

- 5 *World Energy Outlook*, 2008, IEA. [www.iea.org](http://www.iea.org).
- 6 *Energy policy*, 2008, № 1, p. 174; 2007, № 11, p. 5484–5491.
- 7 Kamen Daniel. *In the World of science*, 2007, 1, p. 60–66.
- 8 Ogden Joan. *In the World of science*, 2007, 1, p. 69–75.
- 9 Clavdienko V. *Problems of theory and practice of management*, 2008, 7, p. 62–72.
- 10 EXPO–2017: «Future Energy». Collective monograph / Under the General editorship B.K.Sultanov, Almaty: Kazakhstan Institute for strategic studies under the President of Kazakhstan, 2014, p. 100.
- 11 Syrlybaev R. *Industry of Kazakhstan*, 2014, № 2 (83), p. 58–62.

УДК 65.014.12

А.А.Макаров<sup>1</sup>, Б.А.Омарова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова», Москва;

<sup>2</sup>Карагандинский университет «Болашақ»  
(E-mail: [balnur6@bk.ru](mailto:balnur6@bk.ru))

## Опыт функционирования сферы потребительского рынка и услуг Республики Беларусь

В статье представлено мнение специалистов о современном состоянии розничной торговли в государстве-участнике Таможенного союза — Республике Беларусь. Целью статьи является рассмотрение опыта функционирования сферы потребительского рынка и услуг Белоруссии. Исследование сконцентрировано на торговом законодательстве и механизмах проведения национальной торговой политики, которые позволили важнейшую отрасль сферы обращения сделать «структурообразующей». Большое внимание уделяется вопросам торгово-сервисного обслуживания сельских жителей страны. Рассмотрено развитие формы Интернет-компаний. Приведены общие итоги исследования.

*Ключевые слова:* Таможенный союз, Республика Беларусь, розничная торговля, потребительский рынок, торговая политика, товарооборот, темпы роста, фирменные магазины.

Российско-белорусские отношения занимают особое место в системе международных отношений, а интеграция российской и белорусской экономик не имеет аналогов среди других стран СНГ.

Правовая основа экономической интеграции России и Белоруссии определяется Договором о создании Союзного государства и Программой действий по реализации его положений от 8 декабря 1999 г. В этих документах были поставлены задачи по формированию единого экономического и таможенного пространства, гармонизации национального законодательства в экономической сфере, переходу на использование единой денежной единицы, созданию объединенных энергетических и транспортных систем [1; 2].

Действенность политических и социально-экономических взаимоотношений в рамках Союзного государства Беларуси и России послужила основой формирования с участием Казахстана Таможенного союза, который был создан в 2010 г. С 2012 г. три страны начали формировать Единое экономическое пространство, главная цель которого — создание четырех свободных пространств: товаров, услуг, капитала и рабочей силы — на основе использования конкурентных преимуществ каждого из участников (рис. 1).

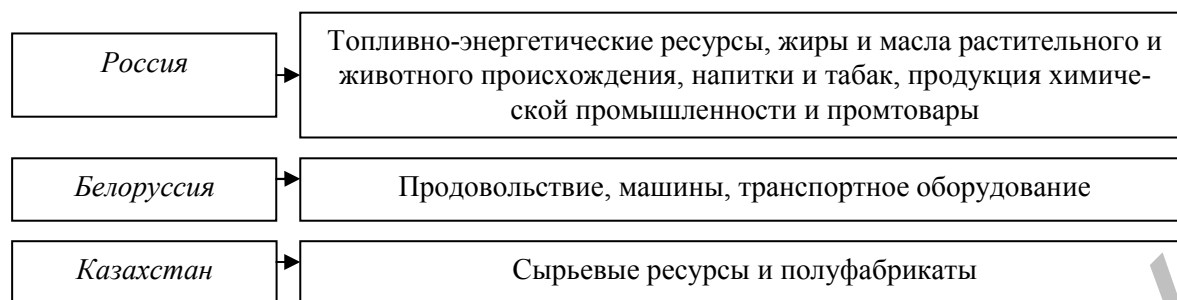


Рисунок 1. Авторское мнение о конкурентных преимуществах государств, входящих в Таможенный союз

По нашему мнению, к числу наиболее значимых и распространенных позитивных итогов формирования таможенных союзов относятся следующие (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Возможные преимущества формирования межгосударственных интеграционных объединений экономической направленности**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост товарооборота темпами, опережающими как среднемировые, так и наблюдавшиеся до введения торговых соглашений. Более быстрыми темпами растет товарооборот внутри таможенных союзов, а также в третьи страны. В большинстве случаев быстрее растут объемы экспорта, а не импорта</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост ВВП, промышленного и сельскохозяйственного производства из-за активизации внешнеторговых операций, упрощения доступа национальных компаний на внешние рынки и сокращения логистических затрат</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повышение конкурентоспособности национальных товаропроизводителей на рынках стран-партнеров по Таможенному союзу за счет применения к произведенным товарам статуса отечественных на всей таможенной территории</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проведение единой внешнеэкономической политики во взаимоотношениях с третьими странами и торгово-экономическими блоками и группировками, что позволяет эффективнее отстаивать национальные экономические интересы в условиях глобализации и доминирования нескольких мировых центров силы</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Таможенные пошлины и сборы — как источники доходов для функционирования наднациональных органов экономической интеграции стран-участников</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост уровня конкуренции и качества товаров и услуг на всех национальных рынках стран-участников за счет отмены пошлин и протекционистских мер таможенно-тарифного регулирования, возможной унификации вопросов технического регулирования</li> </ul>

Таким образом, основа Таможенного союза — создание единой таможенной территории с внешней границей, отсутствием внутренних барьеров и с наднациональным органом, который управляет этой территорией и осуществляет регулирование вопросов таможенно-тарифной политики.

