

УДК 334.012.6

Е. Л. Ральникова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В России в сфере розничной торговли, всегда отличавшейся наиболее быстрыми темпами развития и имеющей важное социально-экономическое значение, в результате кризисных явлений сегодня наблюдается ряд проблем, требующих решения. Наиболее уязвимым в современных условиях оказался малый сектор, преобладающий в сфере розничной торговли. Цель данной статьи – представить результаты проведенного автором исследования современных тенденций развития малого предпринимательства в сфере розничной торговли. Основные используемые методы исследования: метод анализа и синтеза, статистический, графический. Ключевые результаты представлены выявленными особенностями и проблемами развития малого сектора в сфере розничной торговли в современных экономических условиях. Данная публикация предназначена широкому кругу читателей (студентам, аспирантам, ученым, преподавателям, начинающим и действующим предпринимателям, органам власти различных уровней и др.).

Ключевые слова: малое предпринимательство, розничная торговля, сетевая торговля, факторы, ограничивающие деловую активность, тенденции развития.

Розничная торговля всегда являлась «локомотивом» развития экономики страны, однако мировой финансовый кризис 2008–2009 гг. не обошел стороной и данную сферу, и сегодня в условиях рецессии она испытывает множество проблем, формирующих негативные тенденции ее развития. Особенно большие трудности испытывает малый сектор сферы розничной торговли.

Важность развития малого предпринимательства в сфере розничной торговли определяется ее вкладом в формирование его основных социально-экономических показателей деятельности (рис. 1).

Социально-экономические науки

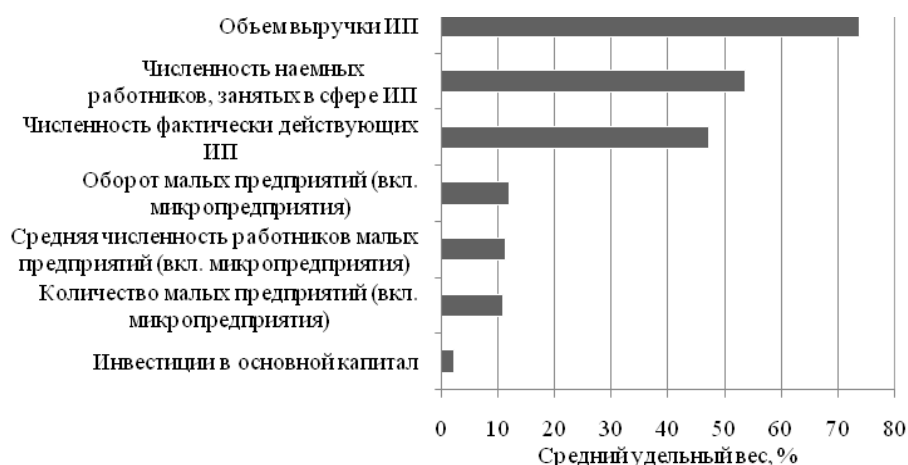


Рис. 1. Вклад розничной торговли в развитие малого предпринимательства в 2011–2014 гг. (составлено автором на основании расчетов по данным [1])

Данные рис. 1 позволяют нам сделать вывод о существенном вкладе розничной торговли в развитие малого предпринимательства, в особенности индивидуальной предпринимательской деятельности. При этом нельзя не отметить, на наш взгляд, проблему низкой инвестиционной привлекательности данной сферы, что характерно в целом для малого бизнеса России, а также наметившиеся тенденции ежегодного сокращения сферы розничной торговли в удельном весе малых предприятий, действующих индивидуальных предпринимателей и объема выручки последних.

Также особую тревогу вызывает именно данная отрасль в связи с тем, что среди хозяйствующих субъектов малого предпринимательства, по данным статистики, основную долю (около 30%) занимают предприятия розничной торговли (рис. 2), замыкающей к тому же тройку лидеров по числу убыточных предприятий, уступая лишь оптовой торговле и операциям с недвижимым имуществом.

