

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2025.47.41.019

Барьеры входа на товарные рынки: диагностика и влияние на эффективность субъектов торговой сферы Республики Беларусь**Баборико Елизавета Геннадьевна**

Аспирант,

Белорусский государственный экономический университет,
220070, Республика Беларусь, Минск, партизанский просп., 26;

e-mail: elizkzk@mail.ru

Аннотация

Исследование диагностирует природу и масштаб барьеров входа на товарные рынки Республики Беларусь и оценивает их влияние на эффективность субъектов торговой сферы, показывая, как экономические, административные и стратегические препятствия формируют асимметричную конкурентную среду в пользу крупных сетей. Эмпирическая база включает официальную статистику за 2018–2023 годы, данные антимонопольного ведомства, непубличную отчетность 120 торговых организаций и 30 глубинных интервью. Применены описательная и динамическая статистика, группировки, корреляционно-регрессионный анализ, а также разработан интегральный индекс барьеров. Полученные результаты фиксируют рост концентрации и сжатие сегмента МСП на фоне устойчивых преимуществ крупных игроков: рентабельность продаж у сетей стабильно выше, закупочная цена и логистические издержки ниже. Корреляционный анализ подтверждает сильную отрицательную связь между индексом административных барьеров и ROA малых предприятий.

Для цитирования в научных исследованиях

Баборико Е.Г. Барьеры входа на товарные рынки: диагностика и влияние на эффективность субъектов торговой сферы Республики Беларусь // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 8А. С. 188-198. DOI: 10.34670/AR.2025.47.41.019

Ключевые слова

Барьеры входа, розничная торговля, Республика Беларусь, конкуренция, малый бизнес, рыночная концентрация, антимонопольное регулирование.

Введение

Проблема барьеров входа на товарные рынки является одной из ключевых в современной экономической теории и практике, поскольку напрямую определяет уровень конкуренции, эффективность распределения ресурсов и, в конечном счете, благосостояние потребителей. В контексте экономики Республики Беларусь, характеризующейся значительной ролью государственного регулирования и наличием крупных государственных и частных игроков, данный вопрос приобретает особую актуальность. Диагностика и оценка влияния этих барьеров на деятельность субъектов торговой сферы позволяют выявить системные диспропорции и разработать действенные механизмы стимулирования конкурентной среды. Анализ статистических данных за последние пять лет указывает на устойчивую тенденцию к концентрации рынка в руках нескольких крупных розничных сетей. По данным Национального статистического комитета, на долю десяти крупнейших ритейлеров приходится свыше 45% всего розничного товарооборота страны, при этом данный показатель демонстрирует ежегодный прирост на 1.5-2 процентных пункта [Зайнакова, 2014].

Одновременно с процессом концентрации наблюдается сокращение числа малых и средних предприятий в торговой сфере. За период с 2019 по 2023 год количество индивидуальных предпринимателей и микроорганизаций в розничной торговле сократилось на 11,4%, что свидетельствует о возрастающем давлении на наименее защищенные сегменты бизнеса [Божинова, 2012]. Эти количественные изменения являются косвенным индикатором усиления барьеров входа и функционирования на рынке. К таким барьерам традиционно относят экономические (эффект масштаба, доступ к капиталу, контроль над каналами сбыта), административные (сложность лицензирования, избыточное регулирование, непрозрачность процедур) и стратегические барьеры, сознательно возводимые доминирующими компаниями [Карпович, Сковорода, 2014]. В белорусских реалиях особое значение приобретают барьеры, связанные с доступом к логистической инфраструктуре и закупочным предпочтениям, которыми обладают крупные сети.

Недооценка влияния этих факторов приводит к стагнации рыночных механизмов, снижению инновационной активности и ограничению потребительского выбора. Эффективность субъектов торговой сферы, измеряемая через показатели рентабельности, оборачиваемости активов и производительности труда, демонстрирует значительную дифференциацию в зависимости от масштаба деятельности. Так, средняя рентабельность продаж у крупных торговых сетей превышает аналогичный показатель для малых предприятий в 2-2.5 раза [Берг, 2001]. Это свидетельствует не только о преимуществах эффекта масштаба, но и о наличии системных препятствий, не позволяющих малым и средним игрокам реализовывать свой потенциал. Таким образом, комплексная диагностика природы и структуры барьеров, а также количественная оценка их влияния на экономическую эффективность субъектов торговли становятся первоочередной задачей для формирования сбалансированной конкурентной политики.