Как установлено выше, важнейшим преимуществом формирующихся интеграционных объединений является увеличение макроэкономического значения отраслей сферы обращения, которое, как мы считаем — реальный пример воплощения стратегии «регионализации», рассматриваемой в качестве противовеса процессам глобализации.

Среди государств-участников Таможенного союза выделяется опыт функционирования сферы потребительского рынка и услуг Республики Беларусь, основанный на принципах четкости, последовательности и системности, характерных при проведении национальной торговой политики, являющейся следствием направленности социально-экономического курса, реализуемого Президентом РБ и Правительством страны.

Республика Беларусь одной из первых стран, как постсоветского пространства, так и Таможенного союза, приняла национальное законодательство в области регулирования торговой деятельности (табл. 2).

**Основные нормативно-правовые акты, регламентирующие торговую деятельность  
в ряде государств СНГ**

№ п/п	Государство-участник	Название нормативно-правового акта
1	Российская Федерация	ФЗ от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
2	Республика Беларусь	Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 г. № 231-З «О торговле»
3	Республика Казахстан	Закон Республики Казахстан от 12.04.2004 г. № 544-III «О регулировании торговой деятельности»
4	Республика Украина	Отсутствие отдельного закона о внутренней торговле
5	Республика Кыргызстан	Закон Кыргызской Республики от 20 марта 2002 г. № 40 «О внутренней торговле в Кыргызской Республике»
6	Республика Таджикистан	Закон Республики Таджикистан от 19 марта 2013 г. № 943 «О торговле и бытовом обслуживании»
7	Республика Узбекистан	Законы и постановления Правительства РУ об отдельных направлениях торговой деятельности
8	Туркменистан	Закон Туркменистана от 5 июля 2002 г. № 123-III «О торговле»
9	Республика Молдова	Закон Республики Молдова от 23 сентября 2010 г. № 231 «О внутренней торговле»

*Примечание.* Данная таблица составлена на основе интернет-мониторинга запроса «Закон о торговой деятельности в государствах ЕврАзЭС».

Анализ основных положений закона РБ показал, что торговля признана одной из приоритетных отраслей национальной экономики, в отношении которой применяются механизмы государственного регулирования и контроля [3].

Так, Белоруссия — практически единственное государство в рамках экономических и политических союзов, формирующихся на пространстве СНГ, в котором сохранилась государственная вертикаль управления наиважнейшей сферой национальной экономики (город/район–область–республиканский орган), во главе которой находится отраслевое министерство (табл. 3).

**Органы государственного регулирования и контроля сферы потребительского рынка  
и услуг государств – участников ЕврАзЭС**

№ п/п	Государство — участник	Отраслевой орган госрегулирования и контроля
1	Российская Федерация	Департамент госрегулирования внутренней торговли Минпромторга России
2	Республика Беларусь	Министерство торговли РБ
3	Республика Казахстан	Комитет торговли Минэкономики и бюджетного планирования РК
4	Республика Украина	Департамент развития торговли Минэкономразвития и торговли Украины
5	Республика Кыргызстан	Сектор внутренней торговли Управления торговой политики Минэкономики Кыргызстана
6	Республика Таджикистан	ГУ торговой политики и потребительского рынка Минэкономразвития и торговли Республики Таджикистан
7	Республика Узбекистан	Министерство внешних экономических связей, инвестиций и торговли РУ (без выделения специальной структуры в центральном аппарате)
8	Республика Армения	Департамент торговли и регулирования рынка Минэкономики РА
9	Республика Молдова	Управление внутренней торговли Департамента торговой политики Минэкономики и торговли РМ

*Примечание.* Данная таблица составлена по данным интернет-мониторинга оргструктур государственных органов исполнительной власти, ответственных в странах ЕврАзЭС за проведение торговой политики.

Таким образом, белорусский опыт формирования государственного органа исполнительной власти в сфере регулирования внутренней торговли единствен не только для группировки стран с при-

мерно равной численностью населения (Азербайджан, Таджикистан), но и для государств, значительно превосходящих её по размерам и количеству населения, например Казахстан, Россия, Украина [4].

Именно сформировавшаяся вертикаль управления, разработанные механизмы проведения национальной торговой политики, по нашему мнению, позволили считать важнейшую отрасль сферы обращения «структурообразующей», динамично развивающейся (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

**Удельный вес отраслей сферы потребительского рынка и услуг в структуре производства валовой добавленной стоимости государств-участников Таможенного союза [5; 16, 6, 7; 11]**

Государство	Статистически учитываемые виды экономической деятельности	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Республика Беларусь	Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	12,1	15,3	14,3
Российская Федерация	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	20,1	19,7	19,6
Республика Казахстан	Торговля	13,0	13,8	15,2

По нашему мнению, не столь высокие показатели значения торговой сферы в формировании белорусского ВВП, при приоритетности развития в структуре национальной экономики промышленности, в которой, как отмечает источник, «более 50 % приходится всего на три отрасли (топливная, химическая и нефтехимическая промышленность, машиностроение и металлообработка)» [8; 77], являются достаточно весомыми.

Несмотря на открытость белорусской экономики, присутствие иностранных инвесторов, тенденции формирования розничного товарооборота (РТО), под которым понимается «объем продажи товаров населению для личного, семейного, домашнего использования» [9], определяют национальные предприниматели, удельный вес которых на протяжении ряда лет остается достаточно стабильным (табл. 5).

Т а б л и ц а 5

**Структура розничного товарооборота РБ через все каналы реализации [5; 36]**

Каналы реализации	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Розничный товарооборот торговли через все каналы реализации,	100	100	100	100
в т.ч.:				
государственная	13,8	11,9	11,4	10,6
частная	82,7	83,2	82,9	83,3
иностранная	3,5	4,9	5,7	6,1

Многих гостей страны при знакомстве с национальным потребительским рынком удивляет практически полное отсутствие ведущих ТНК торговли, питания, услуг. Действительно, в Беларуси не осуществляют свою деятельность шведская «ИКЕА», французский «Auchan», немецкий концерн «Metro», активно не строятся и не функционируют форматы и типы предприятий, аналогичные российским, — многофункциональные торгово-развлекательные комплексы, «моллы», «Мега», «Сити» и т.п. Как отмечает источник, «в 2009 г. удельный вес современных форматов розничной торговли в Беларуси составил 20 %, в Российской Федерации — 33, в Польше — 57, Венгрии — 82 %» [10; 109].