Социально-экономические науки



Рис. 2. Распределение хозяйствующих субъектов малого предпринимательства по видам экономической деятельности в 2014 году (составлено автором на основании [2])

Следует отметить при этом тенденцию роста убыточности малых предприятий (включая микропредприятия) розничной торговли в условиях рецессии экономики, начало которой отмечается в 2013 году. По нашим расчетам на основании [3], в 2013 году число убыточных предприятий в малом секторе отрасли возросло более чем в два раза и, несмотря на снижение их прироста до 17% в 2014 году, это свидетельствует о непростой ситуации в розничной торговле. При этом наибольшие проблемы испытывают микропредприятия, составляющие, по данным статистики, около 90% малых предприятий – юридических лиц розничной торговли и несущие, соответственно, наибольшие убытки.

О финансовых проблемах в отрасли свидетельствует также снижение рентабельности проданных товаров в малом секторе розничной торговли (до 6% в 2014 году), причем падение данного показателя в разрезе микропредприятий оказалось выше – почти 1,5% [4]. Еще существеннее оказалось изменение рентабельности активов малого сектора розничной торговли: согласно [5] в 2014 году она снизилась более чем в 1,5 раза и составила менее 9%, у микропредприятий – упала практически вдвое.

Ключевыми факторами, влияющими на деловую активность предприятий розничной торговли (рис. 3), на протяжении последних лет остаются уровень

налогообложения, платежеспособность спроса населения и высокая конкуренция со стороны других организаций данной отрасли. При этом следует отметить, что в 2016 году действие первого фактора несколько уменьшилось, а последних – наоборот усилилось.

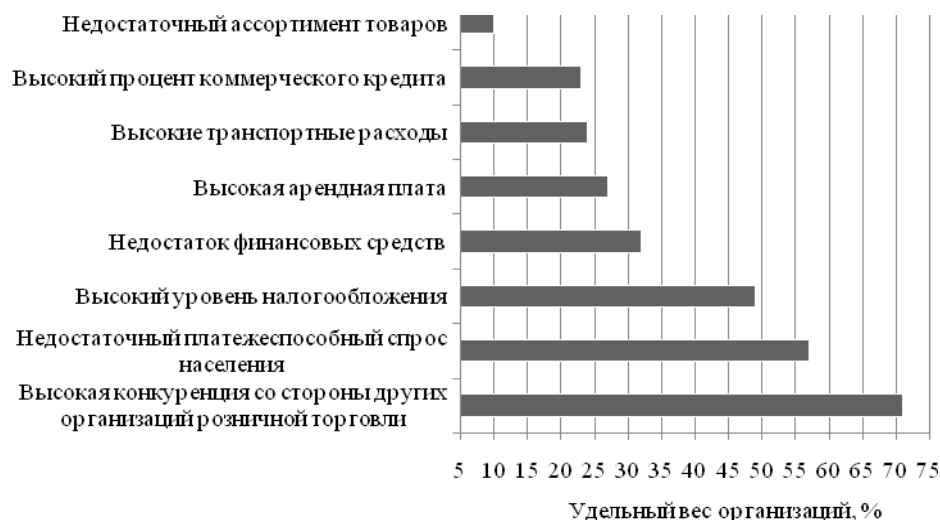


Рис. 3. Рейтинг основных факторов, ограничивающих деловую активность организаций розничной торговли, в 4-м квартале 2016 года (составлено автором на основании [6])

В частности в результате сокращения реальных располагаемых денежных доходов, начавшегося в 2015 году и усилившегося, по данным статистики, в 2016 году, пострадал уровень благосостояния населения (рис. 4).

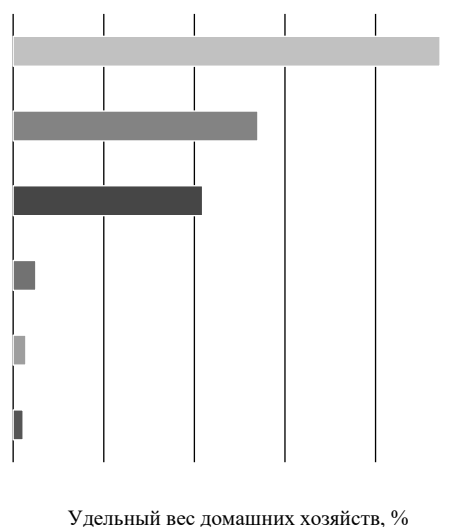


Рис. 4. Оценка своего финансового положения домашними хозяйствами во 2-ом квартале 2016 г. (составлено автором на основании [7])

Данные, представленные на рис. 4, позволяют заключить, что основная масса населения России находится в довольно сложном финансовом положении, испытывая жесткую ограниченность средств на потребление различных товаров и услуг. Следует отметить при этом факт формирования $\frac{2}{3}$ денежных доходов населения за счет заработной платы и почти 20% за счет социальных выплат (рис. 5). Доходы же от предпринимательской деятельности незначительны. Это, по нашему мнению, иллюстрирует высокую зависимость благосостояния большинства населения от политики других субъектов – работодателей и государства – и существенно ограничивает его возможности влиять на объем своих денежных доходов в условиях рецессии и вынуждает приспосабливаться к дефициту средств.