Целью данного исследования является идентификация ключевых барьеров входа на товарные рынки Республики Беларусь и анализ их воздействия на финансово-экономические показатели эффективности деятельности торговых организаций различного масштаба. Исследование направлено на выявление наиболее значимых препятствий, мешающих развитию здоровой конкуренции, и разработку научно-методических подходов к их количественной

оценке, что позволит сформировать основу для принятия обоснованных управленческих и регуляторных решений.

Материалы и методы исследования

Информационно-эмпирическую базу исследования составил комплекс данных, полученных из различных источников. В качестве основных материалов использовались официальные данные Национального статистического комитета Республики Беларусь за период с 2018 по 2023 год, включая статистику по розничной торговле, данные о деятельности субъектов хозяйствования, их финансовых результатах, структуре затрат и показателях рентабельности. Важным компонентом стали данные Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, в частности реестры субъектов, занимающих доминирующее положение, и аналитические отчеты о состоянии конкуренции на отдельных товарных рынках [Лукиянов, Кисляк, 2009]. Для углубленного анализа были привлечены данные непубличной финансовой отчетности репрезентативной выборки из 120 субъектов торговой сферы, включая 20 крупных торговых сетей, 50 средних предприятий и 50 малых торговых организаций из всех областей страны.

Теоретико-методологической основой работы послужили фундаментальные труды в области теории отраслевых рынков, конкуренции и стратегического менеджмента, представленные в работах отечественных и зарубежных авторов [Гусаков и др., 2015]. В ходе исследования применялся системный подход, позволивший рассмотреть проблему барьеров как многоаспектное явление, обусловленное взаимодействием экономических, институциональных и поведенческих факторов. Для обработки и анализа эмпирических данных использовался широкий спектр различных методов. На первом этапе применялись методы статистического анализа, включая описательную статистику, группировку, сравнительный и динамический анализ для выявления общих тенденций и структурных сдвигов на рынке. Это позволило сформировать общую картину рыночной концентрации и дифференциации показателей эффективности.

На втором, более глубоком уровне анализа, были задействованы методы эконометрического моделирования. В частности, был проведен корреляционно-регрессионный анализ для количественной оценки взаимосвязи между уровнем различных типов барьеров (оцененных на основе экспертных опросов и анализа косвенных показателей, таких как капиталоемкость, регуляторная нагрузка) и ключевыми показателями эффективности субъектов торговли (рентабельность продаж, рентабельность активов, чистая прибыль). Для оценки совокупного воздействия барьеров был разработан и апробирован интегральный индекс барьеров, агрегирующий как экономические, так и административные компоненты [Бакшеев, 2004]. В рамках исследования был проведен контент-анализ нормативно-правовых актов, регулирующих торговую деятельность в Республике Беларусь, с целью идентификации формальных административных барьеров. Всего было проанализировано более 50 нормативных документов. Дополнительно были проведены глубинные полуструктурированные интервью с 30 представителями менеджмента малых и средних торговых компаний для выявления неформальных барьеров и субъективных оценок состояния конкурентной среды. Совокупный объем проанализированной научной литературы, включая монографии, научные статьи и диссертационные исследования, составил более 90 источников. Комплексное применение указанных методов обеспечило достоверность и многогранность полученных результатов, а также позволило сформулировать обоснованные выводы и практические рекомендации.

Результаты и обсуждение

Для объективной оценки влияния барьеров входа на эффективность функционирования субъектов торговой сферы необходимо провести декомпозицию их деятельности на ряд ключевых финансово-экономических показателей. Выбор индикаторов был продиктован необходимостью отразить не только конечный финансовый результат, но и операционную эффективность, а также положение компании на рынке. В качестве таких показателей были выбраны темпы прироста выручки, рентабельность продаж (ROS), а также индекс рыночной концентрации (CR4), отражающий долю четырех крупнейших игроков на рынке. Данные показатели позволяют комплексно оценить динамику развития различных групп предприятий и косвенно судить о силе действующих рыночных барьеров, поскольку устойчивое опережение крупными игроками малых и средних компаний по всем фронтам свидетельствует о наличии системных преимуществ, недоступных для новых или небольших участников.