Разрешительный характер прихода иностранных инвесторов, зафиксированный в белорусском законодательстве, мы рассматриваем как важнейший механизм обеспечения экономической безопасности государства, развития национального предпринимательства, элемент поддержки субъектов малого бизнеса.

Мы должны отметить, что законодательство РБ одним из первых в Таможенном союзе ввело норму более лояльного отношения к субъектам малого предпринимательства (МП), осуществляющим свою деятельность в сфере потребительского рынка и услуг. Так, согласно национальному документу

по стандартизации «торговая сеть — совокупность торговых объектов, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением» [9]. Следовательно, торговой сетью определенной организации на определенной территории будут являться два и более торговых объекта, находящихся под её управлением, что позволяет субъектам МП позиционировать несколько своих магазинов как торговую сеть. Позже аналогичное определение будет представлено в казахском и российском законодательствах [11–14].

Работа органов госвласти о деятельности отраслевых хозяйствующих субъектов дает свои результаты: в структуре розничной сети по типу хозяйствования преобладают микроорганизации, магазины потребкооперации (табл. 6).

Таблица 6

Структура розничной торговой сети в РБ по типу хозяйствования в 2010–2011 гг., % [10; 109]

Структура торговой сети в РБ	2010 г.	2011 г.
Потребительская кооперация и другие некоммерческие организации	23,4	21,7
Микроорганизации	28,9	27,4
Малые организации	12,2	11,7
Средние организации	5	4,9
Крупные организации	17,2	19,1
Индивидуальные предприниматели	13,3	15,2

Динамику сетевой торговли определяют национальные хозяйствующие субъекты, многие из которых начинали свою деятельность как субъекты МП. Безусловным лидером в данной сфере (без учета организаций системы потребкооперации) выступает ООО «Евроопт», имеющее свыше 150 магазинов на территории страны, с четко сформулированными миссией и принципами деятельности. Доля данной сети на розничном рынке составляет около 4,7 % [10; 319]. Диверсифицированной структурой можно назвать СООО «Либретик», которая развивает на базе крупного минского райпищеторга сети магазинов «Соседи», «Тропинка», имеет рынок. В формате «магазинов у дома» работает сеть универсамов «Рублевский», основанная в 2003 г. Сильные конкурентные позиции и у представителя системы рабочего снабжения УП «ДорОРС».

Учитывая общемировые тенденции, в республике активно растет число торговых центров (рис. 2), которыми в соответствии с нормативно-техническим документом, признаются «совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказывается широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизирующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности» [9].

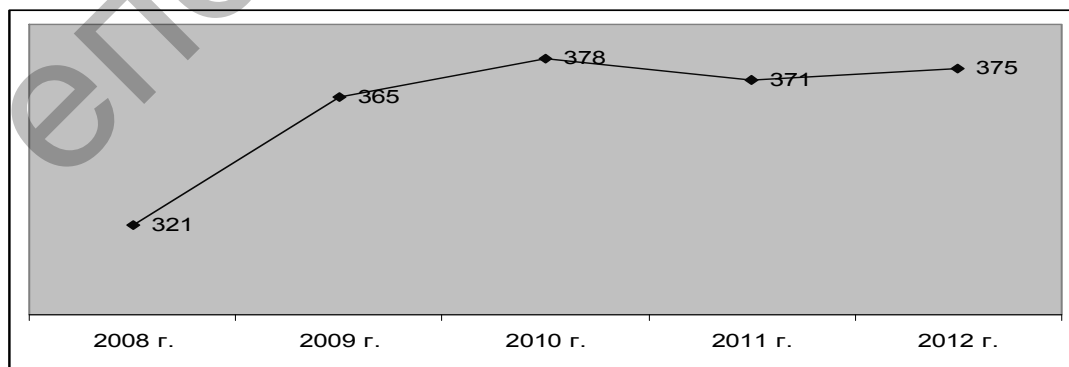


Рисунок 2. Количество торговых центров, открытых в РБ за период 2008–2012 гг., ед. [5; 26]

Их строительство и эксплуатацию осуществляют национальные предприниматели. Показателен пример деятельности ООО «Табак-Инвест», обеспечивающего функционирование ТЦ «Корона»

в городах республики, являющихся аналогом российских «гипермаркетов» и магазинов «Cash&Carry». В Минске вместо «Меги» прекрасный подземный торговый «город» — комплекс «Столица», открытый в присутствии Президента РБ в конце 2006 г. Он является аналогом по расположению, качеству обслуживания, широте реализуемых товаров и предоставляемых услуг, московского ТК «Охотный ряд», только с существенным отличием: в минской «Столице» можно не «любоваться» ценниками, а совершать покупки, в т.ч. в салонах и магазинах отечественных товаропроизводителей (Дзержинская фабрика швейных изделий, Гомельское ПО «Кристалл», «Элема», «Маттиоли», «БЕЛИТА-Витекс», Оршанский льнокомбинат, «Галатейя», «Стеклозавод «Неман», «Минск Кристалл», Минский завод игристых вин, «Коммунарка», «Спартак» и др.).

Роль современных «торгово-развлекательных центров», активно строящихся и эксплуатируемых в Российской Федерации, неплохо выполняют крупные универмаги и торговые дома (ГУМы и ЦУМы), имеющиеся во всех городах страны. Торговля в них осуществляется по потребительским комплексам (товары для мужчин/женщин/детей; культтовары; хозтовары и т.п.), что позволяет сделать комплексную покупку.