Рис. 5. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 3-ем квартале 2016 года (составлено автором на основании [8])

Все это в совокупности способствовало переходу населения в условиях рецессии на «избирательно-сберегательную модель текущего потребления» [9]. Согласно теории дефицита Я. Корнаи [10], приспособление населения к нехватке финансовых средств может осуществляться, во-первых, в форме сокращения потребления товаров и услуг, во-вторых, в форме замены некоторых товаров на товары худшего качества, в-третьих, в форме изменения структуры потребления путем адаптации к структуре располагаемых средств. По оперативным данным государственной статистики, в структуре потребительских расходов, более $\frac{1}{3}$ занимают расходы на домашнее питание. При этом следует отметить в структуре потребления значительную долю расходов на жилищно-коммунальные услуги,

превышающую даже расходы на одежду и обувь. В условиях вынужденной экономии основная часть населения также предпочитает откладывать крупные покупки, оценивая экономическую ситуацию для этих целей в большей степени как неблагоприятную (рис. 6). Несмотря на некоторое повышение индекса благоприятности условий для крупных покупок с начала 2016 года, существенное преобладание все-таки отрицательных оценок не позволяет говорить о серьезных сдвигах в данной сфере.

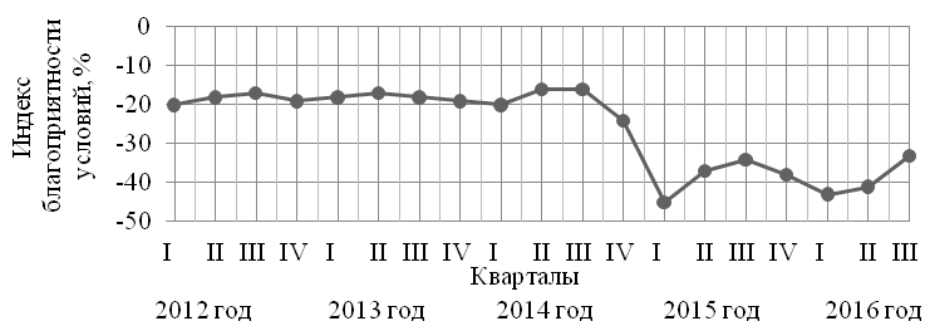


Рис. 6. Оценка населением текущих условий для крупных покупок (составлено автором на основании [11])

Кроме того, следует отметить, что негативные ожидания дальнейшего развития сегодня все же преобладают среди населения: об этом свидетельствует в целом индекс потребительской уверенности, имеющий в последние годы высокие отрицательные значения (в частности в 3-ем квартале 2016 года он составил минус 19%) [12]. Также большая часть населения (около 90% [13]) ожидают роста цен, причем более половины из них настроены весьма пессимистично, предполагая значительную их динамику в дальнейшем.

В результате складывающихся экономических условий наблюдается тенденция замедления темпов роста оборота малых субъектов розничной торговли (рис. 7).

Учитывая, что оборот отрасли практически наполовину формируется за счет деятельности субъектов малого предпринимательства (малых предприятий и индивидуальных предпринимателей) (рис. 8), негативные тенденции в данном

секторе сказываются на функционировании розничной торговли в целом (в частности по итогам 2015 года ее общий оборот сократился на 10 % [14], в 2016 году отрицательная тенденция сохранилась (в январе-ноябре прирост составил минус 5% относительно аналогичного периода прошлого года [15])).