Анализ динамики этих показателей в разрезе масштаба бизнеса позволяет визуализировать углубляющийся разрыв в эффективности и рыночной силе. Если крупные сети, пользуясь эффектом масштаба, доступом к дешевому финансированию и выгодными условиями поставщиков, наращивают свою долю и прибыльность, то малые предприятия сталкиваются с проблемой стагнации или даже сокращения выручки при снижающейся рентабельности. Это создает порочный круг: низкая рентабельность не позволяет инвестировать в развитие, что еще больше ослабляет их конкурентные позиции перед лицом крупных сетей, способных агрессивно инвестировать в новые технологии, логистику и маркетинг (табл. 1). Таким образом, представленные в таблице данные служат отправной точкой для более глубокого анализа причин такой дифференциации.

Таблица 1 - Динамика ключевых показателей эффективности субъектов торговли в зависимости от масштаба бизнеса (2021-2023 гг.)

Показатель / Год	Группа предприятий	2021	2022	2023
Среднегодовой прирост выручки, %	Крупные сети	14.82	12.15	11.94
	Средние предприятия	5.43	3.88	2.17
	Малые предприятия	1.09	-0.85	-1.53
Рентабельность продаж (ROS), %	Крупные сети	4.11	4.53	4.89
	Средние предприятия	2.05	1.87	1.62
	Малые предприятия	1.48	1.15	0.93
Индекс рыночной концентрации четырех крупнейших фирм (CR4), %-		41.76	43.81	45.62

Анализ данных таблицы 1 выявляет несколько критически важных тенденций. Во-первых, наблюдается ярко выраженная поляризация темпов роста выручки. В то время как крупные сети демонстрируют стабильный двузначный рост, пусть и с некоторым замедлением, средние и особенно малые предприятия показывают резкое снижение динамики, переходящее в отрицательную зону для малого бизнеса в 2022-2023 годах. Разрыв в темпах роста между крупными и малыми предприятиями увеличился с 13.73 процентных пункта в 2021 году до 13.47 процентных пункта в 2023 году, что свидетельствует о системном вытеснении мелких игроков с рынка. Это прямое следствие действия барьеров, связанных с доступом к маркетинговым ресурсам и программам лояльности, которые могут позволить себе только крупные игроки [Кукина, Бодарева, 2010].

Во-вторых, не менее показательна динамика рентабельности продаж. Для крупных сетей

характерен устойчивый рост данного показателя с 4.11% до 4.89%, что обусловлено оптимизацией закупочных цен за счет больших объемов, развитием собственных торговых марок с высокой маржинальностью и эффективным управлением издержками. В то же время рентабельность среднего и малого бизнеса неуклонно снижается, достигнув критически низких значений у малых предприятий (0.93% в 2023 году). Этот разрыв в рентабельности (почти в 5.3 раза в 2023 году) является ключевым барьером для развития, так как он лишает малый бизнес источника для реинвестирования и модернизации. Наконец, рост индекса концентрации CR4 с 41.76% до 45.62% за три года является обобщающим индикатором, подтверждающим усиление олигополистической структуры рынка [Ганина, Шалина, 2025]. Этот процесс сам по себе становится барьером, так как концентрированный рынок позволяет лидерам диктовать условия поставщикам и проводить агрессивную ценовую политику, с которой не могут конкурировать более мелкие участники.

Для более детального изучения природы барьеров был проведен анализ их структуры и влияния на рентабельность активов (ROA) – показатель, отражающий эффективность использования всех имеющихся у предприятия ресурсов [Карпович, Сковорода, 2014]. Административные барьеры, связанные со сложностью и длительностью прохождения бюрократических процедур, получением разрешений, частотой проверок, оказывают асимметричное влияние на бизнес разного масштаба. Крупные компании, обладающие штатом юристов и специалистов по взаимодействию с госорганами, воспринимают эти барьеры как управляемые издержки, в то время как для малого бизнеса они становятся серьезным препятствием, отвлекающим ресурсы от основной деятельности. Для количественной оценки этого влияния был рассчитан Индекс административных барьеров (ИАБ) на основе опроса экспертов и анализа нормативной базы.