Необходимо отметить, что учет показателей деятельности торговых центров ведется только Национальным статистическим комитетом РБ, который публикует соответствующую информацию [5; 35]. В РФ в «отраслевом» статсборнике отражено количество гипермаркетов и супермаркетов [15; 188, 189]; в соответствующем статсборнике РК понятия «торговый центр», «гипермаркет», «супермаркет» заменены термином «современные торговые форматы», без указания их количества [7; 223].

Небольшая деталь, характеризующая социальную направленность деятельности предпринимателей торговли: практически в каждом столичном и городских продовольственных магазинах, где доводилось бывать авторам, открыты буфеты, кафетерии, бары. Там любой гражданин, вне зависимости от уровня доходов, может выбрать широкий ассортимент кулинарной и буфетной продукции, выпечку, прохладительные напитки, мороженое. Убыточность подобной деятельности заставила российских отраслевых предпринимателей отказаться от этих отделов еще в начале 1990-х гг. И если возрождающиеся только в крупных российских розничных торговых предприятиях отделы «быстрого питания» пытаются составить конкуренцию уличным «фастфудам», то в Беларуси они реальная замена и «национальный ответ» пришедшему «Макдональдсу» и создающимся «фудкортам» (ТРК «Марко-Сити», Витебск).

«Отечественным ответом» возможному присутствию в стране шведской «ИКЕИ» являются фирменные магазины мебельных производителей концерна «Беллесбумпром» – «Бобруйскмебель», «Гомельдрев», «Молодечномебель», многие из которых вовлечены в интеграционные процессы по формированию товаропроводящих сетей не только в республике, но и в государствах СНГ.

Относительно фирменных магазинов (ФМ) отметим следующее. Их создание осуществляется на прекрасной организационной и научно-методической базе, которая может послужить примером для российских и казахстанских специалистов [9, 16, 17]. Проведенное авторами исследование аспектов национальных торговых законодательств и отраслевых нормативно-технических документов показало, что ни в российской, ни в казахской практике не отражены определения «магазин/предприятие фирменной торговли», «фирменное торговое предприятие» [11–13, 14, 18, 19].

Так, в соответствии с белорусским законодательством «фирменным магазином считается розничное торговое предприятие: учредителем (учредителями) которого является субъект (субъекты) хозяйствования, производящий (ие) товары народного потребления; имеющее в ассортименте и объеме реализации удельный вес продукции учредителя фирменного магазина, а также других предприятий, вырабатывающих аналогичный ассортимент товаров — не менее 75 % для непродовольственных магазинов и не менее 50 % — для продовольственных; осуществляющее продажу сопутствующих и комплектующих изделий к реализуемым товарам; расположенное в специально оборудованном помещении, отвечающем требованиям санитарных норм и правил (СНиП) для розничной торговли, с площадью торгового зала не менее 100 квадратных метров» [16].

За период с 2008 по 2012 гг. отмечается увеличение как количества фирменных магазинов, так и их торговой площади (табл. 7).

**Некоторые показатели деятельности предприятий фирменной торговли Республики Беларусь за 2008–2012 гг. [5; 94–97]**

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Кол-во магазинов фирменной торговли, ед.	608	623	667	674	685
Удельный вес фирменных магазинов в структуре РТП, %	1,7	1,6	1,7	1,6	1,6
Торговая площадь магазинов фирменной торговли, кв.м	74380	77678	83133	84132	86352
Удельный вес фирменных магазинов в структуре РТО, %	3,7	3,5	3,7	3,9	3,4

Наличие фирменных магазинов — важнейший критерий эффективности деятельности руководителей государственных концернов и подведомственных предприятий. Например, для продвижения товаров легкой и текстильной промышленности в составе концерна «Беллепром» создано РТУП «Торговый дом «Легпром» (4 магазина с приоритетным развитием Интернет-торговли). Из подведомственных отраслевому концерну предприятий выделяется деятельность ОАО «Милавица», имеющего свыше 50 фирменных магазинов/секций в городах республики, СООО «Белвест» — свыше 40 фирменных магазинов, ОАО «Світанак» — около 30, ОАО «Галатея» — 21 фирменный магазин. Из других примеров отметим следующие: около 50 магазинов/секций в городах страны имеет «Белита — Витэкс» — национальный производитель высококачественной косметики, ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» — 15 собственных ювелирных салонов, ГПТО «Белхудожпромислы» — национальный производитель изделий НХП и сувенирной продукции — имеет 8 салонов-магазинов в городах страны, «Цветы столицы» — структурное подразделение «Минскзеленстрой» — предлагает в своих столичных магазинах срезанные и горшечные цветы.

В Белорусском государственном концерне пищевой промышленности выделяются следующие примеры: РУП «Минск Кристалл» — ведущий производитель ликеро-водочной продукции — имеет свыше 20 фирменных магазинов/секций в городах страны, РПУП «Брестский ликеро-водочный завод «Белалко» и ОАО «ВЛВЗ «Придвинье» — по 10 собственных магазинов и баров, производители кондитерских изделий — СООО «Коммунарка», ОАО «Красный пищевик», «Кондитерская фабрика «Слодыч», «СП «Спартак» — по 10 магазинов/секций.

Известно, что «отчитаться» об открытии фирменного магазина просто: достаточно его открыть при заводе, многие российские предприятия так и поступают. При этом проблемы потребителей, вынужденных добираться до промзон, на которых размещено большинство еще действующих российских предприятий, не учитываются. Должны отметить, что размещение фирменных магазинов белорусских товаропроизводителей осуществляется на выгодных «проходных» территориях. Также в ходе исследования нами установлено, что учет показателей деятельности фирменных магазинов на территории Таможенного союза ведется только Национальным статистическим комитетом РБ, который в «отраслевом» сборнике формирует целый раздел [5; 94–97].