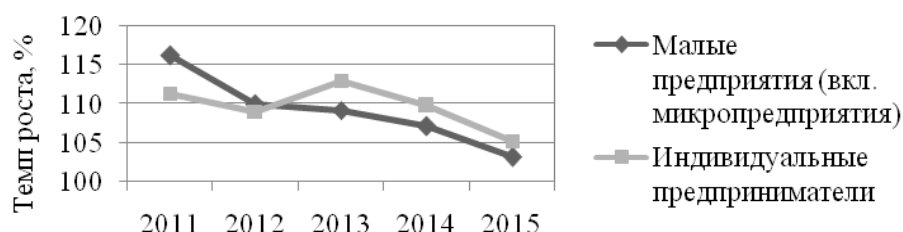


Рис. 7. Динамика оборота субъектов малого предпринимательства в розничной торговле (составлено автором на основании расчетов по данным [16])

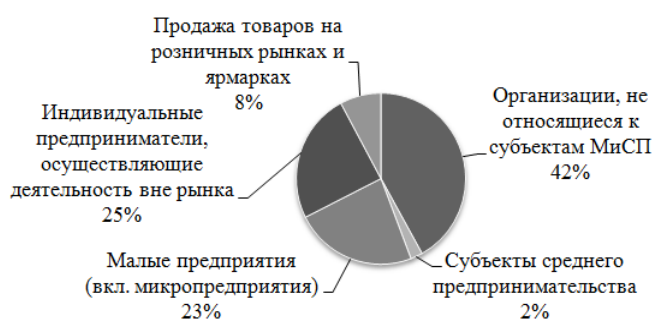


Рис. 8. Структура оборота розничной торговли по типам хозяйствующих субъектов в 2015 году, % (составлено автором на основании [17])

При этом следует отметить поступательное снижение удельного веса малого сектора в обороте розничной торговли при одновременном увеличении доли крупного бизнеса (рис. 9).

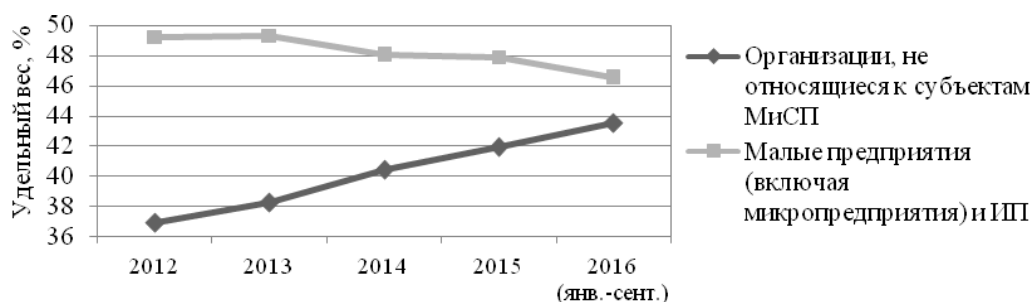


Рис. 9. Динамика удельного веса в обороте розничной торговли хозяйствующих субъектов малого и крупного предпринимательства (составлено автором на основании [18])

На наш взгляд, данная тенденция наглядно отражает усиление влияния ключевого фактора, ограничивающего деловую активность предприятий розничной торговли, представленного ранее на рис. 3 – «высокая конкуренция со стороны других организаций розничной торговли». Причем в данном случае речь идет об ужесточении конкуренции между малым сектором и крупным бизнесом, что приводит к сокращению не только доли первых субъектов в обороте розничной торговли, но и их количества в абсолютном выражении (рис. 10).

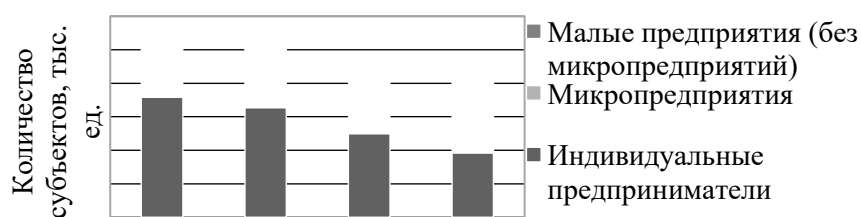


Рис. 10. Динамика количества хозяйствующих субъектов малого предпринимательства в розничной торговле (составлено автором на основании [19])