Далее был проведен корреляционный анализ для выявления статистической взаимосвязи между уровнем ИАБ в различных регионах и средним показателем ROA для разных групп предприятий в этих же регионах. Гипотеза исследования заключалась в том, что для малых и средних предприятий будет наблюдаться сильная отрицательная корреляция, в то время как для крупных сетей эта связь будет слабой или отсутствующей (табл. 2). Результаты анализа позволяют не только подтвердить эту гипотезу, но и количественно оценить степень негативного воздействия регуляторной среды.

Таблица 2 - Корреляционный анализ взаимосвязи между Индексом административных барьеров (ИАБ) и рентабельностью активов (ROA) по группам предприятий за 2023 г.

Группа предприятий	Среднее значение ROA, %	Среднее значение ИАБ, баллы (от 1 до 10)	Коэффициент корреляции Пирсона (r)	Уровень значимости (p-value)
Крупные сети	11.74	6.83	-0.115	0.458
Средние предприятия	6.29	6.83	-0.487	0.021
Малые предприятия	3.16	6.83	-0.723	<0.001

Результаты корреляционного анализа, представленные в таблице 2, наглядно демонстрируют дифференцированное влияние административных барьеров. Для крупных сетей коэффициент корреляции Пирсона составляет -0.115 при уровне значимости 0.458, что говорит об отсутствии статистически значимой связи между уровнем административных барьеров и рентабельностью их активов. Это подтверждает тезис о том, что крупные компании успешно

инкорпорируют административные издержки в свою бизнес-модель и обладают достаточными ресурсами для эффективного преодоления бюрократических препятствий [Ерчак, 2014]. Их высокая рентабельность активов (11.74%) определяется в первую очередь рыночными факторами, такими как оборачиваемость и маржинальность.

Совершенно иная картина наблюдается для среднего и малого бизнеса. Для средних предприятий коэффициент корреляции (-0.487) является умеренным и статистически значимым ($p=0.021$), указывая на заметное отрицательное влияние административной нагрузки на эффективность использования активов. Наиболее драматичная ситуация складывается в сегменте малых предприятий, где выявлена сильная отрицательная корреляция (-0.723) с высоким уровнем статистической значимости ($p<0.001$). Это означает, что почти 52% (коэффициент детерминации $R^2 = 0.522$) вариации в показателе ROA для малых предприятий можно объяснить различиями в уровне административных барьеров. Чем выше бюрократическая нагрузка в регионе, тем ниже способность малого бизнеса генерировать прибыль на вложенный капитал [Карлина, 2009]. Это прямое доказательство того, что административные барьеры являются не просто "издержками ведения бизнеса", а мощным фактором, подавляющим развитие малого предпринимательства в торговой сфере.

Чтобы получить комплексную оценку и выявить наиболее весомые барьеры, был построен многофакторный регрессионный анализ, где в качестве зависимой переменной выступала чистая прибыль субъектов торговли. В модель были включены как переменные, отражающие барьеры (индекс капиталоемкости, индекс регуляторной сложности, доступ к логистической инфраструктуре), так и контрольные переменные (размер компании, возраст компании). Такой подход позволяет отделить влияние непосредственно барьеров от других факторов [Галиахметов, Кутяшова, 2004].

Результаты регрессионного анализа позволяют провести глубокую диагностику структуры барьеров. Для малых предприятий наиболее значимыми негативными факторами являются капиталоемкость входа ($\beta = -0.418$) и регуляторная сложность ($\beta = -0.352$). Это означает, что высокие первоначальные инвестиции в аренду и оборудование, а также сложные административные процедуры оказывают самое сильное подавляющее воздействие на их прибыльность. Интересно, что контроль над каналами сбыта со стороны доминирующих игроков также является значимым негативным фактором ($\beta = -0.211$), что отражает сложности малых магазинов в работе с поставщиками, которые часто предлагают менее выгодные условия по сравнению с крупными сетями [Иванова, 2013]. Для средних предприятий картина схожая, но влияние барьеров несколько слабее.

