

Государственное регулирование экономики

К ОЦЕНКЕ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ЗАКОНА О ТОРГОВЛЕ: НАКАПЛИВАЮТСЯ ЛИ ЭФФЕКТЫ

Вадим РАДАЕВ

Вадим Валерьевич Радаев —
доктор экономических наук, профессор,
руководитель лаборатории экономико-
социологических исследований,
первый проректор, НИУ ВШЭ
(101000, РФ, Москва, Мясницкая ул., 20).
E-mail: radaev@hse.ru

Аннотация

Периодические попытки ужесточить требования Закона о торговле, призванного восстановить баланс рыночных сил между торговыми сетями и их поставщиками, в 2016 году привели к введению новых ограничительных поправок. С 2017 года началась очередная волна проверок участников рынка со стороны Федеральной антимонопольной службы. Для количественной оценки последствий регуляторного воздействия Закона автором используется объединенный массив количественных данных, собранных в ходе трех стандартизованных опросов ритейлеров и поставщиков, проведенных в 2010, 2013 и 2016 годах по аналогичной методологии в пяти крупнейших российских городах с широким распространением сетевой торговли (в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Тюмени). Всего в продовольственном и непродовольственном секторах были опрошены 2039 респондентов (пополам — ритейлеры и поставщики). Анализ данных позволяет сделать вывод, что, вопреки ожиданиям, условия заключения договоров поставки с торговыми сетями у поставщиков продовольственных товаров не упростились, в том числе и по сравнению с поставщиками непродовольственных товаров. Распространенность и уровень дополнительных договорных требований со стороны торговых сетей не сократились. При этом происходило накопление эффектов действия Закона. Оно не способствовало постепенному достижению изначально поставленных целей, но выразилось в растущей дифференциации оценок сложности договорных отношений и распространенности дополнительных договорных требований. У ритейлеров оценки относительно стабильны, а у поставщиков по ряду параметров стали пессимистичнее, что особенно касается крупных поставщиков. Делается более общий вывод о формировании новой прецедентной модели государственного регулирования, использующей либеральную риторику защиты конкуренции для обоснования вмешательства государства в межфирменные контрактные отношения.

Ключевые слова: розничная торговля, договорные практики, закон о торговле, оценка регулирующего воздействия.

JEL: P23, P31, Z13.

Проект реализуется лабораторией экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Введение

Вслед за периодом ослабления российского государства в 1990-е годы с наступлением нового тысячелетия начинается консолидация государства, которое всё активнее вмешивается в хозяйственные процессы. Первоначально речь шла об установлении более плотного контроля над «стратегическими» отраслями (топливно-энергетическим комплексом, банковским сектором, оборонными и высокотехнологичными индустриями), что выглядело закономерно, по крайней мере в объявленной логике обеспечения национальной безопасности и экономической целостности страны. Но затем в конце 2000-х годов произошло менее очевидное событие: государство внезапно вернулось в нестратегическую с любых точек зрения, наиболее приватизированную и высококонкурентную отрасль — в розничную торговлю. Причем вернулось оно с весьма специфической целью — отрегулировать контрактные отношения между ритейлерами и поставщиками. В декабре 2009 года, несмотря на активные протесты многих участников рынка и независимых экспертов, был принят широко известный Федеральный закон № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговле или Закон). Ключевыми мерами данного Закона стали ограничение бонусных и маркетинговых платежей, уплачиваемых поставщиками торговым сетям, фиксация предельных отсрочек платежа за поставленный товар, сдерживание территориальной экспансии торговых сетей на муниципальном уровне и введение при определенных условиях элементов государственного регулирования торговых цен на социально значимые товары. Принимался Закон о торговле после долгих и бурных политических дебатов, но без тщательной предварительной оценки его возможных экономических последствий¹.

Действие Закона о торговле и впоследствии оставалось предметом более или менее активных дискуссий. Их очередной раунд завершился введением в действие с 15 июля 2016 года поправок к данному Закону. В целом эти поправки не несли в себе ничего принципиально нового, они лежали примерно в том же русле и скорее были связаны с дальнейшим закручиванием тех же гаек. Было снижено пороговое значение бонусных платежей, которые поставщик выплачивает торговой сети, с 10 до 5% стоимости товара (в первоначальной редакции их пытались снизить до 3%). Важным изменением стало то, что в 5% теперь включается не только бонус за достижение определенных объемов продаж товара в торговой сети, но также оплата логистических, маркетинговых и рекламных услуг сетей поставщикам, ко-

¹ История разработки и принятия данного Закона была подробно описана автором ранее: [Радаев, 2010; 2011b].

торая в предыдущей редакции Закона никак не ограничивалась. Это породило дополнительные проблемы для производителей, которые часто не могут позволить себе содержать собственные логистические и маркетинговые службы и прибегают к услугам сетевиков. Теперь они вынуждены самостоятельно организовывать логистику или обращаться к логистическим компаниям. Среди изменений более частного характера — сокращение отсрочек платежа за поставленный товар: для продуктов со сроком годности менее 10 дней — с 10 до 8 дней, со сроком годности 10–30 дней — с 30 до 25 дней и со сроком годности более 30 дней — с 45 до 40 дней. Как и в случае принятия исходной версии Закона о торговле, при утверждении поправок вновь отсутствовало сколь-либо развернутое технико-экономическое обоснование принимаемых решений.

Задача данной работы — проанализировать на основе специально собранных нами количественных данных, как изменились условия заключения договоров поставки и требования торговых сетей к их поставщикам, что произошло с наиболее важными договорными требованиями и как менялись дополнительные административные издержки, возникшие в результате введения в действие Закона о торговле.

1. Общий контекст

Важно видеть происходящее в сфере законодательного регулирования розничной торговли в более общем содержательном контексте. Активизм российского государства (по крайней мере до 2014 года) следует рассматривать как часть глобальной тенденции «повышения регулирующей роли государства», не сводимой к одному лишь российскому опыту [Glaeser, Shleifer, 2003]. Несмотря на справедливую критику концепций глобальной конвергенции и гомогенизации, относительный рост числа регулирующих органов государства в 2000-е годы отмечается во многих странах [Weiss, 2010]. Примечательно, что регуляторная активность государства уже вовсе не обязательно воспринимается как жесткая альтернатива неолиберальной политике. Исследования регуляторной политики в разных странах свидетельствуют о том, что сама неолиберальная политика порождает сложное сочетание приватизационных процессов и усиления новых регулирующих институтов [Braithwaite, 2008]. Либерализация рынков неким причудливым образом порождает дополнительные правила, призванные дисциплинировать его участников [Vogel, 1996].

По мнению автора, в организационном поле розничной торговли начала формироваться новая модель государственного регулирования, которая не укладывается в хорошо известные концепты либерализма, корпоратизма или стейтизма [Levy, 2006; Schmidt, 2002; Weiss, 2010]. Она также не описывается в полной мере моделями невидимой, помо-

гающей или грабящей руки государства [Shleifer, Vishny, 1998]. Данная модель регулирования представляет собой непростой гибрид, содержащий разные элементы, не сводимые к широко используемым в литературе идеальным типам. Эта модель и последствия ее применения требуют дополнительного анализа. Замечу, что специальных исследований, посвященных возвращению государства в максимально дерегулированную прежде отрасль розничной торговли, по-прежнему очень мало (в числе важных исключений см.: [Даугавет, 2011; Дзагурова, Авдашева, 2010; Новиков, Панеях, 2014; Радаев, 2011b; 2014]).

Новая модель характеризуется внутренней противоречивостью. С одной стороны, в отличие от традиционной для России промышленной политики, проводимой отраслевыми министерствами в защиту интересов своих производителей, новая модель реализуется под универсалистскими лозунгами антимонопольной политики и защиты конкуренции. С другой стороны, она предполагает прямое вмешательство в контрактные отношения между ритейлерами и их поставщиками, нацеленное на восстановление нарушенного баланса рыночной власти и осуществляемое, таким образом, в интересах одних групп участников рынка, которых относят к дискриминируемым, и в ущерб интересам других групп, которые, как считается, доминируют на рынке.

Чем было вызвано возникновение подобной политики? С самого начала 2000-х годов произошли важные изменения на потребительских рынках, когда рыночная власть в цепи поставок начала стремительно перетекать от поставщиков к быстро растущим торговым сетям. Последние ужесточали договорные условия для поставщиков, что постепенно приводило к накоплению конфликтов с ними. Поскольку инструменты частного урегулирования отношенческих конфликтов в гражданско-правовой сфере действовали не слишком эффективно [Hendley et al., 2000], а договориться самим участникам рынка на горизонтальном уровне не удалось, поставщики попытались компенсировать недостаток рыночной власти, вызывая к вмешательству государства через свои лоббистские структуры, которые были более влиятельными, чем у ритейлеров. В результате и был принят ограничительный Закон о торговле.

Интересно, что инициативу в разработке нового Закона захватила Федеральная антимонопольная служба России (ФАС). Она же позднее стала основным интерпретатором Закона и контролирующим органом, следящим за исполнением его требований, несмотря на то что формально отрасль находится в ведении Министерства промышленности и торговли РФ (куда она была передана в 2008 году из Министерства экономического развития РФ). Именно с подачи ФАС риторика развития рынка и защиты свободной конкуренции была использована для обоснования вмешательства в гражданско-правовые отношения между участниками рынка. Что из этого вышло, мы рассмотрим далее.

2. Источники данных

В качестве основного источника использован объединенный массив данных, полученных в результате трех исследований лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ, проведенных с трехлетним интервалом, соответственно в ноябре — декабре 2010, 2013 и 2016 годов. Данные получены на основе стандартизованных опросов менеджеров компаний, проведенных по единой методологии и сходной выборке в пяти крупнейших российских городах с широким распространением сетевой торговли (в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Тюмени). Поскольку при исследовании сенситивных вопросов о рыночной власти использование данных, полученных от одной стороны контрактных отношений, может приводить к системным смещениям результатов [Provan, Skinner, 1989. Р. 209], одни и те же вопросы задавались обеим сторонам — менеджерам торговых сетей и менеджерам компаний-поставщиков. Мы исходили из того, что при возникновении расхождений в оценках тех или иных аспектов отношений необходимо будет обратиться на эти аспекты особое внимание [Блум и др., 2008].

При построении выборки во всех случаях осуществлялся сплошной опрос торговых сетей на основе списков этих сетей в соответствующих регионах. Выборка более многочисленных поставщиков в 2010 году строилась на основе справочников предприятий «РосФирм», «ИнфоРос» и «ТоргРус», а в 2013 и 2016 годах — на основе данных базы *Ruslana* компании *Bureau Van Dijk*².

