрах, но и в районных центрах и небольших населенных пунктах, где уровень конкуренции существенно ниже.

В табл. 2 приведен рейтинг непродовольственных сетей Республики Беларусь.

Таблица 2. Рейтинг непродовольственных сетей Республики Беларусь

Сеть	Количество магазинов в сети	Общая площадь магазинов сети, м ²	Средняя площадь одного магазина, м ²
АМИ Мебель и Лагуна	215	60 024	279
Пинскдрев	88	54 149	615
Остров чистоты	180	37 936	211
Буслік	41	34 061	831
Пятый элемент	38	33 995	895
Мила	207	29 352	142
ОМА	12	27 863	2322
KARI	54	21 729	402
Новоселкин и Mile	4	20 047	5012
Электросила	26	16 196	623

Источник: [3].

По нашему мнению, составленный рейтинг крупнейших розничных операторов Беларуси не совсем точно отражает место конкретной сети на соответствующем сегменте потребительского рынка, поскольку отсутствуют данные о товарообороте сетей, в том числе в расчете на 1 м². Без этих данных объективно судить о рейтинге той или иной сети сложно, так как используемые показатели отражают количественную характеристику, которая должна быть дополнена качественными показателями торговой сети.

Интенсивный рост розничных торговых сетей вызывал острые дискуссии как среди представителей науки, так и среди практиков, причем мнения при этом высказывались противоположные, а иногда даже и противоречивые. Например, А. Ключников отмечает, что «сетевой ритейл достигает уникального положения, где для покупателя у него монополия (диктат продавца), а для поставщиков — монополия (диктат покупателя). В результате получается, что вся прибыль перераспределяется от производителя к торговцу, т.е. уже даже не прибыль, а сверхприбыль, образованная за счет тотального контроля рынка» [4]. И тут же он подчеркивает, что «в современной экономике сети играют беспрецедентно важную роль». В этих высказываниях мы не видим ничего противоречивого, так как и любой сложный процесс, развитие розничных торговых сетей невозможно оценивать однозначно. Поэтому наряду с отмеченными явными положительными моментами выявляются недостатки и проблемы, причем достаточно существенные. Остановимся на некоторых из них.

Экономический кризис и связанное с ним объективное снижение реальных денежных доходов населения приводит к значительному усилению конкуренции, в которой присутствуют все пять сил, выделенные М. Портером. На современном этапе развитие розничных торговых сетей в республике происходит за счет поглощения в первую очередь мелких, а затем и средних торговых организаций. Так, в состав розничных сетей за последние годы вошли многие ранее популярные у минчан супермаркеты, при этом качество обслуживания в них, по отзывам покупателей, значительно ухудшилось. Однозначно подходить к этому процессу нельзя, ибо мировая практика свидетельствует о том, что конкурентоспособность розничных сетей существенно выше конкурентоспособности единичных торговых объектов.

Следует также отметить и обострение конкуренции среди самих розничных торговых сетей. В частности, в 2015 г. из-за высоких кредитных обязательств прекратила свое существование торговая сеть «Родная сторона», имевшая свой логистический центр «24» и являющаяся на тот момент одной из крупнейших белорусских розничных сетей.

Экспансия крупных розничных торговых сетей приводит к вытеснению мелкого и среднего бизнеса из торговой сферы и может привести к монополизации рынка. В связи с этим Правительство республики предусматривает целый ряд антимонопольных мер. В частности, Закон закрепил на конкретной административной территории максимальное значение доли в товарообороте для одного игрока не более чем 20 %; после достижения указанного уровня розничная торговая сеть не сможет расширять свое присутствие на этой территории. Данное ограничение введено для розничной торговли продуктами питания с целью создания конкурентной среды и ограничения действий крупных игроков на потребительском рынке. Новый Закон ввел не только данную меру защиты небольших магазинов от крупных розничных торговых сетей. В настоящее время в соответствии с Законом торговые объекты, площадь которых не превышает 400 м², не должны размещаться в соответствии с какой-либо схемой. Если говорить о торговых объектах более крупной торговой площади, то они должны в соответствии с Законом размещаться только в местах, определяемых для них местными органами власти, которые при этом должны обеспечивать преференциальный подход для магазинов шаговой доступности, а также для субъектов малого бизнеса.

По мнению многих специалистов, на данный момент говорить о монополизации потребительского рынка еще рано, однако уже в настоящее время магазины крупных роз-

нических торговых сетей, и в первую очередь сети «Евроопт», создали и продолжают создавать достаточно серьезную конкуренцию для магазинов, расположенных в небольших населенных пунктах и преимущественно входящих в систему Белкоопсоюза. В результате в 2015 г. розничный товароборот организаций потребительской кооперации составил всего 92,4 % по отношению к уровню 2014 г.

Ужесточение конкуренции на потребительском рынке не дает возможности розничным торговым сетям снижать темпы роста. При этом в условиях, в которых денежных потоков для финансирования крупных инвестиционных проектов недостаточно, сети своевременно не рассчитываются с поставщиками, и в первую очередь непосредственными производителями товара, наращивая тем самым объемы товарного кредита. Действующим законодательством в республике определены предельные сроки оплаты продовольственных товаров, однако они систематически нарушаются. Так, по данным Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, просроченная задолженность торговли республики поставщикам товаров на 1 декабря 2015 г. составляла около 6 трлн р., и это независимо от того, что в 2015 г. за систематическое нарушение порядка расчетов с поставщиками товаров данное министерство принимало решение о приостановлении работы магазинов сетей «Доброном» и Mart Inn. Что касается самих поставщиков, то они чаще всего не вступают в конфликты с розничными торговыми сетями. Причина кроется в опасении, что в случае конфликтов товары этих поставщиков не будут представлены на полках магазинов сети.