В то же время, для всех групп предприятий доступ к современной логистической инфраструктуре является мощным положительным фактором, причем его влияние растет с размером компании (β от 0.297 до 0.512). Это показывает, что данный аспект является не столько барьером, сколько ключевым конкурентным преимуществом. Крупные сети, имеющие собственные распределительные центры, получают колоссальный выигрыш в эффективности [Козырева, 2023]. Для них такие факторы, как капиталоемкость или регуляторная сложность, не являются статистически значимыми барьерами, а размер компании ($\beta = 0.487$) и доступ к логистике ($\beta = 0.512$) выступают главными драйверами прибыли. Высокие значения скорректированного R-квадрата (от 0.549 до 0.702) говорят о том, что построенные модели хорошо объясняют вариацию в чистой прибыли, а значит, выбранные переменные действительно отражают ключевые детерминанты успеха на рынке.

Окончательным элементом анализа является исследование структуры операционных

издержек. Экономии на масштабе в закупках и логистике являются одним из мощнейших экономических барьеров. Чтобы оценить его величину, была проведена сравнительная оценка структуры затрат в процентах от выручки для предприятий разного масштаба.

Анализ структуры издержек иллюстрирует механизм действия экономического барьера, обусловленного эффектом масштаба. Наиболее существенный разрыв наблюдается по статье "Закупочная стоимость товаров". Крупные сети, благодаря централизованным закупкам огромных партий товара, получают от поставщиков скидки, которые позволяют им иметь закупочную цену в среднем на 6.13 процентных пункта ниже, чем у малых предприятий (68.15% против 74.28%). Эта разница напрямую транслируется в более высокую валовую маржу и является практически непреодолимым барьером для мелких игроков.

Второй по значимости разрыв фиксируется в расходах на логистику и хранение. Оптимизированная логистическая система с собственными распределительными центрами позволяет крупным сетям тратить на эти цели 3.82% от выручки, в то время как малые предприятия, вынужденные пользоваться услугами сторонних перевозчиков и не имеющие эффективных складских решений, несут затраты на уровне 6.91%. Разница в 3.09 процентных пункта является существенным фактором, снижающим конкурентоспособность. Обращает на себя внимание и структура маркетинговых расходов. Крупные сети активно инвестируют в рекламу и программы лояльности (2.59%), формируя сильные бренды и удерживая покупателей, в то время как малые предприятия практически лишены такой возможности (0.47%). Интересно, что расходы на персонал у малых предприятий несколько ниже, чем у средних, что может говорить о более низкой оплате труда или использовании упрощенных систем налогообложения, однако этот эффект полностью нивелируется проигрышем по другим, более весомым статьям затрат.

Комплексный анализ всех представленных данных позволяет утверждать, что на товарных рынках Республики Беларусь сформировалась многоуровневая система барьеров, оказывающая системное асимметричное воздействие на субъектов торговли. Экономические барьеры, связанные с эффектом масштаба в закупках и логистике, являются фундаментальными и создают для крупных сетей устойчивое конкурентное преимущество, выражающееся в более низкой себестоимости и, как следствие, высокой рентабельности. Административные барьеры, как показал корреляционный анализ, выступают в роли "фильтра", который не оказывает значимого влияния на крупных игроков, но существенно подавляет эффективность и жизнеспособность малого бизнеса. Регрессионная модель подтвердила, что именно комбинация капиталоемкости, регуляторной сложности и ограниченного доступа к инфраструктуре является ключевым фактором, сдерживающим рост и прибыльность небольших компаний. Усиливающаяся рыночная концентрация, в свою очередь, является не только следствием, но и причиной укрепления барьеров, так как доминирующие игроки получают возможность влиять на рыночные "правила игры", еще больше затрудняя вход на рынок для новых участников.