В отраслевом разрезе в 2010 году три четверти респондентов — 74% — составили представители компаний, торгующих продовольственными товарами, остальные 26% представляли сектор бытовой техники и электроники. В 2013 и 2016 годах к двум указанным секторам потребительских рынков, которые опрашивались по прежней схеме и примерно в тех же масштабах, был добавлен еще один сектор — изделий легкой промышленности, который в ходе обоих опросов составил 25% всей выборки. В результате во втором и третьем опросах доли продовольственного сектора и сектора потребительской электроники снизились соответственно до 57 и 18%. В каждой отрасли были представлены все основные товарные категории.

В итоге в 2010 году было опрошено 512 респондентов (255 ритейлеров и 257 поставщиков), в 2013-м — 843 респондента (424 ритейлера и 419 поставщиков), в 2016-м — 684 респондента (339 ритейлеров и 345 поставщиков). Таким образом, в каждом случае доли ритейлеров

² Сбор данных осуществлен Аналитическим центром Юрия Левады по заказу НИУ ВШЭ. Первый опрос в рамках данного проекта был проведен в ноябре — декабре 2007 года в тех же городах по аналогичной выборке. В связи со значительным расхождением в применяемом инструментарии данные 2007 года в этой работе не используются.

и поставщиков составляли примерно по половине — в целом по всей выборке и по каждой отрасли в отдельности.

Выборочная совокупность включает компании разного размера. В качестве основного показателя используется самооценка менеджеров, относящих свою компанию к крупным или средним и мелким. В 2010 году доля крупных компаний по данному показателю составляла 46% выборки, в 2013 году она снизилась до 33% и осталась на этом уровне в 2016 году³.

В среднем каждая розничная компания работает в 9–10 субъектах Российской Федерации, а компания-поставщик — в 7–9 субъектах. Средняя численность занятых на опрошенных предприятиях находится в пределах 500 работников (в том числе на предприятиях розничной торговли — около 800 работников и на предприятиях поставщиков — около 200 работников).

Во всех опросах иностранные компании, работающие на российской территории, составляют 9–11%, остальная часть приходится на отечественные предприятия. Среднее число лет, которые компании проработали в сфере торговли, увеличилось в 2010–2016 годах с 11 до 14.

Поскольку компании, как правило, работают с множеством товарных категорий, мы просили выделить основную из них, с которой имел дело опрошенный менеджер торговой сети или поставщика. Основные вопросы задавались именно по этой товарной категории, что гарантировало компетентность респондентов в отношении этих вопросов. К тому же у абсолютного большинства респондентов есть достаточный опыт работы в данной компании (средний срок во все годы составил пять-шесть лет), что позволяло им содержательно отвечать на ретроспективные вопросы.

При анализе мы разделили крупных и мелких поставщиков и проанализировали по каждой из двух групп оценки практик, сложившихся соответственно с крупными и мелкими торговыми сетями. Таким образом, по каждой договорной практике будут приведены четыре группы оценок.

Для адекватной оценки фактических последствий регуляторного воздействия и элиминирования случайных отклонений крайне важно произвести несколько замеров на протяжении достаточно длительного периода [Voigt, 2013]. Полученные данные предоставляют такую возможность. С учетом того что ограничительный Закон о торговле был введен в действие в середине 2010 года, опрос конца 2010 года позволяет фиксировать его краткосрочные эффекты, следующий

³ Показатель размера компании, по общей оценке менеджеров, достаточно надежен, он коррелирует на высоком уровне значимости со всеми другими показателями масштаба деятельности компании — годовым объемом выручки, численностью работников, количеством магазинов, числом субъектов Федерации, в которых работает компания. Но при этом доля ответивших на этот вопрос наивысшая (в силу его относительной простоты).

опрос 2013 года дает возможность проследить среднесрочные эффекты этого Закона, а опрос 2016 года, помимо этого, помогает уловить краткосрочные эффекты новых поправок к Закону, принятых в июне 2016 года.

Включение в выборку компаний, торгующих непродовольственными товарами, как контрольной группы позволяет там, где это необходимо, сравнивать ситуацию в секторах торговли, затронутых и незатронутых ограничительными мерами Закона о торговле. При этом наличие в 2013 и 2016 годах двух групп непродовольственных товаров вместо одной предоставляет дополнительные возможности для такого сравнения. Если изделия легкой промышленности активно продаются продовольственными торговыми сетями и на них способны косвенно отразиться ограничения, касающиеся торговли продовольственными товарами, то бытовая техника и электроника, как правило, ими не продается, и на этой группе нормативные ужесточения не должны были отразиться совсем. Контрольные группы позволяют отделить эффекты действия Закона от более общих сдвигов на рынках продовольственных товаров, которые напрямую с законодательными ограничениями не связаны.

3. Исследовательские гипотезы

Как и в предшествующих работах, при формулировании исследовательских гипотез мы исходим из целей, которые декларировались разработчиками Закона о торговле и поправок к нему, чтобы проверить, насколько их чаяния оправдались впоследствии. Подразумевалось, что в результате применения Закона должно было произойти улучшение условий деятельности для участников обмена, обладающих, как предполагается, меньшей рыночной властью (поставщиков продовольственных товаров, особенно малых поставщиков). Если говорить более конкретно, должны были упроститься условия заключения договоров поставки с розничными сетями и понизиться издержки входа в розничные сети в силу снижения бремени дополнительных договорных требований со стороны розничных сетей (как крупных, так и мелких). Это дает основание для следующих гипотез в отношении поставщиков продовольственных товаров.

Гипотеза 1. Условия заключения договоров поставки с торговыми сетями у поставщиков продовольственных товаров должны становиться проще.

Гипотеза 2. Распространенность и уровень дополнительных договорных требований со стороны торговых сетей у поставщиков продовольственных товаров должны сокращаться.

Поскольку с дополнительными договорными требованиями со стороны торговых сетей экономически тяжелее справляться мелким поставщикам, то от снижения этих требований именно они должны выиграть в большей степени. Отсюда получаем третью гипотезу.

Гипотеза 3. Условия деятельности мелких и средних поставщиков продовольственных товаров должны улучшиться по сравнению с условиями деятельности крупных поставщиков.

Поскольку ограничительные меры Закона о торговле были нацелены на выравнивание рыночной власти в пользу поставщиков, то поставщики должны ощутить позитивные изменения в условиях своей деятельности в большей степени, чем торговые сети. В связи с этим сформулируем еще одно предположение.

Гипотеза 4. Условия деятельности поставщиков продовольственных товаров по сравнению с условиями деятельности розничных сетей должны улучшиться.

И наконец, в силу того что непродовольственные товары не затронуты напрямую ограничительными мерами Закона о торговле, должна наблюдаться значимая разница в оценках результатов менеджерами, торгующими продовольственными и непродовольственными товарами. Это дает основания для следующей гипотезы.

Гипотеза 5. Условия деятельности поставщиков продовольственных товаров по сравнению с условиями деятельности поставщиков непродовольственных товаров должны улучшиться.

В ходе исследований менеджерам компаний задавалось множество вопросов, позволяющих оценить изучаемые процессы с разных сторон и проследить устойчивость получаемых ответов. Предлагалось в том числе два типа вопросов. В первом типе содержалась просьба оценить *уровень сложности* заключения договоров поставки и распространенность разного рода дополнительных договорных требований. Можно посмотреть, как менялись эти оценки с течением времени — с 2010 до 2016 года. Второй тип вопросов связан с оценкой *изменений* характера договорных отношений и распространенности отдельных договорных требований за последние три года, предшествующие каждому опросу. Таким образом, мы имеем подкрепляющие друг друга способы оценки динамики договорных отношений.

В дополнение к вопросам о качественной оценке характера и динамики договорных отношений в ходе каждого опроса менеджеры компаний давали важные *количественные* оценки — о максимальном

уровне предоставляемых ценовых скидок, о среднем уровне платежей за объем и маркетинговых платежей (в процентах от розничной цены товара), о среднем уровне отсрочек платежа за поставленный товар (в днях). Это позволяет проверить предположения о снижении уровня бонусных и маркетинговых платежей, выплачиваемых поставщиками розничным сетям, о сокращении отсрочек платежа за поставленный товар, а также о том, что снижение уровня платежей должно отчасти компенсироваться более жесткими требованиями к ценовым скидкам и более широким распространением штрафных санкций по отношению к поставщикам для покрытия розничными сетями части своих трансакционных издержек.

Наличие данных трех последовательно проведенных опросов позволяет проверить еще одну важную исследовательскую гипотезу более общего порядка — о наличии или отсутствии *кумулятивных эффектов* регулирующего воздействия. Она базируется на предположении о том, что в краткосрочном периоде эффекты введения нового Закона могут быть минимальными, а впоследствии они должны нарастать — ввиду распространения новых договорных практик, постепенной адаптации к ним участников рынка, инфорсmenta требований Закона и применения мер по отношению к его нарушителям со стороны госрегулятора, проводящего регулярные проверки, возбуждающего дела, выдающего предписания и начисляющего штрафы за неисполнение требований Закона. Должен также накапливаться опыт судебной практики, побуждающий участников рынка к более четкому соблюдению законодательных предписаний. Но кумулятивные эффекты могут и не появляться, например при возникновении институциональных разрывов между новыми формальными правилами и сложившимися деловыми практиками и неэффективности инфорсмента, а также из-за отторжения или извращения новых формальных правил, когда последние модифицируются и не достигают изначально поставленных целей (подробнее см.: [Кузьминов и др., 2005]). Поэтому следует сформулировать еще одну гипотезу более общего характера.

Гипотеза 6. С течением времени должны накапливаться эффекты действия Закона, способствуя всё возрастающему достижению изначально поставленных перед ним целей.

При анализе мы разделили крупных и мелких поставщиков и проанализировали по каждой из двух групп оценки практик, сложившихся соответственно с крупными и мелкими торговыми сетями. По каждой договорной практике приведем четыре группы оценок.

Данные трех проведенных нами опросов позволяют проследить динамику всех выделенных параметров за шесть лет применительно к договорным отношениям крупных и мелких поставщиков с круп-

ными и мелкими ритейлерами. При изложении результатов будут наиболее интенсивно использованы оценки поставщиков продовольственных товаров, ставших объектом регулирующего воздействия. Но для проверки сформулированных выше гипотез мы также коротко сравним их с оценками ритейлеров и с оценками поставщиков непродовольственных товаров. Значимость связей между переменными измерялась с помощью коэффициента корреляции Спирмена.