Небольшое увеличение количества микропредприятий никак не компенсирует одновременное сокращение числа малых предприятий (без учета первых) и индивидуальных предпринимателей. В результате, снижение в целом составило в 2014 году по сравнению с 2011 годом практически 10%, а темпы роста упали почти в 1,4 раза. Несмотря на положительную динамику микропредприятий, их прирост очень низкий (по итогам 2014 года – чуть больше 1%) и в анализируемый период имел тенденцию поступательного снижения (в среднем на 2%). Наибольшее сокращение малых хозяйствующих субъектов розничной торговли наблюдается в секторе индивидуального предпринимательства (более 13% за 3 года), составляющего, по данным статистики, более 80%. Это, на наш взгляд, может являться препятствием для устойчивого развития не только малого, но и среднего предпринимательства в розничной торговле, поскольку именно индивидуальные предприниматели в определенной степени формируют базу для расширения в перспективе сектора более крупных форм хозяйствования. Кроме

того, данная негативная тенденция свидетельствует о дестимулировании развития самозанятости населения.

Сокращение малых форм хозяйствования в розничной торговле обусловлено как общеэкономическими причинами (непомерные налоги, высокие арендные ставки, недоступность кредитов и т. д.), так и, на наш взгляд, снижением их конкурентоспособности на фоне разрастания торговых сетей, доля которых в обороте розничной торговли ежегодно растет (рис. 11), вытесняя постепенно форматы «шаговой доступности».

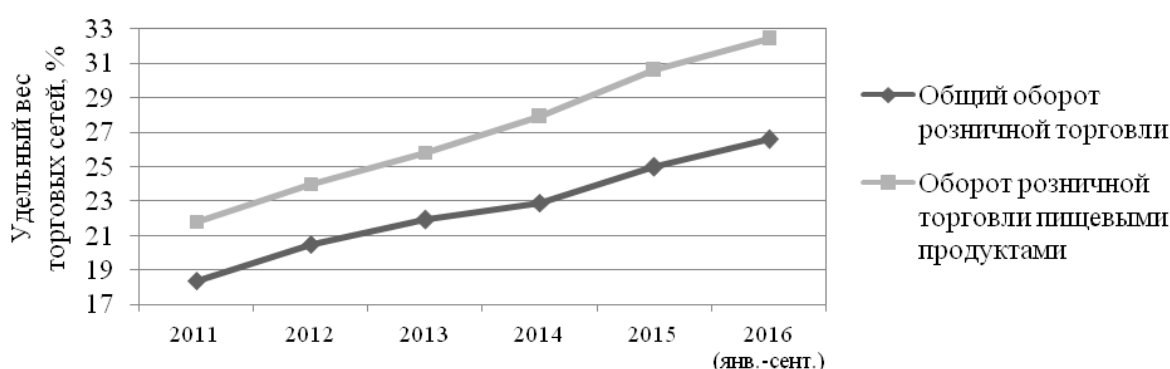


Рис. 11. Динамика доли торговых сетей в формировании оборота розничной торговли (составлено автором на основании [20])

Рис. 11 демонстрирует рост доли сетей в обороте розничной торговли практически в 1,5 раза за почти 5-летний период. Проблему ужесточения конкуренции для малого сектора розничной торговли в условиях рецессии подтверждают также результаты исследований различных объединений и организаций. Так, по данным опроса Российского Банка поддержки малого и среднего предпринимательства («МСП Банк»), наиболее остро среди различных отраслей оценивается конкуренция представителями именно торговой сферы, причём как с ее малыми формами, так и крупными структурами [21]. Наличие наиболее интенсивной конкуренции в малом секторе торговли отмечается и Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации [22].

Следует отметить, что согласно опросу Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», проведенному в феврале 2016 года, проблему ужесточения конкуренции как основную отмечают 38% предпринимателей малой торговли [23], для сравнения годом ранее данный показатель составлял чуть менее 30% [24]. Кроме того, существенно возросла и доля субъектов данной сферы, оценивающих уровень конкуренции в отрасли как достаточно и очень сильный (более 75% респондентов), в результате чего отрасль занимает второе место (после сферы СМИ) по уровню конкуренции [25]. Немаловажной, на наш взгляд, является и тенденция роста оценки респондентами усиления уровня конкуренции в отрасли с примерно $\frac{1}{3}$ в 2015 году [26] до более половины в 2016 году [27].

При этом по данным статистики, наибольшая концентрация деятельности торговых сетевых структур отмечается в Северо-Западном федеральном округе (на их долю, по данным Росстата, в 2015 году приходилось более 40% оборота розничной торговли округа при среднероссийском значении 25%).

