

Научная статья  
DOI: 10.37791/2687-0657-2026-20-1-53-72  
EDN: FDBFIS

ГРНТИ 06.56.21  
BAK 5.2.3  
УДК 338.2

# Регулирование торговли в эпоху маркетплейсов: эффекты поправок 2016 года Закона о торговле для поставщиков

Д. М. Азарова<sup>1,2\*</sup>, Н. С. Павлова<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

<sup>2</sup>Центр исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, Москва, Россия

\*dar.azarova@gmail.com

**Аннотация.** В 2016 г. вступил в силу Федеральный закон №273-ФЗ, внесший ряд значительных изменений в положения так называемого Закона о торговле (№381-ФЗ), принятого в 2009 г. и являющегося центральным законом, регулирующим торговую деятельность в Российской Федерации. Статья посвящена оценке влияния поправок 2016 г. на положение поставщиков розничных торговых сетей. Актуальность и новизна обусловлены наблюдаемой сегодня значительной асимметрией регулирования между онлайн-платформами и традиционными торговыми сетями в условиях быстрого роста маркетплейсов. В статье формулируются гипотезы о влиянии Закона №273-ФЗ на коммерческие расходы поставщиков, опираясь на детальный обзор законодательства, аналитики и эмпирических исследований. Полученные результаты показывают отсутствие устойчивого долгосрочного эффекта поправок 2016 г., наличие краткосрочного снижения коммерческих расходов продовольственных поставщиков в 2017 г., а также усиление различий между крупными и малыми поставщиками, притом что часть ограничений компенсируется изменением структуры контрактов и может тормозить конкуренцию между сетями и маркетплейсами. В выводах подчеркивается, что действующие нормы Закона о торговле не гарантируют выравнивания переговорной силы и требуют пересмотра с учетом цифровизации и развития маркетплейсов. Теоретическая значимость работы состоит в уточнении представлений о механизмах влияния отраслевого регулирования на распределение коммерческих издержек и переговорную силу в вертикальных отношениях, а практическая – в формировании оснований для корректировки законодательства о торговле и выработки более симметричных правил конкуренции для торговых офлайн-сетей и маркетплейсов.

**Ключевые слова:** розничная торговля, поставщики, продовольственная продукция, торговые сети, закон о торговле, поправки в законодательство о торговой деятельности, регулирование торговли

**Для цитирования:** Азарова Д. М., Павлова Н. С. Регулирование торговли в эпоху маркетплейсов: эффекты поправок 2016 года Закона о торговле для поставщиков // Современная конкуренция. 2026. Т. 20. №1. С. 53–72. DOI: 10.37791/2687-0657-2026-20-1-53-72.

---

Статья доступна на условиях простой (неисключительной) лицензии, которая является безвозмездной, предоставляется на срок действия исключительного права и действует по всему миру. Данная лицензия предоставляет любому лицу право копировать и распространять материал на любом носителе и в любом формате и создавать производные материалы, видоизменять и преобразовывать материал при условии указания авторов, названия статьи, журнала, его года и номера (в том числе посредством указания DOI).

© Азарова Д. М.,  
Павлова Н. С.,  
2026.

Research article

DOI: 10.37791/2687-0657-2026-20-1-53-72

# Regulating Trade in the Era of Marketplaces: The Effects of the 2016 Amendments to the Law on Trade on Suppliers

D. Azarova<sup>1,2\*</sup>, N. Pavlova<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia*

<sup>2</sup>*Center for Competition and Economic Regulation Studies of the RANEPa, Moscow, Russia*

\**dar.azarova@gmail.com*

**Abstract.** In 2016, Federal Law no. 273-FZ entered into force, introducing a number of significant amendments to the so-called Law on Trade (no. 381-FZ), adopted in 2009 and the central law regulating trade activities in the Russian Federation. This article assesses the impact of the 2016 amendments on the situation of suppliers to retail chains. Its relevance and novelty stem from the significant regulatory asymmetry currently observed between online platforms and traditional retail chains amid the rapid growth of marketplaces. The paper formulates hypotheses regarding the impact of Federal Law no. 273 on suppliers' commercial expenses, based on a detailed review of legislation, analytics, and empirical research. The findings demonstrate the lack of a sustainable long-term effect of the 2016 amendments, the presence of a short-term decline in commercial expenses for food suppliers in 2017, and a widening gap between large and small suppliers. While some of the restrictions are offset by changes in contract structures, they may hinder competition between chains and marketplaces. The conclusions emphasize that the current provisions of the Law on Trade do not guarantee the equalization of bargaining power and require revision, taking into account digitalization and the development of marketplaces. The theoretical significance of this work lies in clarifying the mechanisms by which industry regulation influences the distribution of commercial costs and bargaining power in vertical relations, while its practical significance lies in providing a basis for amending trade legislation and developing more symmetrical competition rules for offline retail chains and marketplaces.

**Keywords:** retail trade, suppliers, food products, retail chains, law on trade, amendments to trade legislation, trade regulation

**For citation:** Azarova, D., & Pavlova, N. (2026). Regulating Trade in the Era of Marketplaces: The Effects of the 2016 Amendments to the Law on Trade on Suppliers. *Journal of Modern Competition*, 20(1), 53–72. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2026-20-1-53-72>

The article is available under a simple (non-exclusive) license, which is royalty-free, provided for the duration of the exclusive right, and is valid worldwide. This license grants any person the right to copy and distribute the material on any medium and in any format, and to create derivative materials, modify, and transform the material, provided that the authors, the article title, the journal, its year, and issue are credited (including by specifying the DOI).

© Azarova D., Pavlova N., 2026.

**Введение**

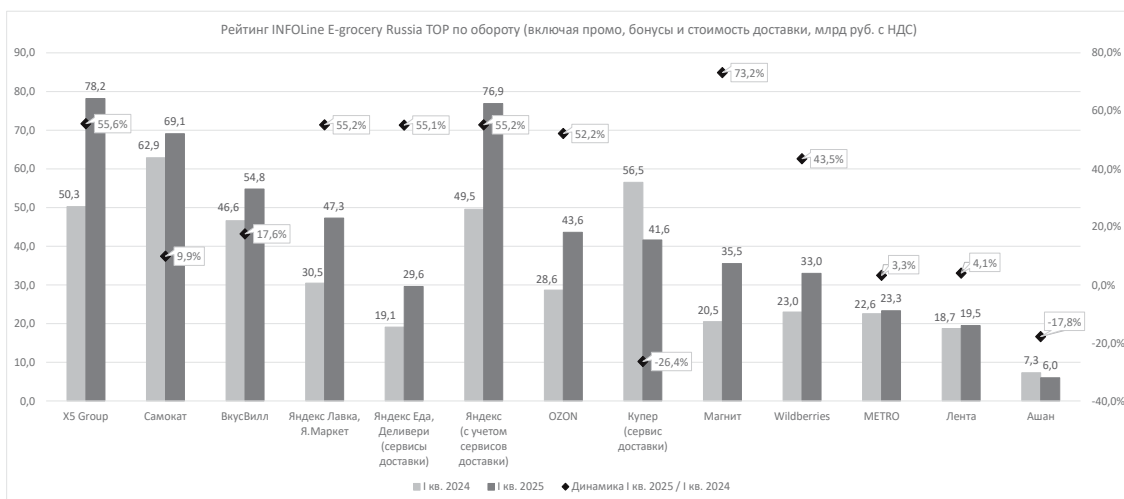
**В** 2024–2025 гг. разработка новых подходов к регулированию цифровых платформ (включая маркетплейсы) вновь придала актуальность обсуждению уже ставших привычными ограничений на работу торговых сетей, накладываемых Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле или Закон № 381-ФЗ). Действительно, уже несколько лет наблюдается активный рост онлайн-торговли продуктами питания<sup>1</sup>. Маркетплейсы всё в большей и большей степени составляют конкуренцию торговым сетям (на рисунке 1 для примера представлена информация по состоянию на I кв. 2025 г.). При этом способность мар-

кетплейсов и дальше расширяться в сфере торговли продуктами питания не вызывает сомнений.