4. Условия заключения договоров поставки

Первые результаты, полученные на основе данных опроса 2010 года, многим показались неожиданными. Вопреки предсказаниям, для 75–80% ритейлеров и их поставщиков (как крупных, так и мелких) условия заключения договоров поставки существенно не изменились. Об упрощении и смягчении договорных условий со стороны торговых сетей заявили лишь 3–5% поставщиков. Более того, каждый четвертый-пятый поставщик (15–25%) ощутил ужесточение договорных условий (прежде всего в сегментах брендовой продукции). При этом оценки ритейлеров по большинству позиций не отличались от оценок их поставщиков, подтверждая отсутствие изменений. Не наблюдалось и значимых различий в оценках происходящих сдвигов между поставщиками продовольственных и непродовольственных товаров, несмотря на то что первые должны были испытать на себе последствия нового законодательства, а вторых его ограничения формально не затрагивали. Был сделан вывод о том, что баланс рыночных сил фактически никак не изменился [Радаев, 2012].

Впрочем, речь на тот момент шла о краткосрочном периоде (первый опрос проводился спустя год после принятия Закона и спустя полгода после его введения в действие). И хотя все участники рынка к моменту опроса уже перешли на новые формы договора поставки, высказывались разумные предположения о том, что времени прошло слишком мало и Закон еще должным образом не заработал.

После сбора аналогичных количественных данных в конце 2013 года, то есть спустя три с половиной года после введения Закона о торговле, появилась возможность проанализировать среднесрочные последствия его действия. Выяснилось, что, вопреки чаяниям разработчиков Закона, для поставщиков продовольственных товаров ситуация за истекшие три года не упростилась. Более того, в 2013 году доля поставщиков, считающих заключение договоров поставки с торговыми сетями «сложным» или «очень сложным» делом, за три истекших года заметно возросла. При этом размер самих поставщиков по-прежнему не играл сколь-либо значимой роли: оценки крупных и мелких поставщиков оставались практически идентичными. С точки зрения менеджеров торговых сетей (при ответах на аналогичные вопросы), ситуация выглядела

более стабильной — для них заключение договоров с поставщиками во многих случаях являлось относительно более простым делом, причем независимо от размера компаний-поставщиков [Радаев, 2014].

Наконец, в настоящее время в нашем распоряжении находятся данные опроса 2016 года, что дает возможность выявлять тенденции, просматривающиеся за шесть лет с момента введения в действие Закона о торговле. Чтобы проанализировать условия заключения договоров поставки, мы вновь просили менеджеров оценить уровень сложности заключения договоров поставки со своими контрагентами по пятибалльной шкале (от «очень просто» до «очень сложно»). Рассмотрим эти данные более подробно, фокусируясь прежде всего на проблемных зонах — уменьшается или увеличивается доля поставщиков, считающих заключение договоров поставки с разными видами операторов розничной торговли «сложным» или «очень сложным» делом (сумма значений 4 и 5). Вопросы задавались отдельно про контрактные отношения с иностранными торговыми сетями, крупными и мелкими российскими торговыми сетями, а также с отдельными магазинами.

Выяснилось, что для поставщиков продовольственных товаров в 2016 году ситуация за истекшие три года несколько упростилась только в отношениях с самым слабым рыночным игроком — *отдельными (несетевыми) магазинами*. Доля поставщиков, испытывающих сложности в данном отношении, в 2010–2016 годах уменьшилась с 13 до 3% у крупных и с 14 до 8% у мелких и средних поставщиков. Со всеми остальными контрагентами ситуация проще не стала (см. табл. 1).

Как и в 2010 году, самым сложным делом для многих поставщиков продовольственных товаров выступает достижение договоренности с *иностранными торговыми сетями*, причем за шесть истекших лет доля поставщиков, указывающих на сложности в этом отношении, выросла в наибольшей мере — с 47 до 63% у крупных и с 43 до 70% у мелких и средних поставщиков⁴.

В работе с *крупными российскими торговыми сетями* тоже просматривается явная тенденция к усложнению ситуации. Доля поставщиков, которым «сложно» или «очень сложно» заключать с ними договоры, выросла с 32 до 58% у крупных и с 44 до 52% у мелких и средних поставщиков. Обратим внимание на то, что ситуация по оценкам крупных поставщиков ухудшалась в большей степени, чем по оценкам их более мелких конкурентов.

В свою очередь, с *мелкими и средними российскими торговыми сетями*, судя по полученным данным, выстраивать отношения намного

⁴ С зарубежными партнерами работают далеко не все участники рынка. Поэтому, например, если на вопросы об отношениях с российскими торговыми сетями отвечали в среднем каждый год около двухсот поставщиков продовольственных товаров, то об отношениях с зарубежными сетями — в пределах ста поставщиков.

проще: доля поставщиков, испытывающих сложности в этих отношениях, в два-три раза меньше, чем в случае отношений с крупными ритейлерами. В 2010–2013 годах эта доля выросла с 13–14 до 18–20% в зависимости от размеров компаний-поставщиков и к 2016 году стабилизировалась на этом уровне.

Заметим также, что по показателю сложности заключения договора поставки размер компаний-поставщиков вновь не играет заметной роли: при некоторых различиях в отдельных цифрах тенденции, отмечаемые крупными и мелкими поставщиками, по сути, одинаковы (см. табл. 1).

Итак, *ожидаемого упрощения договорных отношений, за некоторыми исключениями, в 2010–2016 годы не произошло*. Более того, в отношениях с крупными торговыми сетями (российскими и зарубежными), которых как раз и пытались ограничить в первую очередь с помощью регулирующего воздействия, ситуация не упростилась, а заметно усложнилась. Также обращает на себя внимание *нарастающая с годами дифференциация показателей сложности для поставщиков* в зависимости от рыночной власти той или иной группы ритейлеров.

А как оценивают данную ситуацию сами ритейлеры? Ответы менеджеров торговых сетей на аналогичные вопросы значительно более стабильны и умеренны. Их оценки сложности заключения договоров в 2016 году остались примерно на уровне 2010 года: в отношениях с зарубежными партнерами испытывают сложности 47% ритейлеров, с крупными российскими поставщиками — 20%, с мелкими — 11%. Характерно, что в начале периода обследования оценки ритейлеров были удивительно близки с оценками поставщиков, теперь между ними возникли заметные расхождения — оценки поставщиков стали значительно более пессимистичными.

Т а б л и ц а 1

Сложность заключения договоров поставки в сфере продовольственных товаров по оценкам крупных и мелких поставщиков, 2010, 2013 и 2016 годы (%)

«Сложно» или «очень сложно» заключать договоры	Оценки крупных поставщиков			Оценки мелких и средних поставщиков		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
С зарубежными торговыми сетями	47	51	63	43	50	70
С крупными российскими сетями	32	43	58	44	49	52
С мелкими российскими сетями	13	20	18	14	18	20
С отдельными магазинами	13	9	3	14	10	8

Далее мы проанализировали ответы на прямой вопрос об изменении уровня сложности заключения договоров поставки за предшествующие три года (вопрос также задавался в ходе всех трех опросов) и получили дополнительные подтверждения ранее сформу-

лированных выводов. В оценках менеджеров торговых сетей за шесть лет особых сдвигов и по данному показателю не произошло. По-прежнему около 80% считают, что ситуация с договорами поставки сколько-нибудь существенно не изменилась. Зато наблюдаются заметные сдвиги в оценках поставщиков. В 2010 году три четверти из них — 75–77% — точно так же не усматривали особых изменений в договорных условиях в период, предшествовавший опросу. А затем доля таких поставщиков начала снижаться и к 2016 году уменьшилась до 55% в отношениях с крупными торговыми сетями и до 66% — в отношениях с мелкими торговыми сетями. При этом наблюдалась *возрастающая дифференциация в оценках поставщиков* — значительно увеличилась доля тех, кому стало сложнее (особенно в 2010–2013 годах), но при этом несколько выросла и доля поставщиков, для которых, по их мнению, контрактация с торговыми сетями стала проще (см. табл. 2).

Особенно заметно выросли трудности у крупных поставщиков в их отношениях с крупными торговыми сетями — доля указавших на сложность заключения договоров увеличилась в 2010–2016 годах с 24 до 41%. С мелкими торговыми сетями налаживать отношения проще, но здесь сложности также возросли, хотя и в меньшей степени, — с 12 до 26%. Важно, что здесь *оценки крупных поставщиков оказались более пессимистичными*, чем оценки мелких и средних поставщиков. В случае крупных поставщиков доля тех, кто считает, что заключение договоров с крупными торговыми сетями стало сложнее, выросла в 2010–2016 годах с 18 до 26%. При этом доля тех, для кого оно стало проще, тоже выросла — с 5 до 12%, так что и здесь наблюдается прогрессирующая дифференциация оценок. Что же касается мелких и средних поставщиков, то доля тех, для кого усложнились отношения с мелкими торговыми сетями, выросла с 7 до 20%, но и здесь с мелкими контрагентами договариваться проще.

Т а б л и ц а 2

Изменение условий заключения договоров поставки в сфере продовольственных товаров по оценкам крупных и мелких поставщиков, 2010, 2013 и 2016 годы (%)

Условия заключения договоров	Оценки крупных поставщиков			Оценки мелких и средних поставщиков		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
<i>С крупными партнерами</i>						
Стали проще	4	10	15	5	11	12
Остались без изменений	72	62	44	77	58	62
Стали сложнее	24	28	41	18	31	26
<i>С мелкими партнерами</i>						
Стали проще	19	13	12	12	8	12
Остались без изменений	69	68	62	81	71	68
Стали сложнее	12	19	26	7	21	20

В завершение данного раздела сравним, как изменились условия заключения договоров поставки за предшествующие три года в продовольственном секторе и двух обследованных непродовольственных секторах. Полученные данные свидетельствуют о том, что в 2016 году поставщики продовольственных и непродовольственных товаров оценивали ситуацию практически идентично независимо от того, подпадала ли их деятельность под действие Закона о торговле, могла ли она испытывать косвенное воздействие новых регулировок (изделия легкой промышленности) или вообще не затрагивалась введенными ограничениями (бытовая техника и электроника). Различия между секторами минимальны и статистически незначимы (см. табл. 3). Добавим, что в прежние годы картина была похожей [Радаев, 2014]. Так что и по отраслевому параметру мы не находим сколько-нибудь явных свидетельств особого влияния Закона о торговле именно на продовольственный сектор.

Т а б л и ц а 3

Изменение условий заключения договоров поставки по оценкам поставщиков продовольственных и непродовольственных товаров за предыдущие три года, 2016 год (% по столбцам)

Условия заключения договоров	Продовольственные товары	Бытовая техника и электроника	Изделия легкой промышленности
<i>С крупными партнерами</i>			
Стали проще	13	18	10
Остались без изменений	55	53	54
Стали сложнее	32	29	36
<i>С мелкими партнерами</i>			
Стали проще	12	11	9
Остались без изменений	66	66	70
Стали сложнее	22	23	21

В целом можно сделать вывод, что если *краткосрочные эффекты Закона о торговле в части сложности заключения договоров поставки практически отсутствовали, то в среднесрочной перспективе эти эффекты появились, но они никак не соответствуют тому, что ожидали инициаторы Закона*. Условия упростились лишь для малой доли поставщиков продовольственных товаров, в то же время примерно вдвое выше доля тех, для кого эти условия за истекшие шесть лет усложнились, и эта доля с течением времени не убывала, а возрастала.