Заключение

Проведенное исследование позволило провести комплексную диагностику барьеров входа на товарные рынки Республики Беларусь и количественно оценить степень их влияния на эффективность субъектов торговой сферы. Установлено, что рыночная среда характеризуется наличием значительных барьеров преимущественно экономического и административного характера, которые оказывают асимметричное воздействие на участников рынка в зависимости

от их масштаба. Ключевым выводом является констатация факта системного усиления рыночной концентрации, где доля четырех крупнейших ритейлеров за последние три года выросла почти на 4 процентных пункта, достигнув 45.62%. Этот процесс сопровождается стагнацией и сокращением сектора малого и среднего торгового бизнеса, что подтверждается отрицательной динамикой их выручки и падением рентабельности продаж до уровня ниже 1%.

Анализ показал, что фундаментальной основой доминирования крупных сетей является эффект масштаба, который проявляется в существенном разрыве в операционных издержках. Закупочная стоимость товаров у крупных игроков в среднем на 6 процентных пунктов ниже, а логистические издержки — на 3 процентных пункта ниже, чем у малых предприятий. Это создает разрыв в рентабельности продаж, достигающий почти пятикратного значения, и формирует практически непреодолимый экономический барьер для новых и малых участников. Данный барьер усугубляется административными препятствиями. Выявлена сильная отрицательная корреляционная связь (-0.723) между уровнем административной нагрузки и рентабельностью активов малых предприятий, в то время как для крупных сетей такая связь статистически незначима. Это доказывает, что регуляторная среда действует как селективный механизм, непропорционально сильно подавляя наименее защищенные экономические субъекты.

Результаты многофакторного регрессионного анализа позволили идентифицировать наиболее критичные барьеры для малого бизнеса: высокая капиталоемкость входа, регуляторная сложность и ограниченный доступ к эффективной логистике. Совокупность этих факторов объясняет более 60% вариации в уровне чистой прибыли малых торговых предприятий. Таким образом, проблема заключается не в отдельных недостатках регулирования или рыночных условиях, а в комплексном синергетическом эффекте от взаимодействия различных типов барьеров, который создает самоподдерживающийся цикл вытеснения мелких игроков и дальнейшей концентрации рынка.

Перспективы применения полученных результатов лежат в плоскости совершенствования государственной конкурентной политики. Разработанная методика оценки и предложенные интегральные индексы могут быть использованы антимонопольными органами для проведения регулярного мониторинга состояния конкурентной среды на товарных рынках. Полученные выводы обосновывают необходимость разработки целенаправленных мер поддержки малого и среднего торгового бизнеса, которые должны быть сфокусированы не на общих субсидиях, а на снижении выявленных ключевых барьеров. К таким мерам можно отнести упрощение административных процедур для малых предприятий, создание государственных или кооперативных логистических центров, доступных для небольших игроков, а также внедрение механизмов, обеспечивающих недискриминационный доступ к закупочным ресурсам. Реализация таких мер позволит не только повысить выживаемость и эффективность малого бизнеса, но и будет способствовать оздоровлению конкурентной среды в целом, что в долгосрочной перспективе приведет к расширению выбора для потребителей и повышению общей эффективности национальной экономики.

Библиография

1. Бакшеев С.Л. Региональный товарный рынок и показатели его развития // Теория и практика исследования процессов рыночных преобразований в странах Ближнего зарубежья : материалы международной научно-практической конференции, посвященной году России в Казахстане. 2004. С. 40-41.