Руководством страны серьезное внимание уделяется вопросам торгово-сервисного обслуживания сельских жителей. Республиканская система потребительской кооперации по современной управленческой трактовке представляет собой «вертикально-интегрированный холдинг» с традиционными и новыми сферами деятельности (заготовки, производство, торговля, кооперативные СМИ, образование и наука; страхование, гостиничный, инвестиционный и строительный бизнес и т. п.). Как отмечает источник, «в настоящее время потребительская кооперация обслуживает около 4 млн жителей и ей отводится существенная роль в повышении уровня и качества жизни сельского населения» [10; 296]. Данные о формировании розничного товарооборота остаются на протяжении ряда лет достаточно значимыми для Республики Беларусь (рис. 3).

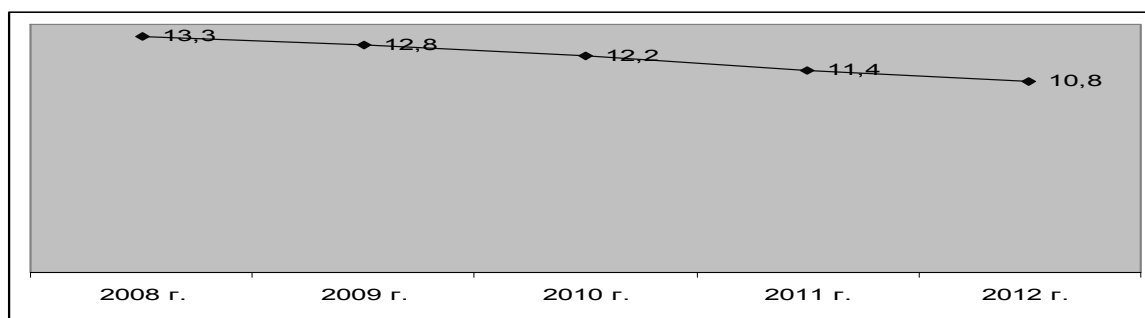


Рисунок 3. Доля розничного товарооборота торговли потребительской кооперации в розничном товарообороте торговли республики, % [5; 123]

Отмечаемое сокращение показателей формирования розничного товарооборота организациями Белкоопсоюза не идет ни в какое сравнение с «относительной стабилизацией» аналогичных данных российских кооператоров, характеризуемых за пятилетний период однопроцентным значением [4; 355].

Можно неоднозначно относиться к процедуре назначения руководством страны главы Белкоопсоюза, видя в этом нарушение демократических принципов Международного кооперативного альянса, но именно такое «адресно-точечное» регулирование позволило, по нашему мнению, спасти от разрушения одну из старейших торгово-хозяйственных систем, сохранить её материально-техническую базу и определить вектор дальнейшего развития.

Приоритетами стратегического развития национального представителя старейшей мировой производственно-торговой системы — потребкооперации — является создание единых кооперативных торговых сетей, активизация выпуска продукции под собственной торговой маркой [20].

Розничной торговлей в Вооруженных силах Республики Беларусь (ВС РБ) занимаются предприятия и организации РУП «Торгово-производственное управление при Министерстве обороны» («Военсервис»), входящего в структуру тыла ВС РБ, возглавляемого Замминистра обороны страны. Данная организация имеет ряд филиалов на территории республики.

Деятельность системы военной торговли носит целостный, системный характер, обусловленный соответствующим вниманием со стороны государственных органов власти [21]. В этой связи полагаем невозможным передачу полномочий торгово-бытового обслуживания белорусских военнослужащих и членов их семей в холдинговую структуру, аналогичную российской («Оборонсервис»). Также вызывает недоумение установленное в ходе Интернет-исследования оргструктуры Министерства обороны Республики Казахстан отсутствие информации о наличии тылового подразделения, ответственного за торгово-сервисное обслуживание военнослужащих и членов их семей [22].

Особо необходимо отметить предприимчивость и государственный подход белорусских «тыловиков» к вопросу реализации высвобождаемого имущества и материально-технических ресурсов, которые продаются или сдаются в аренду на конкурсной основе соответствующим Управлением ВС РБ, имеющим Интернет-сайт и розничный магазин в Минске.

Республика Беларусь — несомненный лидер в Таможенном союзе по сохранению многоукладности экономики в сфере розничной торговли. Как отмечалось выше, в структуре формирования розничного товарооборота страны велико значение предприятий государственного сектора экономики (в 2011 г. — 11,4 %, в 2012 г. — 10,6 %). Необходимо отметить, что в Российской Федерации на долю государственных предприятий в структуре розничного товарооборота приходилось в 2011 г. — 1,1 %, в 2012 г. — 1 %, в Республике Казахстан за анализируемый период — по 0,01 % [15; 56; 7; 6].

Так, крупными организаторами розничной торговли выступают структуры, подведомственные Управлению делами Президента РБ — РУП «ПТГК «Октябрьский», РУП «Торговый дом «Восточный» (розничная реализация обращенных в доход государства товаров через торговую сеть «Ваш выбор»), ГУ «Главное хозяйственное управление», РУП «БелЭЗ», ТЦ «Кирмаш» ГПТО «Белхудожпроммысль», службы общественного питания и торговли республиканских учреждений культуры.

Получают развитие формы Интернет-коммерции. Как отмечает источник, «в Беларуси в 2011 г. функционировало 1253 Интернет-магазина. Объем розничного товарооборота электронной торговли Беларуси составил в 2011 г. 884617 млн руб. Несмотря на достаточно большой перечень преимуществ электронной торговли для продавцов и покупателей, электронная торговля пока не пользуется попу-

лярностью у белорусских потребителей, о чем свидетельствует удельный вес розничного товарооборота через Интернет-магазины в розничном товарообороте торговли, равный в 2011 г. 1 %. Однако следует отметить позитивную тенденцию увеличения данного показателя за анализируемый период в 5 раз» [10; 111].