В этих условиях довольно очевидным становится различие в регуляторных ограничениях, в рамках которых действуют торговые сети и маркетплейсы: первые подпадают под регулирования Закона о торговле, вторые же (при прочих равных, см. ниже) под него не подпадают. Что это означает с практической точки зрения? Эксперты указывают несколько основных последствий такой асимметрии:

- торговые сети – как и входящие с ними в одну группу лиц компании – не могут использовать посреднические договоры, в то время как такой тип взаимодействия с поставщиками (в частности, агентские договоры) является одним из основных у маркетплейсов. Такое ограничение создает асимметрию положения уже действующих торговых сетей и маркетплейсов;
- ограничение на использование агентских договоров мешает и взаимному проникновению двух типов фирм в сегменты друг

<sup>1</sup> См., например: Покупатели все чаще идут за продуктами в онлайн // CNews. 12.05.2025. URL: [https://www.cnews.ru/news/line/2025-05-12\\_pokupateli\\_vse\\_chashche\\_idut](https://www.cnews.ru/news/line/2025-05-12_pokupateli_vse_chashche_idut) (дата обращения: 29.12.2025).



Источник: X5 Group сохранила лидерство на рынке e-grocery, сообщают в INFOLine // retail.ru. 23.05.2025. URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/kh5-group-soxranila-liderstvo-na-rynke-e-grocery-soobshchayut-v-infoline/> (дата обращения: 29.12.2025).

**Рис. 1.** Рейтинг крупнейших в России компаний в области розничной онлайн-торговли продовольственными товарами, I кв. 2025 г.

Fig. 1. Ranking of the largest companies in Russia in the field of online retail trade in food products, Q1 2025

друга: если действующая торговая сеть открывает онлайн-магазин, он не может быть маркетплейсом по своей форме, поскольку торговая сеть (и компании ее группы лиц) вынуждены выкупать товар у поставщика перед продажей; если же маркетплейс откроет торговую сеть (под определение которой де-факто подпадает более двух физических магазинов<sup>2</sup>), то он лишается возможности использовать агентские договоры для торговли продовольствием не только в магазинах сети, но и на маркетплейсе<sup>3</sup>. Таким образом, данный запрет выступает дополнительным барьером входа на рынки;

- совокупный размер вознаграждения, который может выплачиваться поставщиком в пользу торговой сети, не может превышать 5% от стоимости приобретенных товаров за вычетом НДС и акцизов. Подобное ограничение может сдерживать поставщиков в возможностях оплаты услуг по продвижению своего товара в торговых сетях, притом что подобное ограничение не действует для маркетплейсов. Вместе с тем, по некоторым оценкам, данное ограничение в целом неэффективно, поскольку компенсируется другими компонентами цены, в том числе повышением фронт-маржи и изменением структуры коммерческих расходов торговых сетей [16]. Это приводит к тому, что совокупная нагрузка на по-

ставщиков не снижается, а лишь перераспределяется между различными элементами контрактов, при этом для крупных поставщиков возможности адаптации оказываются шире, чем для малых и средних [7].

Таким образом, с учетом изменения структуры розничной торговли продовольственными товарами возникают основания утверждать, что нормы Закона о торговле могут оказывать тормозящее влияние на развитие конкуренции в данной сфере. Даже при более благоприятной трактовке, не предполагающей собственно негативного эффекта в виде торможения, возникают тем не менее вопросы, обеспечивают ли сами нормы Закона о торговле положительные эффекты в виде уравнивания переговорной силы сетей и поставщиков и действительно ли они необходимы для защиты конкуренции в сфере розничной торговли продовольствием в условиях, когда существенный, если не наибольший, вклад в развитие конкуренции вносит развитие маркетплейсов.

В совокупности данные факторы побуждают вернуться к обсуждению вопроса о том, какие именно эффекты для рынка возникли в результате внедрения Закона о торговле, и конкретно тех его положений, которые, как представляется экспертам, несут сейчас наибольший сдерживающий потенциал для развития справедливой конкуренции маркетплейсов и торговых сетей. Большинство данных положений было введено в рамках Федерального закона от 03.07.2016 № 273-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» (далее – поправки 2016 г. или Закон № 273-ФЗ). Если эффекты введения Закона о торговле довольно широко обсуждались в литературе, оценки эффектов поправок 2016 г. представлены в меньшей степени. От ответов зависят и практические выводы относительно

<sup>2</sup> Согласно поправкам в Закон о торговле, внесенным в 2016 г., под торговой сетью понимается «совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом "О защите конкуренции", или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации».

<sup>3</sup> В связи с этим интересен кейс маркетплейса «Магнит Маркет», образованного после того, как в 2023 г. «Магнит» выкупил маркетплейс KazanExpress. В настоящее время на маркетплейсе «Магнит Маркет» представлены только продукты питания долгого хранения, продавцом которых выступает сам маркетплейс – «ООО Магнит Маркет». См. также [8].

того, как именно обеспечить конкуренцию на равных условиях: распространить нормы Закона о торговле на маркетплейсы или отменить наиболее спорные нормы для торговых сетей?

Обозначенная проблема важна и безотносительно конкуренции с маркетплейсами. Согласно данным официальной статистики<sup>4</sup>, на 31 декабря 2023 г. на территории Российской Федерации зарегистрировано более 873 тысяч различных объектов, занимающихся розничной торговлей с общим оборотом более 48 трлн руб., из которого порядка 48% приходится на торговлю продовольственными продуктами. Изначально Закон о торговле был призван защищать конкуренцию, обеспечивать баланс переговорной силы между торговыми сетями и поставщиками и развивать торговую деятельность. Однако по мнению ряда исследователей (см. ниже), практика его применения показала, что предписанные законом меры оказали неоднозначное влияние как на поставщиков, так и на сами розничные сети, что не всецело соответствовало ожиданиям и заявленным целям. Крупнейший пакет поправок 2016 г. повлек за собой ряд изменений, которые во многом были восприняты участниками рынка как ужесточение и без того достаточно строгих мер взаимодействия, прописанных в законе и, как следствие, как возможная причина будущих потерь и на стороне поставщиков, и на стороне самих торговых сетей.

В силу того что закон и большая часть внесенных в него в 2016 г. поправок действует по сей день, а оценка его эффектов на участников рыночных отношений остается вопросом дискуссий, основной целью данной работы является оценка изменения рыночного и финансового положения поставщиков роз-

ничной торговли после принятия поправок 2016 г.

Данная работа состоит из четырех частей. В первом разделе приведен краткий обзор законодательства в сфере регулирования торговли розничных сетей, а также обобщены результаты основных исследований, посвященных эффектам Закона о торговле и конкретно поправок 2016 г. Обзор литературы позволяет построить гипотезы для дальнейшего анализа. Второй раздел посвящен описанию используемых данных, их источников и методов сбора, проведен их предварительный анализ. В третьем разделе проводится эмпирическая оценка эффекта введения поправок 2016 г. Четвертый раздел предлагает интерпретацию результатов, в том числе в контексте современного этапа конкуренции торговых сетей и маркетплейсов. В заключении обозначены результаты исследования, их практическая польза, ограничения проделанной работы и возможные направления дальнейшей работы.

## **Законодательный контекст и обзор существующих исследований**

### ***Содержание основных изменений Закона № 273-ФЗ в сравнении с мерами, принятыми Законом № 381-ФЗ, и их возможные экономические эффекты***

Закон о торговле вступил в законную силу с 1 февраля 2010 г. Своими основными целями, четко сформулированными в первой статье, он ставил создание правил ведения торговой деятельности, ее развитие, а также правовую защиту интересов участвующих сторон. В середине 2016 г. вступил в силу Закон № 273-ФЗ, который внес поправки в прежний Закон № 381-ФЗ. Как следует из пояснительной записки к одному из первых проектов Закона № 273-ФЗ, поправки направлены на усиление мер по поддержке производителей и борьбе с недобросовестной конкуренцией.

<sup>4</sup> Розничная торговля и общественное питание // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения: 20.03.2024).