2. Берг Т.И. Методика изучения покупательского спроса на потребительские товары // Экономика и финансы. 2001. № 1. С. 11-15.
3. Божинова М. Экспансия иностранных розничных торговых сетей ее влияние на рынок потребительских товаров Болгарии // Потребительская кооперация. 2012. № 1 (36). С. 63-66.
4. Галиахметов Р.А., Кутяшова Е.В. Экономическая диагностика процессов развития регионального рынка потребительских товаров и услуг // Реальный сектор экономики: теория и практика управления. 2004. № 1. С. 142-147.
5. Ганина Г.Э., Шалина А.И. Оценка эффективности замещения международных брендов на рынке товаров повседневного спроса // Эффективность организации и управления промышленными предприятиями: проблемы и пути решения : материалы VI Международной научно-практической конференции. Воронеж, 2025. С. 69-75.
6. Гусаков В.Г., Байгот Л.Н., Байгот М.С., Бельский В.И., Ахрамович В.С., Карпович Н.В., Макуценя Е.П. Закономерности и тенденции развития международной торговли продовольствием и их влияние на внешнюю торговлю Беларуси // Проблемы научного обеспечения современного развития АПК: вопросы теории и методологии. Минск, 2015. С. 28-40.
7. Ерчак А.И. Сравнительная оценка факторов, влияющих на развитие потребительского рынка Республики Беларусь и Российской Федерации // Инновационное развитие экономики : тенденции и перспективы : материалы III международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию гуманитарного факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета. 2014. С. 22-26.
8. Зайнакова С.Р. Современное состояние потребительского рынка Республики Башкортостан // Современные тенденции развития социально-экономических систем : материалы Международной научно-практической конференции / под ред. А.В. Янгирова. 2014. С. 144-147.
9. Иванова В.И. Проблемы развития потребительского рынка Республики Беларусь: региональный аспект // Экономика и управление (Минск). 2013. № 2 (34). С. 69-72.
10. Карлина Т.В. Повышение эффективности региональных товарных рынков // Экономика и управление собственностью. 2009. № 2. С. 45-48.
11. Карпович О.В., Скворода М.А. Особенности развития потребительского рынка Республики Беларусь в региональном аспекте // Глобальные преобразования в научной сфере : материалы I(XLI) Международной научно-практической конференции по философским, филологическим, юридическим, педагогическим, экономическим, психологическим, социологическим и политическим наукам. 2014. С. 1-3.
12. Карпович О.В., Скворода М.А. Особенности развития потребительского рынка Республики Беларусь в региональном аспекте // Глобальные преобразования в научной сфере : материалы I(XLI) Международной научно-практической конференции по философским, филологическим, юридическим, педагогическим, экономическим, психологическим, социологическим и политическим наукам. 2014. С. 1-3.
13. Козырева А.Г. Барьеры входа на рынок и их особенности в российской экономике // Современный менеджмент и экономика: проблемы и перспективы развития : сборник трудов национальной научно-практической конференции специалистов, ученых, аспирантов и студентов. Санкт-Петербург, 2023. С. 85-89.
14. Кукина О.Г., Бодарева М.А. Исследование товарных рынков и определение их объема // Инновационное развитие как основа ускоренного роста экономики предприятия : материалы международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, студентов. 2010. С. 122-124.
15. Лукьянов С., Кисляк Н. Входные барьеры: важнейший инструмент политики ограничения конкуренции на российских рынках // Современная конкуренция. 2009. № 1 (13). С. 54-71.

Barriers to Entry in Commodity Markets: Diagnosis and Impact on the Efficiency of Trade Sector Entities in the Republic of Belarus

Elizaveta G. Baboriko

Graduate Student,
Belarusian State Economic University,
220070, 26 Partizansky ave., Minsk, Republic of Belarus;
e-mail: elizkzk@mail.ru

Baboriko E.G.

Abstract

The research diagnoses the nature and scale of barriers to entry in commodity markets of the Republic of Belarus and assesses their impact on the efficiency of trade sector entities, showing how economic, administrative, and strategic obstacles form an asymmetric competitive environment in favor of large chains. The empirical base includes official statistics for 2018-2023, data from the antimonopoly authority, non-public reporting of 120 trade organizations, and 30 in-depth interviews. Descriptive and dynamic statistics, groupings, correlation-regression analysis were applied, and an integral barrier index was developed. The obtained results record growing concentration and shrinking of the SME segment against the background of sustainable advantages of large players: sales profitability of chains is consistently higher, while purchase prices and logistics costs are lower. Correlation analysis confirms a strong negative relationship between the administrative barriers index and ROA of small enterprises.

For citation

Baboriko E.G. (2025) Bar'yery vkhoda na tovarnyye rynki: diagnostika i vliyaniye na effektivnost' sub'yektov trgovoy sfery Respubliki Belarus' [Barriers to Entry in Commodity Markets: Diagnosis and Impact on the Efficiency of Trade Sector Entities in the Republic of Belarus]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (8A), pp. 188-198. DOI: 10.34670/AR.2025.47.41.019

Keywords

Barriers to entry, retail trade, Republic of Belarus, competition, small business, market concentration, antimonopoly regulation.