Отметим, что Национальный статистический комитет РБ, единственный среди аналогичных структур Таможенного союза, публикует информацию о деятельности операторов Интернет-торговли в соответствующих материалах [5; 34].

Мы неоднозначно относимся к целесообразности дальнейшего форсированного развития Интернет-торговли, так как «электронную коммерцию сложно контролировать — личность и место резидентства покупателя сейчас можно установить зачастую только по данным банковской карты, а если оплата производится через электронную платежную систему, такую как Web-money, то это вообще невозможно. Проблема неспособности налоговых органов проследить в данном случае электронные сделки остается нерешенной для всех государств» [10; 278].

На защиту прав и интересов потребителей ориентирована деятельность Управления контроля потребительского рынка — Торговой инспекции, структурного подразделения отраслевого министерства. На территории стран ЕврАзЭС подобная практика имеется только в Армении, где функционирует Государственная инспекция по защите рынка и интересов потребителей, и в Молдове (Республиканское агентство по защите прав потребителей). Необходимо отметить, что в России Госторгинспекция упразднена в свете административной реформы 2004 г., и часть её прежних функций «размыта» между Роспотребнадзором, Федеральной антимонопольной службой, Россельхознадзором, ФГБУ «Центр оценки качества зерна» и т.п. Правами осуществления контрольно-надзорной деятельности в сфере потребительского рынка и услуг наделены органы ведомственного контроля — УП «Служба ведомственного контроля концерна «Беллегпром», контрольно-ревизионный отдел «Белгоспищепрома», сотрудники Департамента по хлебопродуктам Минсельхозпрода РБ.

Республика Беларусь является самым первым государством СНГ, которое приняло «Правила поведения продавца», в которых изложены требования к культуре обслуживания [23]. Аналогичная практика стала использоваться торговыми сетями, работающими на потребительском рынке России, только в середине 2000<sup>х</sup> гг. и отражена в национальном ГОСТе в начале 2010<sup>х</sup> гг. [24].

Торговая сфера на протяжении периода 2008–2012 гг. обеспечивала занятость около 14 % экономически активного населения [5; 114]. Зная о жестких требованиях по обеспечению защиты национального рынка труда, сформулированных руководством страны, полагаем невозможным существование в Беларуси ситуации, подобной российской, когда важнейшая сфера национальной экономики является «лидером» по использованию труда мигрантов (рис. 4).

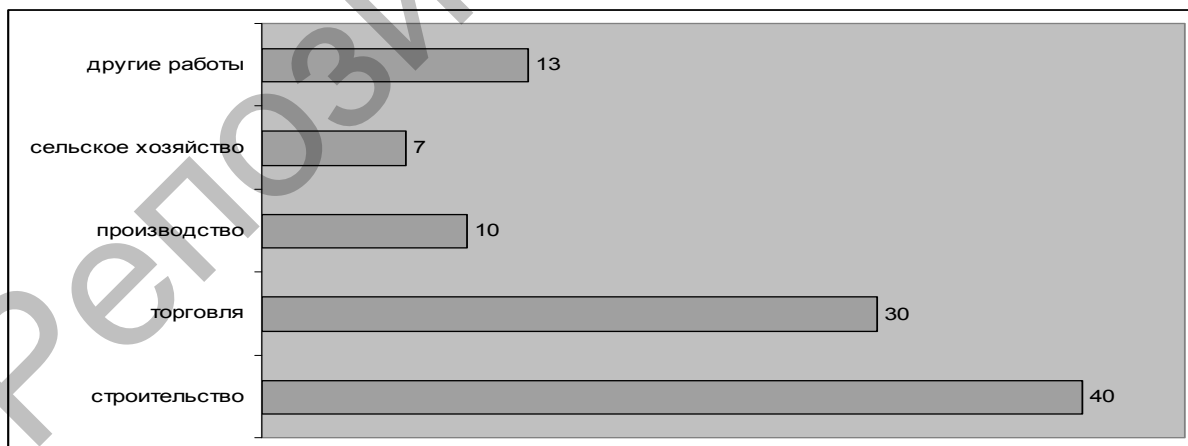


Рисунок 4. «Приоритетные» отрасли национальной экономики России, в которых используется труд мигрантов, % [25]

Одновременно четкая позиция руководства страны по обеспечению социально-трудовых прав работников наемного труда делает невозможным применение в сфере потребительского рынка и услуг различных форм заемного труда, у которых недостатков значительно больше, чем преимуществ [26].

Изучая сложившуюся систему материального и морального стимулирования труда работников отрасли, даже несмотря на фактически невысокий размер среднеотраслевой заработной платы, можно отметить, что работа в сфере торговли и услуг является общественно значимой (табл. 8).

Т а б л и ц а 8

**Соотношение размера начисленной заработной платы по отраслям сферы потребительского рынка и услуг со среднемесячной зарплатой по отраслям национальной экономики государств-участников Таможенного союза, % [27, 7; 11, 15; 27]**

Государство	Статистически учитываемые виды экономической деятельности	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Республика Беларусь	Торговля; ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	85,6	87,9	88,0
Республика Казахстан	Торговля	95,4	94,0	93,9
Российская Федерация	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	87,8	83,9	81,2

В соответствии с нормативным документом, руководитель хозяйствующего субъекта имеет право произвести работникам 5 видов надбавок и 10 видов доплат, среди которых надбавки за профессиональное мастерство, продолжительность непрерывной работы, руководство бригадой, руководство производственной практикой студентов высших и средних специальных заведений. Одновременно разработано свыше 20 критериев премирования, среди которых рост объемов продаж товаров отечественного производства в сопоставимых ценах, выработки на одного работника (производительности труда) в сопоставимых ценах, недопущение фактов наличия товаров, продукции, работ, услуг, не соответствующих нормативно-технической документации, отсутствие жалоб со стороны покупателей [28].