5. Прямое воздействие Закона о торговле

Предшествующие вопросы касались общего изменения ситуации в цепи поставок, которое может происходить под воздействием разнообразных причин. Поэтому вслед за этими вопросами задавались допол-

нительные, напрямую связывающие ситуацию с применением Закона о торговле. Сразу отмечу, что ответы поставщиков на эти вопросы статистически связаны между собой на высоком уровне значимости.

В 2010 году большинство поставщиков продовольственных товаров считали, что требования со стороны торговых сетей после введения в действие Закона о торговле не изменились. Но всё же были заявления об ужесточении требований и со стороны крупных торговых сетей (23% поставщиков), и со стороны мелких и средних сетей (14% поставщиков). В 2013 году ситуация заметно ухудшилась: ужесточение требований со стороны крупных и мелких торговых сетей соответственно отметили 44 и 30% поставщиков. Закон заработал, но в направлении прямо противоположном намеченному его инициаторами. К 2016 году ситуация по крайней мере не ухудшилась — более 70% поставщиков заявили, что ситуация не изменилась, но зато снизилась доля поставщиков, считающих, что требования еще более ужесточились, хотя они и остались на более высоком уровне по сравнению с 2010 годом (см. табл. 4). Про смягчение требований во всех трех опросах говорят весьма немногочисленные поставщики (от 2 до 6%), и не наблюдается тенденции к увеличению этой доли. Сходные цифры (и по уровню, и по динамике) демонстрируются и ответами менеджеров торговых сетей. Это означает, что и по данному показателю среднесрочные эффекты применения Закона о торговле рассматриваются группой поставщиков довольно пессимистично и характер договорных условий не изменился к лучшему.

Т а б л и ц а 4

Изменение договорных требований к поставщикам продовольственных товаров со стороны крупных и мелких торговых сетей после введения в действие Закона о торговле, 2010, 2013 и 2016 годы (%) по оценкам поставщиков)

Договорные требования к поставщикам	Требования крупных торговых сетей			Требования мелких торговых сетей		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
Смягчились	4	2	6	2	3	3
Остались без изменений	73	54	68	84	67	77
Ужесточились	23	44	27	14	30	20
Всего	100	100	100	100	100	100

6. Использование отдельных договорных практик

Теперь посмотрим более детально на распространенность конкретных договорных практик, связанных с дополнительными требованиями со стороны торговых сетей в рамках специфических вертикальных ограничивающих контрактов [Авдашева, Дзагурова, 2010].

Речь пойдет о бонусных и маркетинговых платежах, ценовых скидках, отсрочках платежа и штрафных санкциях. По поводу каждой

практики был задан вопрос, включается ли она в договоры поставки данной компании, а если включается, то «часто» или «иногда». При изложении результатов мы фокусируемся на доле поставщиков, которые сталкиваются с подобными практиками «часто» и для которых, следовательно, они выступают как более или менее системные явления, и не берем в данном случае в расчет поставщиков, которые сталкиваются с ними лишь «иногда» (см. табл. 5).

Начнем с наиболее дискутируемого и даже болезненного вопроса — о дополнительных платежах поставщиков торговым сетям. Напомним, что речь идет о двух основных типах платежей. Первый тип — *маркетинговые платежи* производятся поставщиком для входа в торговую сеть и более выгодного позиционирования своего продукта на полочном пространстве ритейлера, они уплачиваются до реализации товара. Второй тип — *платежи за объем продаж*, или ретробонусы, выплачиваются поставщиком после реализации товара торговой сетью как часть дополнительной прибыли, полученной за счет продаж, превысивших ранее запланированный объем [Радаев, 2011a; 2011b]⁵.

По нашим данным, в 2016 году с *платежами за объем* имели дело всего около $\frac{4}{5}$ поставщиков крупных сетей и до $\frac{2}{3}$ поставщиков мелких и средних сетей. Доля *крупных поставщиков*, часто сталкивающихся с практикой платежей за объем продаж крупным торговым сетям, равняется 42% (что следует считать заметной величиной). В 2010 году эта доля составляла $\frac{1}{3}$, за шесть лет она несколько выросла. В отношениях с мелкими и средними торговыми сетями платежи за объем часто применяются на практике лишь 17% поставщиков (то есть в 2,5 раза реже), и эта доля относительно стабильна во времени. Из *мелких и средних поставщиков* часто сталкивается с платежами за объем в договорных отношениях с крупными торговыми сетями каждая третья компания, и этот показатель тоже относительно стабилен, а в отношениях с мелкими торговыми сетями в 2010–2016 годах эта доля снизилась с 21 до 12%. Мы видим, что *крупные поставщики платят несколько чаще, чем мелкие, а крупные торговые сети в целом более требовательны, чем мелкие*.

При оценке первых результатов действия Закона о торговле высказывались экспертные предположения о том, что должно происходить *усреднение ставок платежей* за объем продаж: говорилось, что торговые сети, ранее превышавшие порог 10% (сейчас 5%), будут эти платежи снижать, а те, кто ранее взимал меньше, начнут подтягиваться к 10-процентному (позднее к 5-процентному) порогу.

⁵ Функция указанных платежей заключается не только в перераспределении добавленной стоимости в пользу торговых сетей, но и в регулировании отношений с конкретными поставщиками с целью более эффективного использования ограниченных ресурсов [Блум и др., 2008; Klein, Wright, 2007].

Дисперсия, показывающая разброс индивидуальных значений по данному показателю, в 2010–2013 годах снизилась очень незначительно, но в 2013–2016 годах это снижение стало более заметным. Возможно, некоторое усреднение ставок платежей в последнее время и в самом деле происходит.

По *маркетинговым платежам* динамика в целом сходная, только доля *крупных поставщиков*, часто сталкивающихся с подобной практикой, в полтора-два раза меньше, чем в случае платежей за объем. В отношениях с крупными торговыми сетями в 2016 году речь идет о четверти крупных поставщиков (в 2010 году — о каждой пятой компании). В отношениях с мелкими и средними торговыми сетями этот показатель стабильно находится на относительно низком уровне — 8–9%. В отличие от платежей за объем здесь нет значимых различий между крупными и мелкими поставщиками — обе группы включены в эту практику в равной мере. Замечу, что за шесть лет маркетинговые платежи от *мелких поставщиков* мелким торговым сетям даже снизились. Во всех остальных случаях снижения распространенности маркетинговых платежей с годами не наблюдается (см. табл. 5).

После качественных оценок частоты использования платежей посмотрим на динамику их уровня в процентах от розничной цены (следует учитывать, что количественные оценки давали лишь 57–59% респондентов). По оценкам поставщиков продовольственных товаров, *средний суммарный процент бонусных и маркетинговых платежей* за шесть лет действия Закона о торговле, вопреки предположениям, не снизился, а, наоборот, несколько вырос — с 8 до 11,5%, причем этот рост произошел в 2010–2013 годах. Из общей суммы 6,5% приходится на платежи за объем продаж (они увеличились примерно на 1%) и 5% — на маркетинговые платежи (увеличились на 2%). Добавим, что медианное значение уровня совокупных платежей заметно меньше, чем среднее, и равнялось в 2016 году 8%, из которых 5% приходилось на бонусные и 3% — на маркетинговые платежи, причем эти параметры не изменились по сравнению с 2013 годом. Но в любом случае *снижения уровня платежей не наблюдается*.

Важное различие обусловлено размером компаний. Оказалось, что крупные поставщики, обладающие большей рыночной властью, платят не меньше, а больше в процентном отношении, чем малые и средние поставщики. У крупных поставщиков сумма двух платежей в 2016 году составляла в среднем 14% (7,5% бонусных и 6,5% маркетинговых платежей), а у малых и средних поставщиков — 10% (5,5% бонусных и 4,5% маркетинговых платежей). Так что *крупные поставщики платят не только чаще, но и больше*.

Приведенные данные подтверждаются и оценками ритейлеров. Заявленный в 2016 году крупными ритейлерами средний уровень платежей, получаемых от поставщиков, почти точно совпадает с оцен-

ками крупных поставщиков (это касается и общей суммы, и двух основных видов платежей), а оценки более мелких ритейлеров лишь на 1% превышают оценки мелких и средних поставщиков (11 против 10%). Это *соответствие между оценками ритейлеров и поставщиков сходного размера* подтверждает адекватность полученных цифр и косвенно указывает на то, что крупные компании преимущественно работают с крупными контрагентами, а мелкие — скорее с мелкими.

Еще интереснее то, что в секторах непродовольственных товаров, где законодательное ограничение платежей не вводилось, уровень платежей, по оценкам поставщиков, заметно упал. В секторе потребительской электроники в 2010–2016 годах он снизился с 12 до 6% (4% бонусных и 2% маркетинговых платежей), а в легкой промышленности в 2013–2016 годах этот уровень снизился с 11 до 6,5% (4,5% бонусных и 2% маркетинговых платежей).

Предполагалось, что применение норм Закона о торговле должно привести к сворачиванию практик дополнительных платежей и их замещению другим инструментом снижения издержек торговых сетей — повышением *ценовых скидок*, требуемых от поставщиков. По данным наших опросов, с ценовыми скидками при заключении договоров поставки имеют дело около 80% поставщиков. Когда же мы отделяем тех, кто часто сталкивался с этими практиками, то оказывается, что повышение распространенности ценовых скидок произошло в 2010–2016 годах лишь по оценкам *крупных постав-*

Т а б л и ц а 5

Частое столкновение с дополнительными договорными требованиями со стороны торговых сетей по оценкам поставщиков продовольственных товаров, 2010, 2013 и 2016 годы (% от группы поставщиков)

Часто сталкиваются с договорными требованиями	Оценки крупных поставщиков			Оценки мелких и средних поставщиков		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
<i>По платежам за объем</i>						
Крупных торговых сетей	33	40	42	33	29	33
Мелких и средних сетей	17	21	17	21	14	12
<i>По маркетинговым платежам</i>						
Крупных торговых сетей	20	28	26	26	16	29
Мелких и средних сетей	8	9	8	12	8	11
<i>По ценовым скидкам</i>						
Крупных торговых сетей	37	55	44	56	42	44
Мелких и средних сетей	22	26	30	38	27	22
<i>По отсрочкам платежа</i>						
Крупных торговых сетей	68	70	57	69	50	53
Мелких и средних сетей	50	44	48	54	34	41
<i>По штрафным санкциям</i>						
Крупных торговых сетей	33	53	39	32	37	35
Мелких и средних сетей	16	35	20	19	27	14

щиков — с 37 до 44% в договорных отношениях с крупными сетями и с 22 до 30% в отношениях с мелкими сетями. По оценкам же *мелких и средних поставщиков* эта доля в 2010–2016 годах, наоборот, снизилась — с 56 до 44% в отношениях с крупными сетями и с 38 до 22% в отношениях с мелкими сетями.