Следует отметить также тенденцию ежегодного увеличения числа регионов Российской Федерации, в которых удельный вес торговых сетей в общем обороте розничной торговли превышает среднероссийский уровень: так, по расчетам автора на основании данных статистики, за три квартала 2016 года количество таких субъектов возросло более чем на 10% и составило 39 [28].

Столь быстрое развитие сетевой торговли объясняется рядом преимуществ, которыми обладают розничные торговые сети как для самих владельцев такого бизнеса, так и для потребителей (рис. 12).

Также возможности торговой экспансии, проявляющейся в территориальном расширении функционирования международных и национальных торговых компаний посредством завоевания региональных и локальных (местных) рынков, расширяются в связи с вступлением России во Всемирную торговую организацию (далее – ВТО). Это обусловлено либерализацией международной торговли, открытием границ (устранением количественных ограничений в торговле

между странами, смягчением таможенных барьеров), а также правилами ВТО [29].

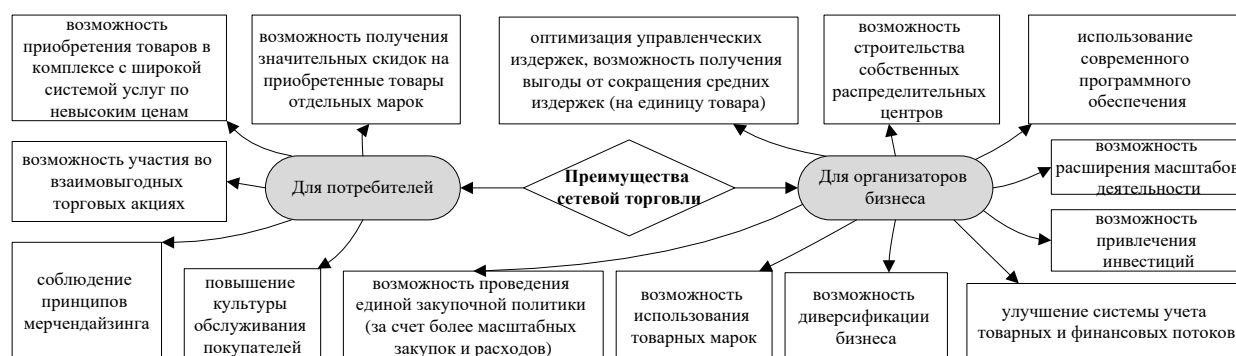


Рис. 12. Преимущества сетевой торговли (составлено автором на основании [30])

В целом, торговая экспансия, на наш взгляд, имеет весьма противоречивое значение для развития национальной экономики. С одной стороны, это приводит к усилению конкуренции, стимулирующей более высокие темпы развития, увеличению числа современных форматов, но в то же время оказывает неблагоприятное влияние на качественные параметры этого развития, формирует препятствия для малого бизнеса (что особенно сильно проявляется на местных рынках) и в долгосрочной перспективе создает угрозу экономической безопасности страны.

Во-первых, происходит вытеснение малых объектов торговли «шаговой доступности» (о чем свидетельствует статистика тенденции их сокращения (рис. 9, 10)), которые, не следует забывать, имеют важное значение. Они играют роль основного канала реализации потребительских товаров для небольших товаропроизводителей (прежде всего продуктов питания и сельскохозяйственной продукции), создают рабочие места, способствуют развитию самозанятости населения, обеспечивают пополнение местных и региональных бюджетов, а также доступность потребительских товаров в малонаселенных территориальных образованиях. Иными словами: выполняют важную социально-экономическую функцию и могут способствовать снижению территориальных диспропорций обеспечения услугами объектов торговли за счет своей мобильности.