Ключевыми в перечне поправок стали некоторые дополнительные ограничения, включая те, которые вызывают на сегодняшний день наибольшее обсуждение в связи с проблемой маркетплейсов:

- правила, требования и запреты в части антимонопольного регулирования, предусмотренные Законом о торговле, стали распространяться на все компании, входящие в одну группу лиц с торговой сетью, осуществляющей торговлю продовольственными товарами (ч. 6 ст. 1 Закона о торговле);
- был введен полный запрет (п. 5 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле) для поставщиков продовольствия и торговых сетей заключать между собой посреднические договоры (в том числе договор комиссии, договор поручения, агентский договор и смешанный), в то время как в изначальной редакции речь шла только о запрете осуществлять оптовую торговлю с использованием договора комиссии. В силу изменений, обозначенных в предыдущем пункте, данный запрет также распространяется на всех субъектов в одной группе лиц<sup>5</sup> с торговой сетью;
- из списка запретов (ст. 13 Закона о торговле) также был исключен ряд запретов, таких как, например, запрет навязывания введения платы за изменение ассортимента, возмещения ущерба, не связанного с договором поставки, и прочее;
- ограничение на максимальный размер всех выплат поставщиками в пользу торговых сетей было снижено с 10% от цены приобретения продовольственных товаров (как было предусмотрено изначальной редакцией Закона о торговле) до 5% от цены за вычетом НДС и акцизов. Эта граница распространяется в совокупности на плату в связи с приобретением торговой сетью определенного количества продукции, на оплату услуг по продвижению продукции, а так-

же логистических услуг, услуг по подготовке, обработке, упаковке товаров и иных услуг. Как отмечалось экспертами при принятии поправок<sup>6</sup> и как отмечается сейчас [7], включение в этот список логистических услуг мешает поставщикам, относящимся к МСП, использовать логистические услуги сетей: ограничение может вынуждать их самостоятельно доставлять продукцию в торговые сети, в том числе в удаленные регионы, что зачастую может быть дороже, чем доставка силами самой торговой сети;

- появился отдельный пункт о запрете навязывания, в том числе и третьими лицами, маркетинговых услуг в отношении поставляемых товаров;
- сокращение сроков оплаты поставок продовольственной продукции и их отсчет со дня фактической поставки продукции;
- сторонам (торговым сетям и поставщикам) стало достаточно размещать всю необходимую информацию об условиях отбора контрагентов для заключения договора поставки продовольственных товаров и основных позициях таких договоров только на собственном сайте вместо обязательного направления такой информации по запросу или публикации в сети Интернет (ст. 9 Закона о торговле). Данное изменение значительно упростило порядок обмена информацией, облегчая поиск новых контрагентов и заключение новых договоров.

Таким образом, можно отметить, что сам закон затрагивал достаточно большой спектр различных мер для реализации заявленных в нем целей. При этом внесенные поправки были направлены преимущественно на улучшение переговорной силы поставщиков, преследовали цели по усилению мер закона и несли за собой разнонаправленные меры: как простые уточнения формулировок, так и жесточе-

<sup>5</sup> Если только сам договор не заключается исключительно между участниками той же группы лиц, в которую входит торговая сеть.

<sup>6</sup> Соколовская Е. Запреты для ретейлеров: поправки в Закон о торговле // Пепеляев Групп. 25.07.2016. URL: <https://www.pgplaw.ru/analytics-and-brochures/articles-comments-interviews/don-ts-for-retailers-the-amendments-to-the-law-on-trade/> (дата обращения: 30.12.2025).

ния или, наоборот, ослабления предписанных законом правил взаимодействия контрагентов при ведении розничной торговли.

### **Обзор существующих исследований, посвященных изучению и оценке воздействия Законов № 381-ФЗ и № 273-ФЗ**

Ряд научных исследований, направленных на изучение эффектов введения как самого закона, так и поправок 2016 г., отмечают наличие различных по содержанию и своей направленности последствий и для поставщиков, и для розничных торговых сетей.

#### *Влияние на торговые сети*

В работах [4, 6] отмечается, что при введении Закона № 381-ФЗ ожидалось снижение доминирующего положения торговых сетей, усиление конкуренции и снижение цен на продукцию. При этом в работах [5, 9, 11, 15] обосновывается, что фактически произошло ограничение конкуренции, перераспределение ресурсов между участниками торговых отношений, а также что выиграли от принятия закона лишь крупные торговые сети, способные более просто адаптироваться к новым условиям, в то время как малые были вовсе вытеснены с рынка.

Отдельно отмечается, что розничные торговые сети понесли ряд дополнительных издержек, связанных с необходимостью перехода к новым системам взаимодействия с поставщиками, а также в связи с серией дополнительных проверок исполнения закона со стороны органов власти [5, 11]. Авторы исследований замечают, что принятые меры создают новые препятствия для торговых сетей, что, в свою очередь, может послужить полем для развития коррупции, предметом усложнения отбора поставщиков (как следствие, побуждать торговые сети развивать собственные торговые марки) и стать причиной появления различий в содержании формальных и неформальных договоров с контрагентами [3, 5, 15].

Выводы исследований последствий Закона № 273-ФЗ, касающиеся розничных торговых сетей, во многом сопоставимы с выводами о последствиях принятия самого Закона о торговле, даже несмотря на тот факт, что возникли предостережения о возможных трудностях внедрения новых требований, связанных с неоднозначностью трактовки формулировок текста поправок [14].

В ряде работ отмечается, что принятые поправки 2016 г. также способствовали созданию доминирующего положения крупных торговых сетей и привели к поглощению или уходу более малых участников, не способных пройти адаптацию к новым условиям, что сказалось на сокращении ассортимента и продвижении торговыми сетями собственных торговых марок [10, 13, 17]. В иных работах упоминается, что, согласно опросному исследованию, сами торговые сети не заметили значительного изменения собственного положения после принятия поправок [12].

#### *Влияние на поставщиков*

Относительно эффектов влияния Закона о торговле на поставщиков в научных работах отмечают, с одной стороны, эффекты, аналогичные воздействию на торговые сети: ухудшение конкуренции, усиление положения крупных поставщиков и вытеснение малых, необходимость нести новые дополнительные расходы на перезаключение договоров поставок по новым условиям и при прохождении дополнительных проверок исполнения закона [5, 9, 11, 15, 19]. С другой стороны, эмпирические результаты анализа данных на микроуровне демонстрируют, что крупные поставщики не вытеснили малых и в краткосрочном периоде понесли большие коммерческие издержки [1].

Можно выделить также, что вопреки ожиданиям о перераспределении прибыли от торговых сетей в пользу поставщиков [6], фактически поставщиками не было получено значительных преимуществ перед торговыми сетями [11], более того, замечается, что

обеспечить полную правовую защиту поставщиков, не выдержавших конкуренцию, не представляется возможным [3].

При рассмотрении последствий принятия поправок 2016 г. в части их влияния на поставщиков авторы сходятся во мнении, что Закон №273-ФЗ послужил причиной ухода малых локальных поставщиков с рынка в связи с невозможностью конкурировать с крупными поставщиками в новых условиях [10, 13, 17]. Отмечается также ухудшение положения поставщиков в связи с усложнением заключения договоров и увеличением требований торговых сетей [12], а также в связи с возникновением ситуации неблагоприятного отбора на фоне ограничения размера вознаграждений [2, 16]. Что касается изменений в рыночной власти и основанной на ней переговорной силе [18] сетей и поставщиков по отношению друг к другу, недавнее исследование Центра развития потребительского рынка экономического факультета МГУ<sup>7</sup> продемонстрировало, что вместе с тенденцией укрепления рыночной власти крупнейших торговых сетей после принятия поправок в Закон о торговле наблюдалось и укрепление положения крупных производителей большинства товарных групп. Это может свидетельствовать о развитии уравновешивающей переговорной силы крупных поставщиков в отношениях с торговыми сетями. Вместе с тем в работе [7] на основе материалов интервью с поставщиками, проведенных РОМИР в 2024 г., показано, что сохраняется значительный дисбаланс переговорных позиций между поставщиками и сетями в пользу последних, и в особенно уязвимом положении с точки зрения переговорной силы оказываются средние и малые поставщики. В то же время те ограничения, которые наложены Законом о торговле (в частности, установленное ограничение платы торговым сетям), относительно успеш-

но обходятся за счет иных форм контрактов. При этом малый и средний бизнес всё активнее пользуется продажами онлайн, предпочтения в пользу которых в том числе формируются за счет дисбаланса регулирования между онлайн- и офлайн-торговлей продовольственными товарами [8].