Вновь обнаруживается свидетельство *большей нагрузки именно на крупных поставщиков*, которая может возникать вследствие повышенных требований со стороны торговых сетей или более агрессивной конкурентной политики самих крупных поставщиков, имеющих больше возможностей для предоставления ценовых скидок по сравнению с мелкими поставщиками.

Задавался также вопрос о *максимальной ценовой скидке*, которую пришлось предоставить поставщикам продовольственных товаров в последнее время. Нужно сказать, что при больших разбросах по отдельным компаниям ее средняя ставка выросла в 2010–2016 годы с 10 до 14% розничной цены товаров (медианное значение увеличилось меньше — с 10 до 12,5%). Крупные поставщики, имеющие больше финансовых возможностей, в среднем предоставляют более высокие скидки по сравнению со своими малыми и средними конкурентами (15 против 10% по медиане). Это еще одно подтверждение относительно большей нагрузки на крупных поставщиков или/и их более агрессивной конкурентной политики.

И крупные, и мелкие ритейлеры заявляют о сходном уровне предоставляемых им максимальных скидок (10% по медиане), в продовольственных отраслях наблюдается примерно такой же уровень средних скидок.

Своего рода субститутот ценовых скидок (помимо маркетинговых платежей) выступают *отсрочки платежа* за поставленный товар, в отношении которых были предусмотрены важные ограничения Законом о торговле 2009 года, а также поправками к этому Закону 2016 года. Отсрочки платежа, по данным нашего опроса, — самый распространенный инструмент, с которым имели дело около 90% опрошенных поставщиков продовольственных товаров. При этом за период 2010–2016 годов доля поставщиков, часто сталкивающихся с отсрочками платежа, несколько снизилась — у *крупных поставщиков* в договорных отношениях с крупными сетями с 68 до 58% (с мелкими и средними сетями она осталась без особых изменений — примерно на уровне 50%), а у *мелких и средних поставщиков* в отношениях с крупными сетями — с 69 до 53% и с мелкими сетями — с 54 до 41% (табл. 5).

Впрочем, поскольку Закон о торговле ограничивает не само наличие отсрочек, а предельные сроки оплаты товаров (10, 30 или 45 календарных дней в зависимости от сроков годности товаров с 2009 года и 8, 25 или 40 календарных дней — с 2016 года), важно по-

нять, меняется ли *длительность отсрочек платежа* для тех, кто имеет с ними дело. По нашим данным, средняя величина отсрочек платежа в 2010–2013 годах если и снизилась, то незначительно, а к 2016 году она снова возросла, составляя по всей группе товаров в среднем около 30 дней (различия между крупными и мелкими поставщиками здесь несущественны).

Еще одним субститутом бонусных и маркетинговых платежей в деле компенсации издержек торговых сетей могут выступать накла­ды­вае­мые на поставщиков *штрафные санкции*. Ожидалось, что вследствие ограничений платежей распространённость штрафов должна возрасти. И она действительно возросла в 2010–2013 годах почти во всех анализируемых случаях, но в 2013–2016 годах распространённость штрафов вновь снизилась, остановившись на уровне, немного превышающем показатель 2010 года. В целом в 2016 году сталкиваются со штрафными санкциями со стороны крупных торговых сетей четыре пятых поставщиков, а со стороны мелких торговых сетей — около двух третей. Ритейлеры дают в ходе опросов более скромные оценки: по их мнению, эта доля не превышает 60% случаев в отношениях и с крупными, и с мелкими поставщиками.

Теперь от оценок распространённости отдельных договорных практик в годы проведенных опросов перейдем к оценкам динамики их использования за предшествующие три года (соответствующие вопросы задавались в каждом исследовании). Данные по всем видам практик суммированы в табл. 6.

В 2010 году основная часть поставщиков продовольственных товаров — 75–80% — считали, что за предшествующий период существенных изменений в договорных практиках не произошло (среди ритейлеров таких было еще больше — 80–85%). К 2016 году доля поставщиков, не заметивших особых изменений, снизилась, но весьма незначительно — до 70–75%. Несколько уменьшились (или по крайней мере не увеличились) требования торговых сетей в части бонусных и маркетинговых платежей. Чуть выше стала доля поставщиков, которые отмечают, что уменьшились требования по ценовым скидкам. Скорее не увеличились, чем снизились, требования по предоставлению отсрочек платежа за поставленный товар. И относительно стабильными выглядят требования в части наложения штрафных санкций.

Оценки ритейлеров в целом выглядят сходным образом. Следует лишь упомянуть, что *по всем показателям меньше доля ритейлеров, считающих, что их требования за обследуемый период увеличились*. Но знаки самих изменений (рост или уменьшение), по мнению поставщиков и ритейлеров, как правило, сходные.

Таким образом, *преобладающая часть участников рынка — 70–75% — по-прежнему полагает, что серьезных изменений в договорных практиках не произошло*.

Т а б л и ц а 6

**Изменение договорных требований к поставщикам со стороны торговых сетей
в сфере продовольственных товаров по оценкам поставщиков и ритейлеров,
2010, 2013 и 2016 годы (%)**

Требования торговых сетей за последние три года	Оценки поставщиков			Оценки ритейлеров		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
<i>По платежам за объем</i>						
Уменьшились	4	6	21	9	9	23
Остались без изменений	77	65	69	86	76	70
Увеличились	19	29	10	5	15	7
<i>По маркетинговым платежам</i>						
Уменьшились	11	5	18	14	12	21
Остались без изменений	77	73	72	82	76	75
Увеличились	12	22	10	4	12	4
<i>По ценовым скидкам</i>						
Уменьшились	4	5	15	8	11	17
Остались без изменений	75	70	70	78	71	70
Увеличились	21	25	15	14	18	13
<i>По отсрочкам платежа</i>						
Уменьшились	7	4	8	8	9	14
Остались без изменений	63	69	72	81	69	76
Увеличились	30	27	20	11	22	10
<i>По штрафным санкциям</i>						
Уменьшились	5	7	8	7	12	12
Остались без изменений	82	70	76	85	77	83
Увеличились	13	23	16	8	11	5

7. Связь между разными оценками договорных практик

Во многих случаях наблюдаются статистически значимые связи между разными оценками сложности договорных отношений в целом и распространенностью отдельных договорных практик. Так, непараметрический корреляционный анализ показывает, что ужесточение договорных требований вследствие применения Закона о торговле и новых поправок к нему напрямую увязывается поставщиками продовольственных товаров (по крайней мере в отношениях с крупными торговыми сетями) с усложнением заключения договоров поставки, в том числе с частотой применения ценовых скидок и ретробонусов, увеличением маркетинговых платежей и штрафных санкций, а также с уровнем маркетинговых платежей ($p < 0,05$). Усложнение же условий заключения договора поставки, по мнению поставщиков, статистически связано с частотой применения всех рассмотренных нами договорных практик (кроме отсрочек платежа) и повышением дополнительных договорных требований за последние два-три года. Логистический регрессионный анализ с ужесточением или отсутствием ужесточения договорных требований крупных торговых сетей к поставщикам после введения в действие требований Закона о тор-

говле в качестве зависимой переменной также показывает значимое влияние частоты применения ценовых скидок и дополнительных платежей⁶.

Добавим, что все изученные нами договорные практики, по оценкам и поставщиков, и ритейлеров, коррелируют между собой на высоком уровне значимости ($p < 0,01$). Это касается и распространенности практик, и их изменений за последние три года в оценках как крупных, так и мелких компаний. В свою очередь из этого следует, что не наблюдается серьезных различий в договорных практиках между группами компаний, где, например, от одной группы чаще требуют предоставления ценовых скидок, а от другой — уплаты маркетинговых платежей. И если группа поставщиков ощущает возрастающее давление со стороны торговых сетей, то в отношении таких поставщиков чаще задействован весь арсенал практик — скидок, платежей и штрафов.

Наконец, распространенность двух основных видов платежей значимо коррелирует между собой ($p < 0,01$), то есть если в договоры включена плата за объем продаж, то с большей вероятностью взимаются и маркетинговые платежи. Значимая связь между двумя видами платежей прослеживается также по показателю изменений этих платежей за последние три года и по среднему уровню этих платежей. Причем это касается и объединенного массива данных, и данных по каждому отдельному году.

8. Рост административных издержек

Оценка фактических последствий регулирующего воздействия должна включать действия субъекта(ов), осуществляющего(их) информсмент принятых формальных правил [Voigt, 2013]. Ранее уже обращалось внимание на дополнительные административные издержки, возникшие для компаний в связи с введением Закона о торговле [Радаев, 2014]. Эти издержки вызваны необходимостью перехода на новые формы договоров, а также действиями госрегулятора по информсменту нового Закона, включая проверки со стороны территориальных управлений ФАС, возбуждение дел при обнаружении нарушений, опротестование этих дел в арбитражных судах, выплату наложенных штрафов. Эти дополнительные издержки следует принимать во внимание при оценке регулирующего воздействия Закона.

Проверки со стороны ФАС начались немедленно после введения в действие Закона о торговле в 2010 году, тогда же приступили к возбуждению дел по признакам его нарушения, преимущественно

⁶ Ввиду ограниченности объема статьи здесь не приводятся технические данные по корреляционным и регрессионным коэффициентам.

против торговых сетей⁷. По данным Аналитического управления ФАС России, число таких дел, возбужденных ФАС, уже за второе полугодие 2010 года превысило сотню, на следующий 2011 год превысило две сотни, затем в 2012 году несколько снизилось [Радаев, 2014]. В 2015 году число возбужденных дел сохранилось на уровне 2012 года (173 дела), было зафиксировано 140 решений о наличии нарушений Закона о торговле хозяйствующими субъектами и выдано 119 предписаний. Характерно, что при этом доля решений о наличии нарушений в 2012–2015 годах выросла с 73 до 81% возбужденных дел, а доля предписаний — с 53 до 69% возбужденных дел. Часть этих дел оспаривалась участниками рынка (по расчетам Вадима Новикова, только в 2015 году российские суды рассматривали 44 обращения об оспаривании решений ФАС о нарушении ст. 13 Закона о торговле).