Во-вторых, данный процесс затрагивает не только мелкие форматы торговли, но и протекает не безболезненно для иных участников рынка, нарушая баланс интересов во взаимоотношениях с отечественными товаропроизводителями и потребителями. Доказательством этого является практика выявления Федеральной антимонопольной службой фактов нарушения торговыми сетями антимонопольного законодательства и Закона о торговле. Это выражается в навязывании торговыми сетями невыгодных условий договора в отношении поставки товаров (к примеру, плата больших бонусов за вход в сеть, выгодное размещение на стендах, услуги продвижения и пр.) и создании дискриминационных условий поставщикам продовольственных товаров [31]. Таким образом, неправомерные действия торговых сетей провоцируют возникновение серьезных проблем сбыта продукции у местных товаропроизводителей на «домашнем» рынке и вынуждают их сокращать объемы производства, либо вообще прекращать деятельность. Усугубляет ситуацию на местах и проблема с распределительными центрами, «производители вынуждены осуществлять доставку в каждый магазин, сильно увеличивая транспортные расходы» [32]. В первую очередь это касается продажи социально значимых продуктов питания (продуктов первой необходимости), имеющих, как правило, небольшие сроки хранения (таких как хлеб, молоко, мясо, овощи и др.). Кроме того, имеются и факты выявления Федеральной антимонопольной службой недобросовестной конкуренции со стороны торговых сетей в отношении потребителей, выражающееся в необоснованном завышении розничных цен [33], а также приобретения ими дополнительных торговых площадей с нарушением требований Закона о торговле [34].

Препятствием развитию малого сектора розничной торговли, на наш взгляд, также может являться его низкая конкурентоспособность по уровню заработной платы по сравнению с крупными формами предприятий (рис. 13).

Социально-экономические науки

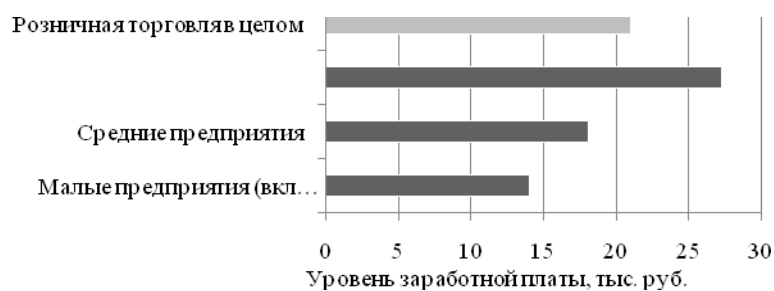


Рис. 13. Уровень среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в организациях торговли в 2014 году в зависимости от их размера (составлено автором на основании [35])

На рис. 13 четко видно, что уровень заработной платы в малых торговых предприятиях практически в два раза ниже, чем в крупном секторе розницы, и на треть отстает от среднеотраслевого показателя. Данное обстоятельство, на наш взгляд, сильно дестимулирует увеличение занятости в сфере малого предпринимательства, о чем свидетельствует статистика: так, средняя численность работников в расчете на одно предприятие сократилась с 9 человек в 2010 году до 6 человек в 2011 году и данный показатель сохраняется на протяжении уже нескольких лет [36].

Тормозом развития розничной торговли в России является также уровень ее технологического оснащения. В частности сегодня отмечается очень низкая доля продаж через Интернет на территории всей страны. По данным Росстата, в 2015 году она составила менее 1%.

Низкий показатель Интернет-продаж, на наш взгляд, обусловлен, во-первых, недостаточной активностью со стороны населения (о чем свидетельствуют статистические данные: в 2015 году с целью заказа товаров и услуг использовали Интернет менее 20% трудоспособного населения [37]); во-вторых, небольшим уровнем использования сети Интернет в самих организациях торговли (в частности в 2015 году имели свой веб-сайт лишь около 53% [38]). При этом применение системы электронного документооборота в 2015 году отмечается у 60% торго-

вых предприятий [39]. Кроме того, по данным статистики, в организациях оптовой и розничной торговли наблюдается высокая степень износа основных фондов – на конец 2015 года она составила около 40% [40].

Таким образом, проведенный нами анализ современных тенденций развития малого предпринимательства в сфере розничной торговли показал в большей части его отрицательную динамику и позволил выявить основные проблемы и ключевые факторы, повлиявшие на их возникновение. В частности, к последним относятся: снижение платежеспособности и уровня благосостояния населения, от которого напрямую зависят основные показатели деятельности отрасли, и ужесточение конкуренции со стороны торговых сетей, зачастую осуществляющих неправомерные действия в отношении контрагентов, выражающиеся в нарушении норм и положений антимонопольного законодательства и Закона о торговле. Все это в совокупности создает угрозу национальной экономической безопасности, в том числе в области продовольственного обеспечения населения и требует поиска путей решения сложившихся проблем, в том числе через систему государственного регулирования развития малого предпринимательства в сфере розничной торговли, что имеет особое значение на региональном и местном уровне.