Таким образом, можно заключить, что вследствие принятия Закона о торговле наблюдались разнонаправленные эффекты, часть из которых не соответствовали изначальным целям и ожиданиям от внедрения регулирования. Принятые в 2016 г. поправки во многом усилили эффекты, которые наблюдались после принятия закона. Стоит также подчеркнуть, что некоторые выводы, полученные исследователями, противоречат друг другу, что может служить показателем неоднозначности последствий от внедрения Законов №381-ФЗ и 273-ФЗ.

Дальнейшее исследование вносит вклад в развитие данной дискуссии, в частности вокруг отмеченного выше вопроса о положении поставщиков продовольственных товаров. Для этих целей подходящим представляются подходы, изложенные в [1], касающиеся эффектов для коммерческих расходов. Между тем, исследование [1] касалось последствий внедрения самого Закона о торговле, в нашем же исследовании интерес представляют последствия внедрения поправок 2016 г., которые, как обсуждалось выше, имеют наибольшее значения с точки зрения возникновения дисбаланса регулирования между торговыми сетями и маркетплейсами и даже, вероятно, могут служить сдерживанию конкуренции между данными формами торговли продовольственными товарами.

### **Формулировка гипотез**

В русле вышеописанного формулируются гипотезы, концептуально схожие с некоторыми гипотезами [1], но имеющие также отличия, связанные с рассмотрением эффекта не самого Закона о торговле в его первоначальной версии, а крупного пакета поправок 2016 г.

Так, одной из целей Закона о торговле была защита положения поставщиков, а вводи-

<sup>7</sup> Рыночная власть на продуктовом рынке России. Результаты исследования // Центр развития потребительского рынка экономического факультета МГУ. 22.05.2024. URL: <https://www.econ.msu.ru/departments/CMDC/rv/> (дата обращения: 29.12.2025).

мые поправки 2016 г. должны были обеспечить усиление этой защиты. В частности, ожидалось, что запрет принуждения поставщиков к фиксированию ряда мер в договорах и понижение верхней границы размера бонусов приведет к сокращению их коммерческих расходов (в состав которых входят помимо прочего затраты на маркетинг, рекламу, логистику и сбыт). При этом ряд исследований говорит о том, что положение поставщиков, которые попали под регулирование, то есть поставщиков продовольственных товаров, всё равно ухудшилось в сравнении с их положением до поправок [2, 12].

*Гипотеза 1: по итогам введения поправок к Закону о торговле размер коммерческих расходов поставщиков продовольственных товаров сократился по сравнению с коммерческими расходами поставщиков непродовольственных товаров.*

Отмечается, что среди исследователей нет единого мнения о том, на крупных или на малых поставщиках вводимые поправки 2016 г. сказались сильнее. В [1] авторы доказывают, что введение самого закона привело к тому, что коммерческие расходы у крупных поставщиков после введения закона оказались выше, чем у малых. В качестве гипотезы логичным кажется ожидать, что введенные поправки лишь усилят подобную тенденцию.

*Гипотеза 2: по итогам введения поправок к Закону о торговле коммерческие расходы крупных поставщиков продовольственных товаров сильнее возросли по сравнению с коммерческими расходами малых поставщиков продовольственных товаров.*

## **Описание используемых для анализа данных и их источников, предварительный анализ**

### **Отраслевые и региональные данные по поставщикам**

Для проверки гипотез, затрагивающих положение поставщиков, были использова-

ны панельные данные, охватывающие период с 2012 по 2019 г., из которых первые четыре года – период до принятия поправок 2016 г. Региональные показатели, такие как среднедушевые доходы населения в регионе, доля торговых сетей в общем объеме розничных продаж в регионе, численность населения региона и прочие, были собраны из открытых опубликованных данных Федеральной службы государственной статистики<sup>8</sup>.

Данные по поставщикам были собраны из базы данных СПАРК<sup>9</sup>. В основу анализа легли показатели финансово-хозяйственной деятельности (полученные из годовых отчетов ОСБУ) компаний, объем продаж которых превышал 400 млн руб. в год. Данная граница отсечения продиктована ограничением действия закона в ряде статей для компаний с выручкой ниже 400 млн руб. В выборку попали 4 отрасли – две продовольственные и две непродовольственные. Основными условиями отбора отраслей были их принадлежность к одной из двух групп (продовольственной или непродовольственной), монопрофильность и широкая представленность в разных регионах, чтобы иметь возможность проследить как отраслевые, так и временные и географические аспекты действия закона. Таким образом, для дальнейшего анализа были выбраны указанные в таблице 1 виды деятельности и соответствующие компании по классификатору ОКВЭД.

### **Предварительный анализ данных, изучение динамики и средних показателей**

На основе описательных статистик данных по поставщикам (рис. 2 и 3) можно отметить, что в целом влияние поправок оказало весьма неоднозначное воздействие. В разрезе конкретных отраслей (рис. 2) прослеживается,

<sup>8</sup> Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.04.2024).

<sup>9</sup> Информационный ресурс СПАРК // Информационное агентство «Интерфакс». URL: <https://spark-interfax.ru/> (дата обращения: 01.04.2024).

**Таблица 1.** Виды деятельности по ОКВЭД и состав выборки компаний в части данных по поставщикам

Table 1. OKVED activity types and sample composition for suppliers

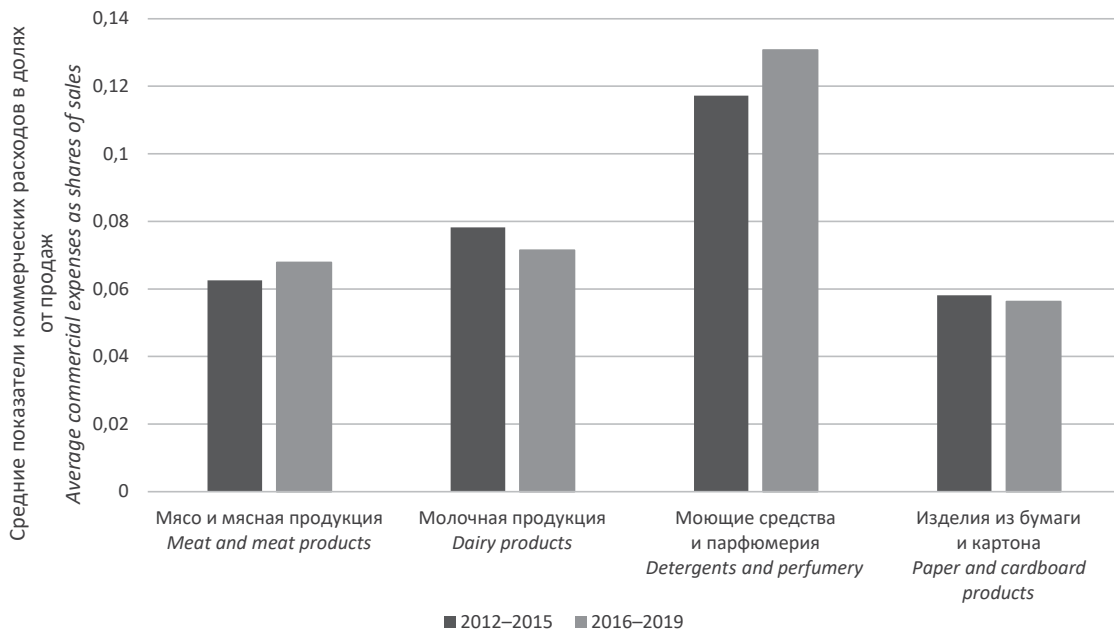
Код ОКВЭД OKVED Code	Вид деятельности Type of activity	Количество компаний, попавших в выборку Number of companies in sample	Доля в общем количестве компаний в отрасли, % Share in total number of companies in industry, %	Доля отраслевых продаж, % Share of industry sales, %
10.1	Переработка и консервирование мяса и мясной пищевой продукции <i>Processing and preserving of meat and meat food products</i>	119	4,7	45
10.5	Производство молочной продукции <i>Manufacture of dairy products</i>	124	6,7	54
20.4	Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств; парфюмерных и косметических средств <i>Manufacture of soap and detergents, cleaning and polishing products, perfumery and cosmetic products</i>	27	2,7	54
17.2	Производство изделий из бумаги и картона <i>Manufacture of paper and paperboard products</i>	60	2,5	57

что у отрасли производства мяса и бытовой химии коммерческие расходы в доле от продаж возросли, тогда как для отрасли производства молочной продукции и изделий из бумаги и картона, наоборот, снизились. При этом если смотреть на динамику доли коммерческих расходов для продовольственных и непродовольственных отраслей по годам (рис. 3), то при факте более низкой доли коммерческих расходов в объемах продаж у продовольственных отраслей тренды до 2016 г. остаются относительно параллельными.