Размер налагаемых ФАС России и тем более фактически выплачиваемых ритейлерами штрафов оставался весьма скромным. В связи с этим ФАС пыталась возбудить громкие дела с рекордным для отрасли уровнем штрафов. Так, в 2011 году было возбуждено 65 «серийных» дел против компании «МЕТРО Кэш энд Керри» с попыткой наложения штрафов на общую сумму 126 млн руб. (3,8 млн долл. по текущему курсу). В 2014 году было возбуждено 85 дел против другой глобальной компании — «Ашан» — с попыткой наложения штрафов на общую сумму 62 млн руб. (1,55 млн долл. по текущему курсу). Однако глобальные игроки упорно сопротивлялись, опротестовывая дела в арбитражных судах. В результате дела против «МЕТРО» в 2013 году были прекращены, а «Ашан» после годовых судебных разбирательств пошел на соглашение, выплатив 13 млн руб. штрафов (примерно пятую часть от первоначальной суммы).

В течение всего периода действия Закона множество дел в отношении продовольственных торговых сетей возбуждалось вовсе не из-за бонусных и маркетинговых платежей, а из-за выявленной дискриминации поставщиков, под которой представителями ФАС понимается установление различных требований по выплате вознаграждений и штрафных санкций, а также разных периодов изменения цен на поставляемые товары, что ставит поставщиков в неравное положение по отношению друг к другу и, по мнению ФАС, является нарушением положений Закона о торговле. Обратим внимание на то, что данные положения не являются специфическими для Закона о торговле и были перенесены в него из Закона о защите конкуренции.

Теперь перейдем к результатам наших опросов и рассмотрим ситуацию со стороны компаний. В каждом опросе менеджеры указывали,

⁷ По данным В. Новикова, число дел против ритейлеров, возбужденных по признакам нарушения Закона о торговле и рассмотренных в судах, в пятнадцать раз превышает число дел против поставщиков.

проводились ли *проверки договоров поставки* компаний территориальными управлениями ФАС за последние три года. В отличие от предшествующих вопросов в данном случае нас в первую очередь интересуют оценки ритейлеров, которые стали основным объектом этих проверок. По данным опроса 2010 года, о проверках ФАС заявила каждая третья крупная и каждая четвертая мелкая и средняя торговая сеть, продающая продовольственные товары (33 и 26% соответственно). По прошествии трех лет эта доля сильно выросла: по итогам 2010–2013 годов объектами проверок ФАС стало большинство торговых сетей — 73% крупных и 59% мелких. Закономерно, что торговые сети проверяли чаще, чем их поставщиков. В 2013–2016 годах доля сетей, попавших под проверки, заметно снизилась, составив 44% крупных и 40% мелких ритейлеров (см. табл. 7). Добавим, что торговые сети в секторе потребительской электроники становились объектами проверок почти так же часто, как и продовольственные сети, а сети в секторе одежды и обуви — даже несколько чаще.

Доля продовольственных торговых сетей, которые по итогам проверок ФАС получили *замечания*, находилась в среднем на уровне 50% (аналогичная доля зафиксирована и у поставщиков), но в 2010–2016 годах она всё же несколько снизилась (участники рынка постепенно адаптируются к требованиям госрегулятора), в то время как в непродовольственных секторах доля получивших предписания торговых сетей скорее возросла. Крупные продовольственные сети в течение всего периода получали замечания чаще, чем мелкие и средние, но разрыв с годами сокращался: крупные сети лучше адаптировались к требованиям, и доля получивших замечания сократилась с 77 до 59%, в то время как у мелких сетей она возросла с 40 до 49%, свидетельствуя о менее успешном приспособлении.

С *возбуждением дел* по признакам нарушения положений Закона о торговле в нашей выборке ритейлеры сталкивались лишь в единичных случаях в период 2010–2013 годов (во всех этих случаях речь идет о крупных торговых сетях). Доля сетей, принуждаемых к уплате штрафов (ранее это были в большей степени крупные игроки), к 2016 году также сократилась до минимума.

Т а б л и ц а 7

**Проверки продовольственных торговых сетей со стороны ФАС
за предшествующие три года, 2010, 2013 и 2016 годы (%)**

	Крупные торговые сети			Мелкие и средние торговые сети		
	2010	2013	2016	2010	2013	2016
Стали объектами проверок	33	73	44	26	59	40
Получили замечания по итогам проверок	77	51	59	40	38	49

В 2013 и 2016 годах задавался дополнительный вопрос о том, как изменилась за последние три года частота административных проверок компаний (в данном случае имелась в виду не только ФАС, но все проверяющие органы). Из ответов следует, что в 2016 году заметно уменьшилась доля менеджеров торговых сетей в секторе продовольственных товаров, считающих, что проверки стали чаще, — для крупных сетей с 25 до 16%, для мелких и средних — с 21 до 10%. Правда, доля менеджеров, заявивших, что проверок стало меньше, изменилась незначительно, но всё же и по данному показателю есть признаки некоторого улучшения.

В целом ситуация с проверками и замечаниями по их итогам для продовольственных торговых сетей в конце 2016 года кажется намного более благоприятной, чем в 2013 году. Но не следует забывать о *новой волне проверок*, развернутой вскоре после проведения нашего опроса 2016 года. Дело в том, что через полгода после введения новых поправок к Закону о торговле — в феврале 2017 года ФАС возобновила активность, проведя 701 проверку соблюдения торгового законодательства в 69 регионах России. Из 11 266 проанализированных договоров по всем торговым сетям в договорах с поставщиками обнаружено 1261 нарушение (11% общего количества). Каждый третий выявленный случай — 34% — связан с тем, что торговые сети вовремя не привели договоры в соответствие с новыми правилами. В 22% случаев обнаружены признаки превышения разрешенного размера выплат в 5% от цены поставки, которые торговые сети могут брать с поставщика. Также ФАС выявила факты, когда ритейлеры, формально приведя свои договоры в соответствие с обновленным Законом, обеспечили заключение контрактов на оказание услуг с иной подконтрольной организацией, что в конечном итоге привело к превышению установленного порога вознаграждения для поставщика. Еще 12% нарушений связаны с нераскрытием информации об условиях заключения договоров.

В целом по результатам опроса 2600 поставщиков ФАС пришла к заключению, что большинство торговых сетей перезаключили договоры и отказались от взимания бонусных платежей. По заключению руководителя ФАС Игоря Артемьева, на первом этапе Закон о торговле нарушался большинством сетей, сейчас доля таких нарушителей сократилась в несколько раз. Но при этом торговые сети начали переводить платежи в дополнительные ценовые скидки и повышение разного рода штрафов, что, по мнению представителей ФАС, порождает возможность злоупотреблений со стороны торговых сетей и требует дополнительного изучения. В итоге период проверки был продлен, и ситуация с проверками, видимо, вновь повернулась в худшую сторону.

9. Основные выводы

В целом в 2010–2016 годах не произошло ожидаемого упрощения договорных отношений (за некоторыми исключениями). Преобладающая часть участников рынка — 70–75% — по-прежнему полагает, что серьезные изменения в договорных практиках отсутствуют. Иными словами, за шесть лет договорные условия для поставщиков продовольственных товаров скорее не ухудшились, чем улучшились. Если же изменения обнаруживаются, то чаще происходит усложнение условий заключения договоров поставки, нежели их упрощение.

Аналогичный вывод правомерен и для динамики оценок распространенности отдельных договорных практик. Частота использования бонусных и маркетинговых платежей, ценовых скидок и штрафных санкций за указанный период скорее не увеличилась, чем снизилась, а средние размеры платежей и максимальные размеры ценовых скидок в процентах от розничной цены в продовольственном секторе даже несколько возросли. Правда, несколько снизилась частота использования отсрочек платежа, но средняя длительность этих отсрочек тоже выросла. Не наблюдается и ожидаемого после введения Закона о торговле снижения распространенности более сложных и скрытых договорных практик (разного рода платежей) за счет большей распространенности более простых и универсальных договорных практик (ценовых скидок, штрафных санкций). Полученные нами данные, за некоторыми исключениями, о таком упрощении договорных практик пока не свидетельствуют.

При разделении участников рынка на основные группы мы не находим более позитивных оценок у поставщиков по сравнению с ритейлерами (скорее, наоборот) и у поставщиков продовольственных товаров по сравнению с поставщиками в непродовольственных отраслях (различия между секторами, как правило, минимальны и статистически незначимы).

Полученные результаты приводят к общему выводу о том, что сформулированные на основе предположений инициаторов Закона о торговле гипотезы 1–5 о позитивном воздействии этого Закона на условия деятельности поставщиков продовольственных товаров должны быть отвергнуты.

Впрочем, это не означает полного отсутствия кумулятивных эффектов регулирующего воздействия. Напротив, можно сделать вывод о том, что если краткосрочные эффекты Закона о торговле в части условий заключения договоров поставки практически отсутствовали, то по истечении шести лет эффекты появились. Но они проявляются не в улучшении условий деятельности для поставщиков, а, скорее, в дифференциации оценок. Первая линия дифференциации наме-

тилась между ритейлерами и поставщиками. В начале обследуемого периода их оценки были практически идентичными, а к концу периода стали заметно расходиться. По оценкам ритейлеров, ситуация в сфере договорных отношений остается более стабильной и умеренной (около 80% ритейлеров по-прежнему считают, что по многим параметрам ситуация с договорами поставки сколько-нибудь существенно не изменилась). Поставщики же в большинстве случаев оценивают текущую ситуацию и ее изменение либо сходным образом, либо более негативно, чем ритейлеры. При этом среди поставщиков выросла доля тех, кто считает, что ситуация для них усложнилась и ухудшилась. Иными словами, оценки поставщиков стали заметно более пессимистичными по сравнению с оценками ритейлеров.

Вторая линия возросшей дифференциации связана с внутренними различиями в оценках самих поставщиков продовольственных товаров. Так, значительно увеличилась доля тех, кому стало сложнее (особенно в 2010–2013 годах), но при этом несколько выросла доля тех поставщиков, для которых, по их мнению, контрактация с торговыми сетями стала проще. Правда, договорные условия упростились лишь для малой доли поставщиков продовольственных товаров, в то же время примерно вдвое выше доля тех, для кого эти условия за истекшие шесть лет усложнились, и эта доля с течением времени не убывала, а возрастала.

Во многом постепенное расхождение оценок отражает размер компаний. Дело в том, что оценки крупных поставщиков ранее были близки к оценкам мелких и средних, а сейчас часто оказываются более пессимистичными. Особенно заметно выросли трудности с заключением договоров поставки у крупных поставщиков в их отношениях с крупными торговыми сетями. Крупные поставщики также чаще, чем мелкие, сталкиваются с требованиями бонусных платежей. И в процентном отношении крупные поставщики платят больше, чем мелкие и средние (это касается уже и бонусных, и маркетинговых платежей). Более высокая нагрузка на крупных поставщиков может возникать вследствие повышенных требований со стороны торговых сетей, но возможна и другая причина. Более высокая нагрузка может быть следствием более агрессивной конкурентной политики самих крупных поставщиков, имеющих больше возможностей для предоставления скидок, отсрочек или дополнительных платежей по сравнению с более мелкими поставщиками. Ранее уже приходилось объяснять, что крупные поставщики зачастую в большей степени заинтересованы в предоставлении торговым сетям разного рода дополнительных условий, нежели их более мелкие конкуренты [Радаев, 2011а; 2011б; Радаев, 2013].