Одним из основных преимуществ розничных торговых сетей считается введение единых стандартов мерчандайзинга во всех магазинах сети. Однако достаточно часто специалисты отмечают стирание индивидуальности сетевого бизнеса, которое выражается в мало чем отличающихся планировочных решениях торговых залов, похожей товарной выкладке. Далеко не всегда обоснована ассортиментная политика розничных сетей, которая чаще всего зависит от типа магазина и далеко не всегда от месторасположения.

Производители товаров в настоящее время попадают во все большую зависимость от розничной торговли, и очевидно, что баланс рыночной силы от производителей явно сдвинулся в сторону розничной торговли. В связи с ограниченностью торговых площадей на полках магазинов чаще всего оказываются товары нескольких крупнейших поставщиков, а доступ на рынок товаров от региональных поставщиков обычно затрудняется. С целью создания равных условий для всех поставщиков Закон определил требования к договорам, по которым осуществляются поставки продовольственных товаров субъектам торговли и общественного питания, а также требования к самим субъектам торговли, общественного питания и поставщикам товаров. Конкурентные положения Закона относятся к торговым сетям, крупным магазинам (торговым объектам торговой площадью 3 тыс. и более м²) и поставщикам продовольственных товаров. Все они обязаны обеспечивать взаимный доступ к информации об условиях отбора контрагента и другой информации, направленной на защиту конкуренции и необходимой для заключения договоров поставки товаров. Важную роль в регулировании взаимоотношений товаропроизводителей и розничных торговых сетей должны сыграть разработка и введение Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь Кодекса добросовестного поведения на рынке оптовой и розничной торговли.

Таким образом, при положительной оценке в целом процесса развития и укрепления на рынке розничных торговых сетей нельзя не признать и наличие серьезных проблем, связанных с их развитием. В последние годы многократно поднимался вопрос о целесообразности существования Министерства торговли, но точка зрения о том, что на данном этапе развития экономики роль Министерства в регулировании торговли значительна, по нашему мнению, правомерно одержала верх. В этой связи исключительно важным и своевременным можно считать Указ Президента Республики Беларусь от

3 июня 2016 г. № 188 «Об органах антимонопольного регулирования и торговли» (далее — Указ). В соответствии с Указом Министерство торговли Республики Беларусь переименовано в Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь и на него помимо ранее выполняемых функций возложены также функции по обеспечению противодействия монополистической деятельности и развития конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь, областей (г. Минска), в числе которых и функции в области регулирования деятельности субъектов естественных монополий, цен (тарифов), а также контроль в этих сферах.

По нашему мнению, до тех пор, пока конкуренция на рынке не станет по-настоящему добросовестной, государственное регулирование будет одним из основных способов обеспечения цивилизованной торговли, и роль Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в этом неоспорима.

Как показывает отечественная и мировая практика, появление торговых сетей явилось объективной необходимостью отраслевого развития, обусловленной потребностью в аккумулировании ресурсов для внедрения новых торговых технологий, в том числе и информационных. На белорусском потребительском рынке функционирует достаточное количество торговых сетей как с продовольственным ассортиментом товаров, так и с непродовольственным. Крупнейшие торговые сети имеют несколько сотен торговых объектов, используя свою мощь для обеспечения себе более выгодных условий взаимодействия с поставщиками, конкурентных преимуществ перед независимыми магазинами и мелкими сетями. При этом вопросы обеспечения равных условий конкуренции среди торговых сетей приобретают все большую актуальность как с позиции органов управления, так и научного исследования их влияния на потребительский рынок.

Л и т е р а т у р а

1. *Ярцев, А. И.* Ассортиментная политика торговых организаций и ее влияние на лояльность покупателей / А. И. Ярцев, Л. С. Климченя // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2016. — Вып. 9. — С. 433—438.

Yartsev, A. I. Assortimentnaya politika torgovoykh organizatsiy i ee vliyanie na loyal'nost' rokupateley / A. I. Yartsev, L. S. Klimchenya // Nauch. tr. / Belarus. gos. ekon. un-t. — Minsk, 2016. — Вып. 9. — С. 433—438.

2. Розничные торговые сети [Электронный ресурс] // Информационно-образовательный портал Veni Vidi Vici. — Режим доступа: <http://www.vevivi.ru/best/Roznichnye-torgovye-seti.../>. — Дата доступа: 28.10.2016.

3. Топ-20 торговых сетей Беларуси [Электронный ресурс] // Новости TUT.BY. — Режим доступа: <http://www.news.tut.by/economics/484077.html>. — Дата доступа: 28.10.2016.

4. *Клюшников, А.* Роль сетей в экономике страны [Электронный ресурс] / А. Клюшников // Проза.ру. — Режим доступа: <http://www.proza.ru/2008/04/09/52/>. — Дата доступа: 28.10.2016.

Klyushnikov, A. Rol' setey v ekonomike strany [Elektronnyy resurs] / A. Klyushnikov // Proza.ru. — Rezhim dostupa: <http://www.proza.ru/2008/04/09/52/>. — Data dostupa: 28.10.2016.

Статья поступила в редакцию 30.11.2016 г.