Исключение составляет 2014 кризисный год, а также периоды вхождения и выхода из него. Для остальных лет характерны одновременные периоды роста и падений. При

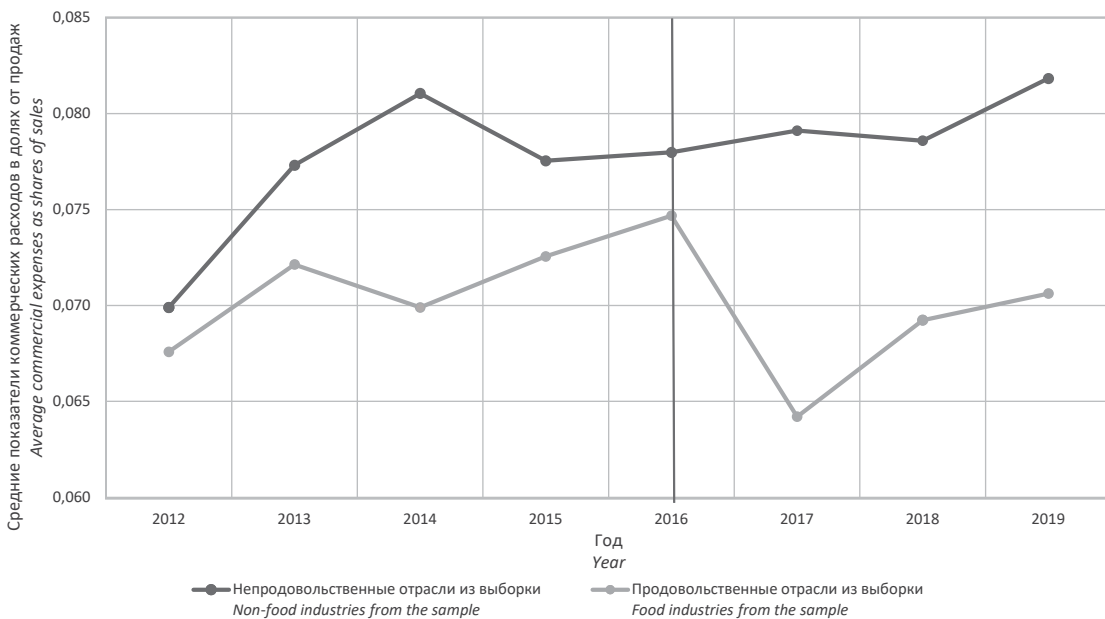
этом после 2016 г. видно явное краткосрочное расхождение трендов при их вновь относительном выравнивании после 2018 г. Можно ожидать, что исследуемый эффект в части влияния на продовольственные отрасли имел краткосрочный характер, при этом внутри самих продовольственных отраслей введение поправок оказало неоднозначное влияние на различные отрасли и компании.

Таким образом, можно сделать вывод, что первичный анализ данных показывает достаточно высокую неоднозначность в части сравнения средних коммерческих расходов поставщиков продовольственных и непродовольственных товаров до и после принятия поправок.



**Рис. 2.** Средние показатели коммерческих расходов в долях от продаж по отраслям в разбивке до периода принятия поправок и после

**Fig. 2.** Average commercial expenses as shares of sales by industries before and after the amendments period



**Рис. 3.** Ежегодное изменение средних показателей коммерческих расходов в долях от продаж для продовольственных и непродовольственных отраслей

**Fig. 3.** Annual changes in average commercial expenses as shares of sales for food and non-food industries

## Эмпирические оценки

### Описание используемых при анализе моделей

Основными методами проверки гипотез являются сравнение изучаемых показателей после принятия поправок между группой отраслей, подвергшихся воздействию (продовольственные отрасли) и не подвергшихся воздействию (непродовольственные отрасли), – метод «разности разностей» [20] (гипотеза 1), а также анализ переменных наклона (гипотезы 1, 2). Для работы с панельными данными строятся различные виды моделей: pooling, работающая со всем массивом данных; модель с индивидуальными фиксированными эффектами, учитывающая особенности единицы наблюдения (компания); модель со случайными эффектами, отличающаяся от модели с индивидуальными эффектами наличием предпосылки отсутствия корреляции между ненаблюдаемыми эффектами и регрессорами. Для сравнения этих типов моделей проводятся тесты и выбирается лучшая. Все модели тестируются на наличие гетероскедастичности. Тест Бреуша – Пагана показывает наличие гетероскедастичности во всех спецификациях, поэтому для корректных расчетов и интерпретаций используются робастные стандартные ошибки.

Для проверки *первой гипотезы*, касающейся сравнения коммерческих расходов продовольственных и непродовольственных поставщиков, используется следующая модель, строящаяся на уровне компаний в разрезе лет для всех четырех изучаемых отраслей:

$$\begin{aligned} Comm\_Exp\_it = & \alpha_0 + \alpha_1 \cdot Sety\_share\_dol\_it + \\ & + \alpha_2 \cdot \ln(Reg\_Sales\_it) + \\ & + \alpha_3 \cdot CR4\_it + (\sum \alpha\_ind \cdot I\_ind\_it) + \\ & + (\sum \alpha\_year \cdot I\_year\_it) + (\alpha\_tr\_post \cdot I\_tr\_it \times \\ & \times I\_post\_it) + v\_j + \varepsilon\_it, \end{aligned}$$

где  $Comm\_Exp\_it$  – доля коммерческих расходов в объеме продаж компании в году  $t$  компании  $i$ ;

$Sety\_share\_dol\_it$  – доля торговых сетей в общем объеме розничных продаж в регионе компании в году  $t$ ;

$Reg\_Sales\_it$  – объем розничных продаж в регионе компании в году  $t$ , млн руб. в ценах 2012 г.;

$CR4\_it$  – доля четырех крупнейших предприятий в отрасли в регионе компании в году  $t$ ;

$I\_ind\_it$  – бинарная переменная для каждой из отраслей в году  $t$  компании  $i$ ;

$I\_year\_it$  – бинарная переменная для каждого из годов для каждой компании  $i$ ;

$I\_post\_it$  – бинарная переменная, которая равна 1 для лет после принятия поправок в каждом году  $t$  компании  $i$ ;

$I\_tr\_it$  – бинарная переменная, которая равна 1 для продовольственных отраслей в году  $t$  компании  $i$ ;

$v\_j$  – фиксированные эффекты компании.

В модели переменной интереса выступает  $I\_tr\_it \cdot I\_post\_it$ . Согласно выдвинутой гипотезе, ожидается, что коэффициент при этой переменной будет значимый и отрицательный.

Для проверки *второй гипотезы*, посвященной сравнению коммерческих расходов продовольственных поставщиков в зависимости от размера компании, используется схожая модель в разрезе компаний и лет для двух продовольственных отраслей:

$$\begin{aligned} Comm\_Exp\_it = & \beta_0 + \beta_1 \cdot Sety\_share\_dol\_it + \\ & + \beta_2 \cdot \ln(Reg\_Sales\_it) + \beta_3 \cdot CR4\_it + \\ & + (\sum \beta\_ind \cdot I\_ind\_it) + (\sum \beta\_year \cdot I\_year\_it) + \\ & + (\beta\_sal\_post \cdot \ln(Sales\_it) \cdot I\_post\_it) + \\ & + v\_j + \varepsilon\_it, \end{aligned}$$

где  $Sales\_it$  – объем продаж компании в году  $t$  компании  $i$ , млн руб. в ценах 2012 года. (Остальные переменные были пояснены в предыдущей модели.)

В этой модели переменной интереса выступает  $\ln(Sales\_it) \cdot I\_post\_it$ . Согласно гипо-

тезе, коэффициент при ней ожидается положительный и значимый<sup>10</sup>.