## Список литературы

- 1 Договор о создании Союзного государства. Режим доступа: <http://www.rg.ru>. (8 декабря 1999 г.). Дата доступа: 13.06.2013.
- 2 Программа действий Российской Федерации и Республики Беларусь по реализации положений договора о создании Союзного государства. Режим доступа: <http://www.rg.ru/oficial/doc/sng/proga.htm>. Дата доступа: 13.06.2013.
- 3 Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 г. № 231-3 «О торговле». Режим доступа: <http://laws.newsby.org/documents/laws/law0536.htm>. Дата доступа: 18.11.2013.
- 4 Россия в цифрах. 2013: Крат. стат. сб./Росстат. – М., 2013. — 573 с.
- 5 Розничная и оптовая торговля Республики Беларусь: Стат. сб. — Минск: Национальный стат. комитет, 2013. — 191 с.
- 6 Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2013. — Минск: Белстат, 2013. — 578 с.
- 7 Оптовая и розничная торговля в Республике Казахстан. 2008–2012 гг.: Стат. сб. — Астана: Агентство РК по статистике, 2013. — 212 с.
- 8 Четверикова А. Российский частный бизнес в Белоруссии // Современная Европа. — 2009. — № 1. — С. 75–86.
- 9 Постановление Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Республики Беларусь от 28 апреля 2003 г. № 22 «СТБ 1393–2003 «Торговля. Термины и определения». Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org273/basic/text0074.htm>. Дата доступа: 17.11.2013.
- 10 Современная торговля: теория, практика, перспективы развития: Материалы Второй междунар. инновационной науч.-практ. конф. [Электронный ресурс]. — Ч. II. — М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2013. — 343 с.
- 11 Закон Республики Казахстан от 12.04.2004 № 544-III «О регулировании торговой деятельности». Режим доступа: <http://online.zakon.kz>. Дата доступа: 07.06.2014.
- 12 СТ РК 1753–2008 «Торговля. Термины и определения». Режим доступа: <http://online.zakon.kz>. Дата доступа: 12.06.2014.
- 13 СТ РК–2008 «Розничная торговля. Классификация предприятий» (проект). Режим доступа: <http://online.zakon.kz>. Дата доступа: 12.06.2014.
- 14 Федеральный Закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Режим доступа: <http://www.rg.ru/2009/12/30/torgovlya-dok.html>. Дата доступа: 15.07.2014.
- 15 Торговля в России. 2013: Стат. сб./ Росстат. — М., 2013. — 717 с.

16 Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 27.10.1998 № 138 «Об утверждении Типового положения о фирменном магазине предприятия (объединения)». Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic50/text384.htm>. Дата доступа: 20.07.14.

17 *Пилитюк А.В.* Организация фирменных торгово-сбытовых систем в агропромышленном комплексе Беларуси/ Под ред. В.Г.Гусакова. — Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2011. — 178 с.

18 ГОСТ Р 51303–99 «Торговля. Термины и определения». Режим доступа: <http://mvf.klerk.ru/zakon/gost51303.htm>. Дата доступа: 18.11.13.

19 Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51773–2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 771-ст) — 17 с.

20 Программа развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2011–2015 гг.: утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 20 октября 2010 г. № п/з 2. — Минск: Белкоопсоюз, 2010. — 40 с.

21 Указ Президента Республики Беларусь от 16.01.1997 № 64 «О мерах по совершенствованию военной торговли в Республике Беларусь». Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic55/text171.htm>. Дата доступа: 17.11.2013.

22 Министерство обороны Республики Казахстан. Режим доступа: <http://mod.gov.kz>. Дата доступа: 11.06.2014.

23 Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 4 января 1995 г. № 2 «О правилах поведения продавца». Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org372/basic/text0427.htm>. Дата доступа: 17.11.2013.

24 ГОСТ Р 51305–2009 «Услуги торговли. Требования к персоналу». Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog/49/49174.shtml>. Дата доступа: 18.11.2013.

25 *Фролов С.* Что это было: погром или протест // Труд. — 2013. — № 144. Режим доступа: [http://www.trud.ru/article/15-10-2013/1301451\\_что\\_eto\\_bylo\\_pogrom\\_ili\\_protest.html](http://www.trud.ru/article/15-10-2013/1301451_что_eto_bylo_pogrom_ili_protest.html). Дата доступа: 18.11.2013.

26 Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: Учеб. пособие / Колл. авт.; под ред. А.А.Есютина и Е.В.Карповой. — М.: КНОРУС, 2007. — 424 с.

27 Национальный статистический комитет РБ. Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. Дата доступа: 12.06.2014.

28 Рекомендации по оплате труда работников торговли и общественного питания, утвержденные постановлением Министерства торговли Республики Беларусь от 20 декабря 2010 г. № 41. Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic03/text650.htm>. Дата доступа: 17.11.2013.

А.А.Макаров, Б.А.Омарова

## **Беларусь Республикасының тұтынушылар нарығы мен қызметтерді көрсету салаларында қызмет ету жөніндегі тәжірибе**

Мақалада Кеден одағының мемлекет-мүшесінің — Беларусь Республикасының аймағындағы жекелеген сауданың қазіргі калпы жөніндегі мамандардың пікірлері көрсетілген. Мақаланың мақсаты Беларусь Республикасының тұтынушылар нарығы мен қызметтерді көрсету салаларында қызмет ету жөніндегі тәжірибені қарастырып, талқылау болып табылады. Зерттеу айналым саласының ең маңызды тармағын «құрылымды құрайтын» саласына айналдыра алатын саудалық заңнамасы мен ұлттық сауда саясатын жүзеге асыру тетіктерін қамтиды. Авторлар елдің ауыл тұрғындарына көрсетілетін саудалық-сервистік қызмет етудің мәселелеріне назар аударып, Интернет-компанияның даму түрлерін қарастырған.