В итоге из того, что к мелким поставщикам применяются менее высокие требования, и из того, что мелкие поставщики просто не

имеют финансовых возможностей для предложения торговым сетям достаточно выгодных условий, не следует, что им стало проще в результате реализации положений Закона о торговле, как это предсказывалось гипотезой 3. Скорее, крупным поставщикам стало несколько сложнее.

Наконец, третья линия возросшей дифференциации оценок связана с размером торговых сетей. В большинстве случаев с течением времени с мелкими торговыми сетями налаживать отношения проще, они менее требовательны, чем крупные. Причем это касается как крупных, так и мелких поставщиков.

Таким образом, сформулированная нами гипотеза 6 также не находит подтверждения — кумулятивные эффекты Закона о торговле появились, но реальные изменения, по оценкам участников рынка, не соответствуют изначальным предположениям разработчиков Закона.

Подытожим и вопрос о динамике административных издержек. Закономерно, что в поисках признаков нарушения Закона о торговле торговые сети проверяли чаще, чем их поставщиков. К 2013 году объектами проверок ФАС и ее территориальных управлений стало большинство торговых сетей — три четверти крупных и более половины мелких. Крупные продовольственные сети в течение всего периода получали замечания чаще, чем мелкие и средние, но разрыв с годами сокращался: крупные сети лучше адаптировались к требованиям госрегулятора. В 2013–2016 годах доля продовольственных торговых сетей, ставших объектами проверок, значительно снизилась. Заметно уменьшилась доля менеджеров, считающих, что проверки (не только ФАС, но всех проверяющих органов) происходят чаще (доля менеджеров, заявивших, что число проверок уменьшилось, изменилась незначительно). Так что ситуация с проверками и вынесенными замечаниями для продовольственных торговых сетей к концу 2016 года стала более благоприятной, чем в 2013 году. Но в начале 2017 года ФАС развернула новую волну проверок соблюдения торгового законодательства, касающихся исполнения требований, заключенных в новых поправках к Закону о торговле 2016 года. Эта волна прошла уже после нашего последнего опроса. Новые проверки, за которыми последуют возбуждение дел, выдача предписаний и уплата штрафов, естественно, приведут к дополнительному повышению административных издержек для участников рынка (а следовательно, и расходов конечных потребителей).

Если информсмент новых формальных правил достаточно активен (а перед нами именно такой случай) и кумулятивные эффекты с течением времени не возникают или даже начинают противоречить изначальным целям, напрашивается вывод о том, что для государственного вмешательства был выбран неадекватный инструментарий.

Это побуждает перейти к более общим выводам относительно характера государственного регулирующего воздействия. Напомню, что

первоначально рост государственного активизма в сфере розничной торговли был инициирован лоббистами крупных поставщиков продовольственных товаров, пытавшихся использовать государство для изменения баланса рыночной власти в свою пользу [Радаев, 2010]. Но в конечном счете эта попытка «захвата государства» (state capture) породила в том числе непредвиденные последствия и обернулась очередной формой «захвата бизнеса» (business capture) [Frye, 2002; Yakovlev, 2006]. И вместо декларируемой поддержки свободного развития рынка новая модель госрегулирования привела к дополнительному ограничению интересов бизнеса. А либеральные декларации на деле преобразовались в новую форму стейтизма [Levy, 2006], предполагающего, что именно государству принадлежит решающая роль в регулировании сложных межфирменных отношений на потребительских рынках. Правда, по заверению Артемьева, в ФАС признают сложность и неоднозначность ситуации, когда наряду с поставщиками, реально пострадавшими от повышенных требований торговых сетей, есть немало производителей, которые просто не в состоянии обеспечить качественный товар и соблюсти условия поставки. Но при этом остается открытым вопрос, насколько эффективны способы, с помощью которых чиновники отличают первых от вторых.

Каковы общие причины столь настойчивого государственного вмешательства, помимо популистских стремлений ограничить, как утверждают, «грабительскую» политику торговых сетей? Хотя формально чиновники призваны максимизировать общественное благо и защищать более широкие (не партикуляристские) интересы, сама логика разворачивания государственных интервенций может направлять их действия в другую сторону, связанную с обслуживанием собственных интересов чиновничества [Weiss, 2010]. И новая модель государственного регулирования, по мнению автора, стала очередным инструментом, содействующим тому, что ранее определялось как рентоориентированное поведение чиновников [Aslund, 1996]. Оговоримся, что, несмотря на общеизвестную высокую распространенность в России коррупционных связей [Shlapentokh, 2013], коррупция не является непрямым элементом такого поведения. Случай ФАС показывает, что рентоориентированное поведение может руководствоваться другими мотивами — расширением ведомственных полномочий, повышением статуса ведомства в бюрократической иерархии. Политическое влияние способно оказываться не менее действенным стимулом, чем коррупционные возможности (особенно для чиновников более высокого ранга).

Следует признать, что ФАС весьма успешно укрепляется и расширяет свои полномочия. Косвенным свидетельством могут послужить следующие официальные цифры. В 2012–2017 годах вдвое вырос штатный состав центрального аппарата ФАС — с примерно 600 до

1200 сотрудников, при том что ее штатный состав в 84 территориальных подразделениях лишь немного снизился (с 2,4 до 2,3 тыс. сотрудников). Если же учесть, что с начала столетия до 2012 года штат сотрудников антимонопольного ведомства (и в центральном аппарате, и в территориальных управлениях) вырос примерно в 1,7 раза, то в целом прирост оказывается значительным. Добавим, что государственное финансирование данного ведомства в 2000-е годыросло в три раза быстрее увеличения штатной численности [Radaev, 2018].

Ранее автор показывал, что деятельность ФАС выходила всё дальше за пределы политики защиты конкуренции как таковой [Радаев, 2014]. Ведомство всё больше занималось вопросами госзакупок, этики коммерческой рекламы и ценового регулирования. Как уже отмечалось исследователями, число дел, инициированных ФАС и не связанных с ядром антимонопольной политики, постепенно возрастало [Avdasheva, Shastitko, 2011]. Но дело даже не в расширении деятельности антимонопольного ведомства за первоначально очерченные пределы, а в том, что обеспечение идеала справедливого рыночного обмена достигается путем защиты интересов одной группы участников рынка в противовес другой. Попытки ограничить или устранить определенные рыночные инструменты из сферы контрактных отношений почти неизбежно ведут к ухудшающемуся отбору поставщиков как побочному эффекту ограничительных действий и, следовательно, не усиливают, а сдерживают конкуренцию. Тем самым новая модель государственного регулирования в тенденции ведет к подрыву самой антимонопольной политики. Лекарство оказывает более негативное действие, нежели сама болезнь, порождаемая провалами рынка.

Литература

1. Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б. Вертикальные ограничивающие контракты и их интерпретация в антимонопольном законодательстве // Вопросы экономики. 2010. № 5. С. 110–122.
2. Блум П. Н., Гундлах Г. Т., Кэннон Дж. П. Плата за торговое место: теоретические направления и взгляды менеджеров-практиков // Экономическая политика. 2008. № 5. С. 128–159.
3. Даугавет Д. Рыночная власть торговых сетей: что изменил закон о торговле // Экономическая политика. 2011. № 4. С. 80–95.
4. Дзагурова Н. Б., Авдашева С. Б. Современные теоретические подходы к анализу эксклюзивных соглашений и законодательные нормы их регулирования // Вопросы государственного и муниципального управления. 2010. № 1. С. 69–88.
5. Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А., Ясин Е. Институты: от заимствования к выращиванию (Опыт российских реформ и возможности культивирования институциональных изменений) // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 5–27.
6. Новиков В., Панях Э. Излишне подозрительное ведомство: последствия «палочной» системы для работы Федеральной антимонопольной службы. СПб.: Институт проблем правоприменения, 2014. <http://enforce.spb.ru/images/>

analit_zapiski/Web_IRL_2014_02_PolicyMemo_EllaPaneyakh_Novikov_FAS_bur_expansion.pdf.

7. Радаев В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках // Вопросы экономики. 2011а. № 3. С. 104–123.
8. Радаев В. В. Администрирование рыночных правил (как разрабатывался Федеральный закон о торговле) // Вопросы государственного и муниципального управления. 2010. № 3. С. 5–35.
9. Радаев В. В. Время покажет? Среднесрочные эффекты применения Закона о торговле // Экономическая политика. 2014. № 5. С. 75–90.
10. Радаев В. В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2011б.
11. Радаев В. В. Что изменил Закон о торговле: количественный анализ // Экономическая политика. 2012. № 1. С. 118–140.
12. Aslund A. Reform vs. “Rent-Seeking” in Russia’s Economic Transformation // Transition. 1996. Vol. 2. No 2. P. 12–17.
13. Avdasheva S., Shastitko A. Russian Anti-Trust Policy: Power of Enforcement Versus Quality of Rules // Post-Communist Economies. 2011. Vol. 23. No 4. P. 493–505.
14. Braithwaite J. The Regulatory State? // The Oxford Handbook of Political Institutions / S.A. Binder, R. A.W. Rhodes, B.A. Rockman (eds.). Oxford: Oxford University Press, 2008.
15. Brown J. D., Earle J. S., Gehlbach S. Helping Hand or Grabbing Hand? State Bureaucracy and Privatization Effectiveness // American Political Science Review. 2009. Vol. 103. No 2. P. 264–283.
16. Frye T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia // Europe-Asia Studies. 2002. Vol. 54. No 7. P. 1017–1036.
17. Frye T., Shleifer A. The Invisible Hand and the Grabbing Hand // American Economic Review. 1997. Vol. 87. No 2. P. 354–358.
18. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The Governance of Global Value Chains // Review of International Political Economy. 2005. Vol. 12. P. 78–104.
19. Glaeser E., Shleifer A. The Rise of the Regulatory State // Journal of Economic Literature. 2003. Vol. 51. P. 401–425.
20. Hendley K., Murrell P., Ryterman R. Law, Relationships, and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises // Europe-Asia Studies. 2000. Vol. 52. No 4. P. 627–656.
21. Klein B., Wright J. The Economics of Slotting Contracts // Journal of Law and Economics. 2007. Vol. 50. P. 421–454.
22. Levy J. D. The State After Statism: New State Activities in the Age of Liberalization. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2006.
23. Provan K. G., Skinner S. J. Interorganizational Dependence and Control as Predictors of Opportunism in Dealer-Supplier Relations // Academy of Management Journal. 1989. Vol. 32. P. 202–212.
24. Radaev V. A Rise of State Activism in a Competitive Industry: The Case of Russian Retail Trade Law of 2009 // Communist and Post-Communist Studies. 2018. Vol. 51. No 1. P. 27–37.
25. Radaev V. Market Power and Relational Conflicts in Russian Retailing // Journal of Business and Industrial Marketing. 2013. Vol. 28. No 3. P. 167–177.
26. Schmidt V. The Futures of European Capitalism. Oxford; N. Y.: Oxford University Press, 2002.
27. Shlapentokh V. Corruption, the Power of State and Big Business in Soviet and Post-Soviet Regimes // Communist and Post-Communist Studies. 2013. Vol. 46. P. 147–158.
28. Shleifer A., Vishny R. W. The Grabbing Hand: Government Pathologies and Their Cures. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.