Таким образом, для каждой выдвинутой гипотезы строится отдельная модель, выделяется переменная интереса для дальнейшего расчета и интерпретации полученных результатов.

<sup>10</sup> Для проверки гипотез 1 и 2 часть контрольных переменных (*Sales\_it*, *Reg\_Sales\_it*, *CR4\_it*), а также в некоторых спецификациях включение контроля на отрасли и года, была позаимствована из схожего более раннего исследования, посвященного изучению эффектов от введения самого закона в 2009 г. [1]. При этом важно отметить, что в данной работе изучается именно эффект от воздействия поправок, в связи с чем переменными интереса в гипотезе 1 является переменная  $I_{tr\_it} \cdot I_{post\_it}$ , в гипотезе 2 –  $\ln(Sales\_it) \cdot I_{post\_it}$ , притом что эффект, распределенный по годам, выступающий переменной интереса в упомянутой статье, носит вторичный смысл при анализе.

### Полученные результаты оценок моделей

При оценке модели, сравнивающей коммерческие расходы поставщиков продовольственных и непродовольственных товаров (проверка гипотезы 1), были получены результаты, представленные в таблице 2.

Согласно результатам расчетов, значимого устойчивого эффекта не наблюдается. Однако при оценке наличия эффекта для каждого года на краткосрочном горизонте, то есть при оценке переменных наклона как произведения фиктивной переменной каждого года и фиктивной переменной, равной 1 для продовольственных поставщиков, обнаруживается краткосрочный эффект (табл. 3), имеющий воздействие лишь один год после принятия поправок – 2017 г. То есть можно

**Таблица 2.** Результаты оценки сравнения коммерческих расходов поставщиков продовольственных и непродовольственных товаров (в скобках даны значения стандартных ошибок)

Table 2. Results of comparing commercial expenses of food and non-food suppliers (standard errors in brackets)

Независимые переменные <i>Independent variables</i>	Зависимая переменная <i>Comm_Exp</i> <i>Dependent variable Comm_Exp</i>		
	Регрессия пула <i>Pooled</i>	Регрессия с фиксированными эффектами <i>FE</i>	Регрессия со случайными эффектами <i>RE</i>
<i>Sety_share_dol</i>	0,0150 (0,0354)	-0,0994** (0,0418)	-0,0695** (0,0314)
$\ln Reg\_Sales$	0,0159*** (0,0041)	0,0035 (0,0084)	0,0134*** (0,0040)
<i>CR4</i>	0,0021 (0,0081)	0,0002 (0,0016)	-0,0002 (0,0014)
$I_{tr} \cdot I_{post}$	-0,0035 (0,0041)	-0,0044 (0,0040)	-0,0041 (0,0040)
Наблюдения <i>Observations</i>	2640	2640	2640
Контрольные переменные <i>Control</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>

Примечание: \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ .

**Таблица 3.** Результаты оценки сравнения коммерческих расходов поставщиков продовольственных и непродовольственных товаров в части наличия эффекта по годам (в скобках даны значения стандартных ошибок)

**Table 3.** Results of estimating year-by-year effects on commercial expenses of food and non-food suppliers (standard errors in brackets)

Независимые переменные <i>Independent variables</i>	Зависимая переменная <i>Comm_Exp</i> <i>Dependent variable Comm_Exp</i>		
	Регрессия пула <i>Pooled</i>	Регрессия с фиксированными эффектами <i>FE</i>	Регрессия со случайными эффектами <i>RE</i>
<i>Sety_share_dol</i>	0,0149 (0,0354)	-0,1028** (0,0415)	-0,0720** (0,0311)
<i>lnReg_Sales</i>	0,0159*** (0,0041)	0,0033 (0,0084)	0,0133*** (0,0040)
<i>CR4</i>	0,0021 (0,0081)	0,0003 (0,0016)	-0,0001 (0,0014)
<i>I_13 · I_tr</i>	-0,0031 (0,0041)	-0,0030 (0,0040)	-0,0030 (0,0040)
<i>I_14 · I_tr</i>	-0,0090* (0,0052)	-0,0090* (0,0052)	-0,0090* (0,0052)
<i>I_15 · I_tr</i>	-0,0029 (0,0061)	-0,0025 (0,0061)	-0,0026 (0,0061)
<i>I_16 · I_tr</i>	-0,0011 (0,0058)	-0,0008 (0,0058)	-0,0009 (0,0058)
<i>I_17 · I_tr</i>	-0,0124** (0,0059)	-0,0134** (0,0058)	-0,0131** (0,0058)
<i>I_18 · I_tr</i>	-0,0068 (0,0072)	-0,0080 (0,0070)	-0,0076 (0,0070)
<i>I_19 · I_tr</i>	-0,0086 (0,0074)	-0,0101 (0,0072)	-0,0096 (0,0072)
Наблюдения <i>Observations</i>	2640	2640	2640
Контрольные переменные <i>Control</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>

Примечание: \*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ .

заключить, что введение поправок привело к краткосрочному снижению коммерческих расходов продовольственных поставщиков

по сравнению с непродовольственными, то есть гипотеза 1 подтверждается на краткосрочном горизонте. При этом результаты

тестов Бреуша – Пагана, Хаусмана и теста на сравнение короткой и длинной регрессии указывают на то, что лучшая спецификация – модель со случайными эффектами, то есть наиболее состоятельные результаты получаются при учете в модели особенностей компании каждого поставщика.

Результаты оценки модели, посвященной сравнению коммерческих расходов поставщиков продовольственных товаров в зависимости от их размера (проверка гипотезы 2), представлены в таблице 4. Они свидетельствуют о том, что у более крупных поставщиков после введения поправок коммерческие расходы оказались ниже, чем у более малых, то есть соответствующая гипотеза опровергается. Такой эффект может быть показателем того, что, вопреки ожиданиям,

крупным поставщикам удалось проще пройти адаптацию и внедрение новых мер в свои процессы взаимодействия и поставок. При этом можно отметить, что результаты значимы только в регрессии пула, то есть при рассмотрении всех данных единым массивом, без учета индивидуальных характеристик компаний.

Таким образом, при помощи построенных моделей на основе эмпирического анализа собранных данных можно сделать выводы о том, что введение поправок 2016 г. привело к сокращению коммерческих издержек продовольственных поставщиков, но только в краткосрочном периоде. При этом меньшее воздействие было оказано на крупных поставщиков продовольственной продукции, чем на малых.

**Таблица 4.** Результаты оценки сравнения коммерческих расходов крупных и малых поставщиков (в скобках даны значения стандартных ошибок)

Table 4. Results of estimating comparison of commercial expenses of large and small suppliers (standard errors in brackets)

Независимые переменные <i>Independent variables</i>	Зависимая переменная <i>Comm_Exp</i> <i>Dependent variable Comm_Exp</i>		
	Регрессия пула <i>Pooled</i>	Регрессия с фиксированными эффектами <i>FE</i>	Регрессия со случайными эффектами <i>RE</i>
<i>Sety_share_dol</i>	0,0393 (0,0417)	–0,1192** (0,0487)	–0,0710** (0,0346)
<i>lnReg_Sales</i>	0,0098** (0,0044)	0,0075 (0,0095)	0,0106** (0,0044)
<i>CR4</i>	0,0047 (0,0091)	0,0002 (0,0015)	0,0005 (0,0016)
<i>ln(Sales) · I_post</i>	–0,0063** (0,0025)	–0,0017 (0,0020)	–0,0021 (0,0021)
Наблюдения <i>Observations</i>	1944	1944	1944
Контрольные переменные <i>Control</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>	Год, вид продукции <i>Year, product</i>

Примечание: \*\*  $p < 0,05$ .

## Интерпретация полученных результатов

Данные результаты дополняют выводы, полученные в других статьях. Так, в [1] авторы обнаруживают, что по итогу введения Закона о торговле коммерческие расходы продовольственных предприятий в целом растут со временем, однако по сравнению с непродовольственными поставщиками их траектория значительно не меняется, а также что именно крупные поставщики начинают нести относительно больше коммерческих расходов в доле выручки. Наши расчеты демонстрируют следующее: устойчивого дополнительного эффекта от Закона № 273-ФЗ не возникает, но наблюдается краткосрочное снижение коммерческих расходов продовольственных поставщиков в 2017 г. по сравнению с непродовольственными; у крупных поставщиков после поправок коммерческие расходы в доле выручки оказываются ниже, чем у малых. Таким образом, если Закон о торговле в целом изменил структуру издержек в пользу меньших расходов для малых продовольственных поставщиков относительно крупных, то поправки 2016 г. дали лишь краткосрочное общее послабление и одновременно усилили разрыв между крупными и малыми поставщиками внутри продовольственного сегмента.