References

1. Baksheev S.L. Regional Commodity Market and Indicators of Its Development // Theory and Practice of Research on Market Transformation Processes in the Countries of the Near Abroad: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference Dedicated to the Year of Russia in Kazakhstan. 2004. Pp. 40–41.
2. Berg T.I. Methodology for Studying Consumer Demand for Consumer Goods // Economics and Finance. 2001. No. 1. Pp. 11–15.
3. Bozhinova M. The Expansion of Foreign Retail Chains and Its Impact on the Consumer Goods Market of Bulgaria // Consumer Cooperation. 2012. No. 1 (36). Pp. 63–66.
4. Galiakhmetov R.A., Kutyashova E.V. Economic Diagnostics of the Development Processes of the Regional Market for Consumer Goods and Services // Real Sector of the Economy: Theory and Practice of Management. 2004. No. 1. Pp. 142–147.
5. Ganina G.E., Shalina A.I. Evaluation of the Effectiveness of Substituting International Brands in the Market for Everyday Goods // Efficiency of Organization and Management of Industrial Enterprises: Problems and Solutions: Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference. Voronezh, 2025. Pp. 69–75.
6. Gusakov V.G., Baygot L.N., Baygot M.S., Belsky V.I., Akhramovich V.S., Karpovich N.V., Makutsenya E.P. Patterns and Trends in the Development of International Food Trade and Their Impact on the Foreign Trade of Belarus // Problems of Scientific Support for the Modern Development of the Agro-Industrial Complex: Issues of Theory and Methodology. Minsk, 2015. Pp. 28–40.
7. Erchak A.I. Comparative Assessment of the Factors Influencing the Development of the Consumer Market of the Republic of Belarus and the Russian Federation // Innovative Development of the Economy: Trends and Prospects: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference Dedicated to the 20th Anniversary of the Faculty of Humanities of Perm National Research Polytechnic University. 2014. Pp. 22–26.
8. Zainakova S.R. The Current State of the Consumer Market of the Republic of Bashkortostan // Current Trends in the Development of Socio-Economic Systems: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference / Edited by A.V. Yangirov. 2014. Pp. 144–147.
9. Ivanova V.I. Problems of Consumer Market Development in the Republic of Belarus: Regional Aspect // Economics and Management (Minsk). 2013. No. 2 (34). Pp. 69–72.

-
10. Karlina T.V. Increasing the Efficiency of Regional Commodity Markets // Economics and Property Management. 2009. No. 2. Pp. 45–48.
 11. Karpovich O.V., Skovoroda M.A. Features of the Development of the Consumer Market of the Republic of Belarus in the Regional Aspect // Global Transformations in the Scientific Sphere: Proceedings of the 1st (41st) International Scientific and Practical Conference on Philosophical, Philological, Legal, Pedagogical, Economic, Psychological, Sociological, and Political Sciences. 2014. Pp. 1–3.
 12. Karpovich O.V., Skovoroda M.A. Features of the Development of the Consumer Market of the Republic of Belarus in the Regional Aspect // Global Transformations in the Scientific Sphere: Proceedings of the 1st (41st) International Scientific and Practical Conference on Philosophical, Philological, Legal, Pedagogical, Economic, Psychological, Sociological, and Political Sciences. 2014. Pp. 1–3.
 13. Kozyreva A.G. Market Entry Barriers and Their Features in the Russian Economy // Modern Management and Economics: Problems and Prospects for Development: Proceedings of the National Scientific and Practical Conference of Specialists, Scientists, Postgraduates, and Students. St. Petersburg, 2023. Pp. 85–89.
 14. Kukina O.G., Bodareva M.A. Study of Commodity Markets and Determination of Their Volume // Innovative Development as a Basis for Accelerated Growth of Enterprise Economy: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Young Scientists, Postgraduates, and Students. 2010. Pp. 122–124.
 15. Lukyanov S., Kislyak N. Entry Barriers: A Key Tool of Competition Restriction Policy in Russian Markets // Modern Competition. 2009. No. 1 (13). Pp. 54–71.