29. *Vogel S.* Freer Markets, More Rules: Regulatory Reform in Advanced Industrial Countries. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1996.
30. *Voigt S.* How (Not) to Measure Institutions // *Journal of Institutional Economics*. 2013. Vol. 9. No 1. P. 1–26.
31. *Weiss L.* The State in the Economy: Neoliberal or Neoactivist? // *The Oxford Handbook of Comparative Institutional Analysis* / G. Morgan, J. L. Campbell, C. Crouch, O. K. Pedersen, R. Whitley (eds.). Oxford: Oxford University Press, 2010.
32. *Yakovlev A.* The Evolution of Business — State Interaction in Russia: From State Capture to Business Capture? // *Europe-Asia Studies*. 2006. Vol. 58. No 7. P. 1033–1056.

Ekonomicheskaya Politika, 2018, vol. 13, no. 3, pp. 28-61

Vadim V. RADAEV, Dr. Sci. (Econ.), Professor. Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics (20, Myasnitskaya ul., Moscow, 101000, Russian Federation).
E-mail: radaev@hse.ru.

One More Regulatory Impact Assessment of the Trade Law: Are There Cumulative Effects over Time?

Abstract

Continuous attempts to strengthen the trade law aimed at restoring the “balance of market power” in retailer-supplier relationships led to the adoption of new amendments to this law in 2016. New series of inspections have been initiated by the Federal Antimonopoly Service since the beginning of 2017. For regulatory impact assessment, empirical data were collected from three standardized surveys of retail chain managers and suppliers in five Russia’s cities with developed retailing (Moscow, Saint Petersburg, Ekaterinburg, Novosibirsk, and Tyumen) in 2010, 2013 and 2016. Similar methods of data collection were used. Overall, data were collected from 2,039 managers in the grocery and non-food sectors with equal representation of retailers and suppliers. Regarding the main findings, the author argues that the expected improvement of contractual relations and vertical restraints had not been achieved in the grocery sector by the end of 2016. Contractual terms and conditions did not become easier for the suppliers. Contrary to expectations, there are no significant differences between grocery and non-food sectors. However, cumulative effects of the law enactment have led to a progressive differentiation of estimates. Retailers’ estimates remained more stable, whereas suppliers’ estimates became more pessimistic, which is particularly true for large suppliers. A new precedent model of governance using the liberal rhetoric of competition protection was implemented to justify state intervention in interfirm contractual relations.

Key words: retailing, contractual practices, trade law, regulatory impact assessment.

JEL: P23, P31, Z13.

References

1. Avdasheva S., Dzagurova N. Vertikal’nye ogranichivayushchiye kontrakty i ikh interpretatsiya v antimonopol’nom zakonodatel’sve [Vertical Restrictions: Development of Theory, Antitrust Legislation and Enforcement]. *Voprosy ekonomiki*, 2010, no. 5, pp. 110–122.
2. Bloom P. N., Gundlach G. T., Cannon J. P. Plata za trgovoe mesto: teoreticheskie napravleniya i vzglyady menedzherov-praktikov [Slotting Allowances and Fees: Schools

- of Thought and Views of Practicing Managers]. *Ekonomicheskaya politika [Economic Policy]*, 2008, no. 5, pp. 128-159.
3. Daugavet D. Rynohnaya vlast' trgovykh setey: chto izmenil zakon o trgovle [The Market Power of Retail Chains: What's Changed the Law on Trade]. *Ekonomicheskaya politika [Economic Policy]*, 2011, no. 4, pp. 80-95.
 4. Dzagurova N., Avdasheva S. Sovremennye teoreticheskie podkhody k analizu eksklyuzivnykh soglasheniy i zakonodatel'nye normy ikh regulirovaniya [Current Theoretical Approaches to the Analysis of Exclusive Agreements and Legislative Norms of Their Regulation]. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya [Public Administration Issues]*, 2010, no. 1, pp. 69-88.
 5. Kuzminov Ya., Radaev V., Yakovlev A., Yasin E. Instituty: ot zaimstovovaniya k vyrashchivaniyu (Opyt rossiyskikh reform i vozmozhnosti kul'tivirovaniya institutsional'nykh izmeneniy) [Institutions: From Import to Raising (Lessons from the Russian Reforms and Opportunities for Cultivation of Institutional Change)]. *Voprosy ekonomiki*, 2005, no. 5, pp. 5-27.
 6. Novikov V., Paneyakh E. *Izlishne podozritel'noye vedomstvo: posledstviya "palochnoy" systemy dlya raboty Federal'noy antimonopol'noy sluzhby [Excessively Suspicious: Federal Antitrust Agency and its KPI System]*. Saint Petersburg, The Institute for the Rule of Law, 2014. http://enforce.spb.ru/images/analit_zapiski/Web_IRL_2014_02_PolicyMemo_EllaPaneyakh_Novikov_FAS_bur_expansion.pdf.
 7. Radaev V. Kak obosnovat' vvedenie novykh pravil obmena na rynkakh [How the New Rules of Exchange on Markets are Justified]. *Voprosy ekonomiki*, 2011a, no. 3, pp. 104-123.
 8. Radaev V. V. Administrirovanie rynochnykh pravil (kak razrabatyvalsya Federal'nyy zakon o trgovle) [Administrative Regulation of the Market Rules: How the Federal Law on Retail Trade Was Elaborated]. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya [Public Administration Issues]*, 2010, no. 3, pp. 5-35.
 9. Radaev V. V. Vremya pokazhet? Srednesrochnye efekty primeneniya Zakona o trgovle [Would Time Show? The Mid-Term Effects of the Trade Law]. *Ekonomicheskaya politika [Economic Policy]*, 2014, no. 5, pp. 75-90.
 10. Radaev V. V. *Komu prinadlezhit vlast' na potrebitel'skikh rynkakh: otnosheniya roznichnykh setey i postavshchikov v sovremennoy Rossii [Who Holds Power in Consumer Markets: The Relationship Between Retailers and Suppliers in Contemporary Russia]*. Moscow, Izd. dom GU VShE, 2011b.
 11. Radaev V. V. Chto izmenil Zakon o trgovle: kolichestvennyy analiz [Are There Any Changes Brought by the Trade Law: An Analysis of Quantitative Data]. *Ekonomicheskaya politika [Economic Policy]*, 2012, no. 1, pp. 118-140.
 12. Aslund A. Reform vs. "Rent-Seeking" in Russia's Economic Transformation. *Transition*, 1996, vol. 2, no. 2, pp. 12-17.
 13. Avdasheva S., Shastitko A. Russian Anti-Trust Policy: Power of Enforcement Versus Quality of Rules. *Post-Communist Economies*, 2011, vol. 23, no. 4, pp. 493-505.
 14. Braithwaite J. The Regulatory State? In: Binder S. A., Rhodes R. A. W., Rockman B. A. (eds.). *The Oxford Handbook of Political Institutions*. Oxford, Oxford University Press, 2008.
 15. Brown J. D., Earle J. S., Gehlbach S. Helping Hand or Grabbing Hand? State Bureaucracy and Privatization Effectiveness. *American Political Science Review*, 2009, vol. 103, no. 2, pp. 264-283.
 16. Frye T. Capture or Exchange? Business Lobbying in Russia. *Europe-Asia Studies*, 2002, vol. 54, no. 7, pp. 1017-1036.
 17. Frye T., Shleifer A. The Invisible Hand and the Grabbing Hand. *American Economic Review*, 1997, vol. 87, no. 2, pp. 354-358.
 18. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The Governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, 2005, vol. 12, pp. 78-104.

19. Glaeser E., Shleifer A. The Rise of the Regulatory State. *Journal of Economic Literature*, 2003, vol. 51, pp. 401-425.
20. Hendley K., Murrell P., Ryterman R. Law, Relationships, and Private Enforcement: Transactional Strategies of Russian Enterprises. *Europe-Asia Studies*, 2000, vol. 52, no. 4, pp. 627-656.
21. Klein B., Wright J. The Economics of Slotting Contracts. *Journal of Law and Economics*, 2007, vol. 50, pp. 421-454.
22. Levy J. D. *The State After Statism: New State Activities in the Age of Liberalization*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 2006.
23. Provan K. G., Skinner S. J. Interorganizational Dependence and Control as Predictors of Opportunism in Dealer-Supplier Relations. *Academy of Management Journal*, 1989, vol. 32, pp. 202-212.
24. Radaev V. A Rise of State Activism in a Competitive Industry: The Case of Russian Retail Trade Law of 2009. *Communist and Post-Communist Studies*, 2018, vol. 51, no. 1, pp. 27-37.
25. Radaev V. Market Power and Relational Conflicts in Russian Retailing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 2013, vol. 28, no. 3, pp. 167-177.
26. Schmidt V. *The Futures of European Capitalism*. Oxford, N. Y., Oxford University Press, 2002.
27. Shlapentokh V. Corruption, the Power of State and Big Business in Soviet and Post-Soviet Regimes. *Communist and Post-Communist Studies*, 2013, vol. 46, pp. 147-158.
28. Shleifer A., Vishny R. W. *The Grabbing Hand: Government Pathologies and Their Cures*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1998.
29. Vogel S. *Freer Markets, More Rules: Regulatory Reform in Advanced Industrial Countries*. Ithaca, NY, Cornell University Press, 1996.
30. Voigt S. How (Not) to Measure Institutions. *Journal of Institutional Economics*, 2013, vol. 9, no. 1, pp. 1-26.
31. Weiss L. The State in the Economy: Neoliberal or Neoactivist? In: Morgan G., Campbell J. L., Crouch C., Pedersen O. K., Whitley R. (eds.). *The Oxford Handbook of Comparative Institutional Analysis*. Oxford, Oxford University Press, 2010.
32. Yakovlev A. The Evolution of Business - State Interaction in Russia: From State Capture to Business Capture? *Europe-Asia Studies*, 2006, vol. 58, no. 7, pp. 1033-1056.