Краткосрочный характер эффекта по снижению коммерческих расходов поставщиков продовольствия (по сравнению с поставщиками непродовольственных товаров) при отсутствии значимого долгосрочного эффекта поддерживает тезис о том, что ограничения Закона о торговле и поправок к нему в конечном итоге довольно быстро стали обходиться сетями за счет различных контрактных альтернатив, в частности за счет перевода выплат в формат *оп-invoice* [7]. При этом, согласно тому же исследованию, значимых улучшений положения поставщиков в результате действия закона не произошло. Особо отмечено также наличие дисбаланса между положением торговых сетей и малого, и среднего бизнеса

[7]: согласно проведенному нами исследованию, малый и средний бизнес адаптировался к поправкам 2016 г. с большим трудом, чем крупный бизнес. При этом доля традиционной розницы и дистрибьюторских каналов у МСП действительно снизилась на фоне роста роли электронной коммерции [8], что может объясняться тем, что для них поправки к закону не обеспечили существенного облегчения взаимодействия с торговыми сетями.

Указанные процессы происходят на фоне увеличения доли торговых сетей в розничной торговле<sup>11</sup>, а внутри сегмента сетей – на фоне роста доли федеральных сетей и сокращения доли региональных [8].

Всё это подтверждает обоснованность вопроса о том, целесообразно ли на данном этапе сохранять ограничения на практики сетей, введенные поправками 2016 г., с учетом, во-первых, отсутствия делящегося эффекта от них с точки зрения достижения заявленных целей Закона о торговле, а во-вторых, искажающего влияния в условиях конкурентного давления онлайн-торговли продовольствием.

## Заключение

Неоднозначность эффектов мер, заложенных в Законе № 381-ФЗ 2009 года, регулирующем ведение розничной торговли, привела к ряду поправок в этот закон. Одними из крупнейших стали поправки 2016 г. Закона № 273-ФЗ, повлекшие за собой необходимость поставщикам продовольственной продукции и розничным торговым сетям прибегать к изменениям в системах взаимодействия.

Целью данной работы ставилась оценка изменения рыночного и финансового положения поставщиков розничной торговли по

<sup>11</sup> По данным Росстата, удельный вес оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями розничных торговых сетей в общем обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями (процент) в России вырос с 33,4% в 2017 г. до 47,5% в 2023 г.

сле принятия поправок 2016 г. Изучаемые данные показали, что введенные поправки привели к краткосрочному сокращению коммерческих расходов поставщиков продовольственных по сравнению с поставщиками непродовольственных товаров, что является показателем скорее адаптации к новым правилам взаимодействия. При этом можно отметить, что чем более крупным по объему продаж является поставщик продовольственных товаров, тем сильнее наблюдается сокращение его коммерческих расходов, при этом описываемый эффект сохраняется на протяжении достаточно долгого периода времени. Объяснением такого результата может служить факт того, что, видимо, более крупным поставщикам удалось быстрее и легче преодолеть процесс внедрения новых мер в свои процессы.

Полученные результаты заставляют усомниться в том, что поправки 2016 г. с действующими по сей день мерами обеспечивают достижение заявленной цели выравнивания переговорной силы участников цепочки поставок и одновременно способствуют развитию конкуренции в условиях стремительной цифровизации. С одной стороны, нормы Законов № 381-ФЗ и 273-ФЗ по-прежнему задают рамки взаимодействия офлайн-сетей и поставщиков, но, с другой стороны, рост маркетплейсов демонстрирует, что асимметрия регулирования постепенно подрывает их

эффективность, смещая конкурентное давление в пользу пока что менее зарегулированных платформ. Это означает, что дальнейшее совершенствование законодательства, вероятнее всего, должно опираться не столько на усиление отраслевых ограничений, сколько на выравнивание требований к разным типам продавцов с одновременным пересмотром наиболее жестких норм, ограничивающих гибкость контрактов розничных сетей, маркетплейсов и поставщиков.

Стоит отметить, что данное исследование имеет ряд ограничений. Наиболее существенным из них является тот факт, что использованные аналитические модели не дают возможности всецело отделить воздействие эффекта принятия поправок от прочих эффектов, оказывающих влияние как на поставщиков, так и на торговые сети в рассматриваемый период. Также работа ограничена рассмотрением лишь четырех отраслей, при этом рассматриваемые отрасли могут иметь связанные шоки (в частности производство мяса и молока), что вносит ограничения в масштабируемость результатов исследования. Выявленные особенности ведения компаниями бухгалтерского учета могут свидетельствовать о том, что часть компаний перераспределила свои издержки после принятия поправок внутри других подстатей тех же коммерческих издержек, что также могло повлиять на полученные результаты.

### Список литературы

1. *Авдашева С.Б., Хомик О.С., Храмова М.Н.* Влияние бизнес-практик российских розничных сетей на положение поставщиков до и после введения законодательной регламентации: оценка на основе микроданных // *Российский журнал менеджмента*. 2015. Т. 13. № 3. С. 3–38. EDN: UXMUSB.
2. *Агамирова М.Е.* Влияние институциональных изменений на вертикальные взаимодействия в сфере торговли // *Журнал институциональных исследований*. 2017. Т. 9. № 4. С. 118–131. DOI: 10.17835/2076-6297.2017.9.4.118-131.
3. *Белоновский И.* Экономические аспекты выбора поставщиков для сетевой торговли // *Труды Института системного анализа Российской академии наук*. 2010. Т. 60. С. 97–104. EDN: VOCKMF.
4. *Богданов Д.Д., Смирнова О.О.* Антимонопольное регулирование розничной торговли продовольственными товарами // *Современная конкуренция*. 2010. № 4. С. 26–34. EDN: MUUMKL.

5. Даугавет Д. Рыночная власть торговых сетей: что изменил закон о торговле // Экономическая политика. 2011. № 4. С. 80–95. EDN: NYCTQF.
6. Еременко В. И. Новый российский закон о торговле и антимонопольное законодательство // Биржа интеллектуальной собственности. 2011. Т. 10. № 5. С. 1–7. EDN: NUORKP.
7. Мелешкина А. И., Моросанова А. А. Регулирование договорных отношений в условиях омниканальности розничной торговли продовольственными товарами // Современная конкуренция. 2025. Т. 19. № 3. С. 123–142. DOI: 10.37791/2687-0657-2025-19-3-123-142.
8. Моросанова А. А., Мелешкина А. И. Влияние Закона о торговле на соотношение интересов поставщиков и торговых сетей // Вопросы государственного и муниципального управления. 2025. № 2. С. 89–114. DOI: 10.17323/1999-5431-2025-0-2-89-114.
9. Новиков В. Qui Prodest? (непредвиденные последствия реализации проекта закона о торговле) // Экономическая политика. 2009. № 4. С. 190–199. EDN: KYAORJ.
10. Потапова Е. В., Пьянова Н. В., Потапова В. С. Управление малым и средним бизнесом в сфере торговли: вызовы и перспективы // Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 3. С. 142–146. EDN: KWXYMX.
11. Радаев В. В. Кто выиграл от принятия Закона о торговле? // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 2. С. 33–59. EDN: PAEQWR.
12. Радаев В. В. К оценке регулирующего воздействия Закона о торговле: накапливаются ли эффекты // Экономическая политика. 2018. Т. 13. № 3. С. 28–61. DOI: 10.18288/1994-5124-2018-3-02.
13. Сигарев А. В., Косов М. Е. Конкурентоспособность торговых сетей на российском рынке розничной торговли продовольствием в условиях экономического спада // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 48 (330). С. 50–62. EDN: XERVLX.
14. Терентьева А. В. Проблемы применения положений о вознаграждении по договору поставки продовольственных товаров // Аллея науки. 2017. Т. 2. № 8. С. 596–600. EDN: YPLITR.
15. Хаванский С. Закон о торговле: кто в выигрыше? // Молочная промышленность. 2010. № 6. С. 49. EDN: MTPVFR.
16. Хомик О. С., Юсупова Г. Ф. Ретро-бонус как инструмент стратегического взаимодействия на розничном рынке: модель и свидетельства для России // Экономическая политика. 2023. Т. 18. № 5. С. 100–121. DOI: 10.18288/1994-5124-2023-5-100-121.
17. Чудакова Е. А., Колмакова Т. Е. О взаимовыгодных условиях работы ритейлеров и поставщиков на рынке розничной торговли // Товарный менеджмент: экономический, логистический и маркетинговый аспекты. 2016. С. 591–597. EDN: VYJQYP.
18. Шаститко А. Е., Павлова Н. С. Переговорная сила и рыночная власть: варианты соотношения и выводы для политики // Журнал Новой экономической ассоциации. 2017. Т. 2. № 34. С. 39–58. DOI: 10.31737/2221-2264-2017-34-2-2.
19. Швецов Д. В. Новый закон о торговле: status quo и прогнозируемые последствия // Российское предпринимательство. 2010. № 9. С. 129–133. EDN: NAXWDX.
20. Lafontaine, F., & Slade, M. (2008). Exclusive Contracts and Vertical Restraints: Empirical Evidence and Public Policy (pp. 391–414). In: *Handbook of Antitrust Economics*, ch. 10.