А.А.Makarov, B.A.Omarova

## **Functioning experience of sphere of consumer market and services of the Republic of Belarus**

Article presents the opinion of specialists on modern condition of retail trade in state-participant of the Customs Union — Republic of Belarus. Aim of the article is to examine the experience of functioning of consumers' market and services of the Republic of Belarus. Research is concentrated on the trade legislation and mechanisms of national trade policy, which allowed making the main branch of the sphere as «structure-forming». Great attention is paid to the issues of trade and services for rural community of the country. The development of Internet-companies is examined. In the end of the article you can see the general results of research.

## References

- 1 Agreement on establishment of federal state. Access mode: <http://www.rg.ru>. (December 8, 1999). Admission date: 13.06.2013.
- 2 Action program of Russian Federation and Republic of Belarus concerning realization of agreement provisions of federal state creation. Access mode: <http://www.rg.ru/oficial/doc/sng/proga.htm>. Admission date: 13.06.2013.
- 3 Law of Republic of Belarus on July 28, 2003. No. 231-3 «Concerning trade». Access mode: <http://laws.newsby.org/documents/laws/law0536.htm>. Admission date: 18.11.2013.
- 4 Russia in numbers, 2013: brief statistic collection, Rosstat, Moscow, 2013, p. 573.
- 5 Retail sale and wholesale in Republic of Belarus, Stat. coll., Minsk: National statistic committee, 2013, p. 191.
- 6 Statistical yearbook of Republic of Belarus, 2013, Minsk: Belstat, 2013, p. 578.
- 7 Retail sale and wholesale in Republic of Kazakhstan, 2008–2012, stat. coll., Astana: Statistic Agency of RK, 2013, p. 212.
- 8 Chetverikova A. *Modern Europe*, 2009, 1, p. 75–86.
- 9 Committee decision on standardization, metrology and certification under Ministru Council of Republic Belarus on April 28, 2003 with No. 22 «STB 1393–2003 «Trade. Terms and definition»» Access mode: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org273/basic/text0074.htm>. Admission date: 17.11.2013.
- 10 Modern trade: theory, practice, development features: Materials of the Second international innovative scientific-practical conference [Electronic resource], Part II, Moscow: Publishing house of Moscow humanitarian university, 2013, p. 343.
- 11 Law of Republic of Kazakhstan on 12.04.2004 with No.544-II «Concerning regulating of trade activity», [ER]. Access mode: <http://online.zakon.kz>. Admission date: 07.06.2014.
- 12 ST RK 1753–2008 «Trade. Terms and definitions», [ER]. Access mode: <http://online.zakon.kz>. Admission date: 12.06.2014.
- 13 ST RK–2008 «Retail sale. Enterprise classification» (project), [ER]. Access mode: <http://online.zakon.kz>. Admission date: 12.06.2014.
- 14 Federal Law on December 28, 2009 with No.381-ФЗ «Concerning basis of state regulation of trade activity in Russian Federation», [ER]. Access mode: <http://www.rg.ru/2009/12/30/torgovlya-dok.html>. Admission date: 15.07.2014.
- 15 *Trade in Russia, 2013*, stat. coll., Rosstat., Moscow, 2013, p. 717.
- 16 Order of Trade Ministry of Republic of Belarus on 27.10.1998 with No.138 «Concerning approval of standard regulation of enterprise store». Access mode: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic50/text384.htm>. Admission date: 20.07.14.
- 17 Pilipuk A.V. *Organization of brand-name trade-sale systems in agricultural complex of Berlarus*, edit. by V.G.Gusakova, Minsk: Institute of system research in ACC of NAS of Belarus, 2011, p. 178.
- 18 GOST P 51303–99 «Trade. Terms and definitions». Access mode: <http://mvf.klerk.ru/zakon/gost51303.htm>. Admission date: 18.11.13.
- 19 National standard RF GOST P 51773–2009 «Trade services. Classification of trade enterprises» (approved by the order of Federal Agency of technical regulation and metrology on December 15, 2009 with No.771-art), p. 17.
- 20 Development program of consumer cooperation of Republic of Belarus on 2011–2015: approved by board decision of Belkoopcouz on October 20, 2010 with No.п/з 2, Minsk: Belkoopcouz, 2010, p. 40.
- 21 Order of the President of Republic of Belarus on 16.01.1997 with No.64 «Concerning measures of military trade perfection in Republic of Belarus», [ER]. Access mode: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic55/text171.htm>, admission date: 17.11.2013.
- 22 Ministry of Defense of Republic of Kazakhstan, [ER]. Access mode: <http://mod.gov.kz>. Admission date: 11.06.2014.
- 23 Order of Trade Ministry of Republic of Belarus on January 4, 1995 with No. 2 «Concerning salesmen rules of conduct», [ER]. Access mode: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/org372/basic/text0427.htm>. Admission date: 17.11.2013.
- 24 GOST P 51305–2009 «Trade services. Personnel requirements», [ER]. Access mode: <http://vsegost.com/Catalog/49/49174.shtml>. Admission date: 18.11.2013.
- 25 Frolov S. *Trud*, 2013, No.144, [ER]. Access mode: [http://www.trud.ru/article/15-10-2013/1301451\\_chno\\_eto\\_bylo\\_pogrom\\_ili\\_protest.html](http://www.trud.ru/article/15-10-2013/1301451_chno_eto_bylo_pogrom_ili_protest.html). Admission date: 18.11.2013.
- 26 *Retail trade system: strategies, economics and management*, study guide, col. authors; edited by A.A.Yesyutina and Ye.V.Karpova, Moscow: KNORUS, 2007, p. 424.
- 27 National Statistic Committee of RB. Access mode: <http://belstat.gov.by>. Admission date: 12.06.2014.
- 28 Labour payment recommendations of employees of trade and public catering, approved by the decision of Trade Ministry of Republic of Belarus on December 20, 2010 with No.41, [ER]. Access mode: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic03/text650.htm>. Admission date: 17.11.2013.