Список литературы

1. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: стат. сб. / Росстат. М., 2015. С. 14, 19, 31, 38, 84, 85.
2. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
3. Малое и среднее предпринимательство в России... С. 53–54.
4. Там же. С. 62.
5. Там же. С. 64–65.
6. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
7. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств во II квартале 2016 года (по итогам обследования бюджетов домашних хозяйств): стат. бюллетень / Росстат. М., 2016. С. 81.
8. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.

9. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов / Минэкономразвития России. М., 2015. 306 с. URL: <http://economy.gov.ru/mines/activity/sections/macro/prognoz/> (дата обращения: 24.11.2016). С. 208.
10. Корнаи Я. Дефицит. М.: Изд-во «Наука», 1990. С. 58, 63, 65.
11. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
12. Там же.
13. Там же.
14. Российский статистический ежегодник. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016. С. 32.
15. Информация о социально-экономическом положении России в январе-ноябре 2016 года: доклад / Росстат. М., 2016. 106 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/info/oper-11-2016.pdf (дата обращения: 08.01.2017). С. 62.
16. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015... С. 70; Российский статистический ежегодник. 2014: Стат. сб. / Росстат. М., 2014. С. 459; Там же. С. 479.
17. Российский статистический ежегодник. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016. С. 479.
18. Российский статистический ежегодник. 2015: стат. сб. / Росстат. М., 2015. С. 483; Там же. С. 479; Социально-экономическое положение России – 2016 г. (январь–ноябрь 2016 года): доклад / Росстат. М., 2016. 408 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/social/osn-11-2016.pdf (дата обращения: 08.01.2017). С. 89.
19. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015... С. 12, 84; Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
20. Социально-экономическое положение России – 2016 г. (январь-октябрь 2016 года): доклад / Росстат. М., 2016. 404 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/social/osn-10-2016.pdf (дата обращения: 08.01.2017). С. 84; Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
21. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации / Федеральная антимонопольная служба. М., 2015. С. 68.
22. Там же. С. 55.
23. Там же. С. 56–57.
24. Там же. С. 52.
25. Там же. С. 58–59.
26. Там же. С. 53–54.
27. Там же. С. 60.

28. Социально-экономическое положение России – 2016 г. (январь–октябрь 2016 года): доклад / Росстат. М., 2016. 404 с. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/social/osn-10-2016.pdf (дата обращения: 08.01.2017). С. 84; Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.
29. *Агарков Г. А., Найденов А. С., Судакова А. Е.* Угрозы потребительскому рынку региона // Экономика региона. 2012. № 3. С. 212; *Данильченко В. А.* К вопросу о существенных характеристиках регионального потребительского рынка // Економічний форум. 2013. № 1. С. 95.
30. Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2013 году / Мониторинг и прогнозы социально-экономического развития Российской Федерации. М.: Минэкономразвития РФ. Февраль 2014 г. 232 с. URL: http://www.budgetrf.ru/Publications/mert_new/2014/MERT_NEW201402081018/MERT_NEW201402081018_p_004.htm (дата обращения: 14.04.2015). С. 47–48; *Писков Г. М.* Инновационные процессы в региональной оптовой торговле // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 10: Инновационная деятельность. 2008. № 3. С. 48; *Языков М. С.* Формализация взаимоотношений субъектов экономической деятельности в сфере розничной торговли // Вестник непрерывного образования. 2009. № 3. С. 71.
31. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации / Федеральная антимонопольная служба. М., 2015. С. 174–179.
32. *Писков Г. М.* Инновационные процессы в региональной оптовой торговле // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 10: Инновационная деятельность. 2008. № 3. С. 48.
33. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации / Федеральная антимонопольная служба. М., 2015. С. 115–116.
34. Там же. С. 175–176.
35. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: стат. сб. / Росстат. М., 2015. С. 35; Торговля в России. 2015: стат. сб. / Росстат. М., 2015. С. 101.
36. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: стат. сб. / Росстат. М., 2015. С. 32.
37. Российский статистический ежегодник. 2016: стат. сб. / Росстат. М., 2016. С. 471.
38. Там же. С. 463.
39. Там же. С. 465.
40. Там же. С. 292.

РАЛЬНИКОВА Екатерина Львовна – ассистент кафедры экономики,
Вятский государственный университет. 610000, г. Киров, ул. Московская, 36.

E-mail: hel0901@mail.ru