### Сведения об авторах

Азарова Дарья Максимовна, ORCID 0009-0009-7752-5300, магистрант, инженер, кафедра математических методов анализа экономики, МГУ имени М. В. Ломоносова; младший научный сотрудник, Центр исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, Москва, Россия, dar.azarova@gmail.com

Павлова Наталья Сергеевна, ORCID 0000-0002-9416-4086, SPIN 8877-2484, канд. экон. наук, старший научный сотрудник, кафедра конкурентной и промышленной политики, МГУ имени М. В. Ломоносова; старший научный сотрудник, Центр исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, Москва, Россия, pavl.ns@yandex.ru

### Поддержка исследований

Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила 30.12.2025, рассмотрена 25.01.2026, принята 18.02.2026

### References

1. Avdasheva, S. B., Homik, O. S., & Hramova, M. N. (2015). The Impact of Business Practices of Russian Retail Chains on Suppliers' Position before and after the Introduction of Legislative Regulation: Assessment Based on Microdata. *Russian Management Journal*, 13(3), 3–38. <https://elibrary.ru/uxmusb>
2. Agamirova, M. E. (2017). The Impact of Institutional Changes on the Vertical Interactions in Trade. *Journal of Institutional Studies*, 9(4), 118–131. <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2017.9.4.118-131>
3. Belonovsky, I. (2010). *Ekonomicheskie aspekty vybora postavshchikov dlya setевой торговли* [Economic Aspects of Supplier Selection for Chain Trade]. *Proceedings of the Institute for Systems Analysis Russian Academy of Sciences (ISA RAS)*, 60, 97–104. <https://elibrary.ru/vockmf>
4. Bogdanov, D. D., & Smirnova, O. O. (2010). *Antimonopol'noe regulirovanie roznichnoj торговли prodovol'stvennymi tovarami* [Antimonopoly Regulation of Food Product Retail]. *Journal of Modern Competition*, 4, 26–34. <https://elibrary.ru/muymkl>
5. Daugavet, D. (2011). *Rynoch'naya vlast' trgovyh setej: chto izmenil zakon o торговле* [Market Power of Retail Chains: What The Trade Law Has Changed]. *Economic Policy*, 4, 80–95. <https://elibrary.ru/nyctqf>
6. Erenenko, V. I. (2011). On the New Russian Law on Trade and Antimonopoly Law. *Birzha intellektual'noi sobstvennosti*, 10(5), 1–7. <https://elibrary.ru/nuorkp>
7. Meleshkina, A., & Morosanova, A. (2025). Regulation of Contractual Relations in the Context of Omnichannel Food Retail. *Journal of Modern Competition*, 19(3), 123–142. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2025-19-3-123-142>
8. Morosanova, A. A., & Meleshkina, A. I. (2025). The Impact of the Trade Law on the Balance of the Interests between Suppliers and Retail Chains. *Public Administration Issues*, 2, 89–114. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2025-0-2-89-114>
9. Novikov, V. (2009). *Qui Prodest? (nepredvidennye posledstviya realizacii proekta zakona o торговле)* [Qui Prodest? (Unforeseen Consequences of Implementing the Draft Trade Law)]. *Economic Policy*, 4, 190–199. <https://elibrary.ru/kyaoj>
10. Potapova, E. V., Pyanova, N. V., & Potapova, V. S. (2017). Management of Small and Average Businesses in Trade: Challenges and Prospects. *Orelgiet Bulletin*, 3, 142–146. <https://elibrary.ru/kwxymx>
11. Radaev, V. V. (2012). Who Benefited from the Adoption of the Trade Law? *Public Administration Issues*, 2, 33–59. <https://elibrary.ru/paeqwr>
12. Radaev, V. V. (2018). One More Regulatory Impact Assessment of the Trade Law: Are There Cumulative Effects over Time? *Economic Policy*, 13(3), 28–61. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2018-3-02>
13. Sigarev, A. V., & Kosov, M. E. (2016). Competitiveness of Retail Networks in the Russian Market of Food Retail During the Economic Downturn. *Financial Analytics: Science and Experience*, 48, 50–62. <https://elibrary.ru/xervlx>

14. Terenteva, A. V. (2017). *Problemy primeneniya polozhenij o voznagrazhdenii po dogovoru postavki prodovol'stvennyh tovarov* [Problems of Applying Provisions on Remuneration under Food Supply Contracts]. *Alleya nauki*, 2(8), 596–600. <https://elibrary.ru/yplitr>
15. Havansky, S. (2010). Trade Law: Who Has Wins? *Dairy Industry*, 6, 49. <https://elibrary.ru/mtvpfr>
16. Homik, O. S., & Jusupova, G. F. (2023). Retro Payment as a Technique in Retail Market Strategy: A Model and Data from Russia. *Economic Policy*, 18(5), 100–121. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2023-5-100-121>
17. Chudakova, E. A., & Kolmakova, T. E. (2016). *O vzaimovыgodnyh usloviyah raboty riteilerov i postavshchikov na rynke roznichnoy trgovli* [On Mutually Beneficial Conditions of Retailers and Suppliers Cooperation in Retail Trade Market] (pp. 591–597). In: *Tovarnyi menedzhment: ekonomicheskii, logisticheskii i marketingovyi aspekty*. <https://elibrary.ru/vyjqyp>
18. Shastitko, A. E., & Pavlova, N. S. (2017). Bargaining Power and Market Power: Comparison and Policy Implications. *Journal of the New Economic Association*, 2(34), 39–58. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2017-34-2-2>
19. Shvecov, D. V. (2010). Regulation of the Russian Retail: Conditions and Expected Consequences. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 9, 129–133. <https://elibrary.ru/naxwdx>
20. Lafontaine, F., & Slade, M. (2008). Exclusive Contracts and Vertical Restraints: Empirical Evidence and Public Policy (pp. 391–414). In: *Handbook of Antitrust Economics*, ch. 10.

### About the authors

*Daria M. Azarova*, ORCID 0009-0009-7752-5300, Master's Student, Engineer, Mathematical Methods of Economics Analysis Department, Lomonosov Moscow State University; Junior Researcher, Center for Competition and Economic Regulation Studies of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia, [dar.azarova@gmail.com](mailto:dar.azarova@gmail.com)

*Natalia S. Pavlova*, ORCID 0000-0002-9416-4086, SPIN 8877-2484, Cand. Sci. (Econ.), Senior Researcher, Competition and Industrial Policy Department, Lomonosov Moscow State University; Senior Researcher, Center for Competition and Economic Regulation Studies of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia, [pavl.ns@yandex.ru](mailto:pavl.ns@yandex.ru)

### Research Support

The article has been prepared as part of the RANEPA state research assignment program.

### Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Received 30.12.2025, reviewed 25.01.2026, accepted 18.02.2026