

Алла ТЕТЁРКИНА

*Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: allateterkina@gmail.com*

УДК 338.5:63-021.66:339.13.012(476)
<https://doi.org/10.29235/1818-9806-2026-6-17-24>

Ценовые и неценовые меры по увеличению объемов реализации отечественного продовольствия на внутреннем рынке Беларуси

Описана динамика удельного веса продаж отечественного продовольствия на внутреннем потребительском рынке. Представлены основные ценовые и неценовые меры поддержки наращивания объемов его реализации внутри страны. Выявлены их недостатки и предложены направления совершенствования, которые включают пересмотр некоторых норм регулирования цен и организации розничной торговли. Эти меры ориентированы на усиление заинтересованности ретейлеров в продвижении национального продукта и на формирование наибольшей лояльности к нему у потребителей.

Ключевые слова: ценовые и неценовые меры, продовольственные товары, ретейлеры, уровень рентабельности, бонусы, торгово-закупочные сессии.

Alla TETERKINA

*Institute of System Researches in the Agroindustrial Complex
of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: allateterkina@gmail.com*

Price and non-price measures to increase sales volumes of national food products on the domestic market of Belarus

The dynamic of the share of national food sales in the domestic consumer market is described. The main price and non-price measures to support the increase in domestic sales are presented. Their shortcomings are identified, and areas for improvement, including a revision of certain price regulation and retail organization standards, are proposed. These measures are aimed at increasing interest of retailers in promoting domestic products and at forming the greatest consumer loyalty to it.

Keywords: price and non-price measures, food products, retailers, profitability levels, bonuses, trade and purchasing sessions.

Введение

В современных реалиях Беларусь сталкивается с многочисленными вызовами. Один из них – ослабление позиций отечественного товара на внутреннем рынке. Поэтому в качестве важнейшего целевого ориентира развития национальной экономики выступает доведение объемов продаж белорусского продовольствия

в пределах страны до 85 %. Именно в таком случае минимизируются риски, связанные с масштабным ввозом продуктов питания из-за рубежа и подрывом продовольственной безопасности республики. Однако анализ статистической информации позволяет констатировать, что в Беларуси данный показатель не выполняется. Еще в начале второго десятилетия XXI в. его значение было близко к 83–84 %, а по итогам 2025 г. оно составило 75,7 %. Безусловно, нельзя игнорировать тот факт, что эта тенденция имеет объективный посыл. В частности, неоспоримым является планомерное улучшение уровня жизни, что дало возможность скорректировать нормы питания населения. Более востребованными стали дорогие виды морских рыб, повысился спрос на растительные масла и тропические фрукты, тепличные овощи и т. д. Вместе с тем многие из названных продуктов далеки от доминирующих позиций в структуре рациона белорусов, к тому же в отношении ряда из них взят курс на импортозамещение. Все это указывает на то, что снижение удельного веса реализации отечественного продовольствия в стране необоснованно. Изложенное выступает весомым доводом в пользу необходимости поиска путей решения этой проблемы.

Материалы и методы

Исследование подготовлено на основе результатов критической оценки нормативных правовых актов Республики Беларусь, затрагивающих регулирование цен и развитие конкуренции на потребительском рынке, а также анализа данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь и иных официальных источников (в том числе зарубежных), освещающих проблематику продвижения отечественного продовольствия на внутреннем рынке. Применялись монографический, абстрактно-логический, сравнительный и другие методы.

Основная часть

Вопрос повышения удельного веса реализации в розничной сети Беларуси национальных продуктов питания находится на постоянном контроле у государства и тем не менее все еще остается актуальным. Одновременно следует констатировать, что имеется обширный потенциал его решения, который лежит в плоскости совершенствования практики регламентации деятельности тех, кто занимается поставками и продажей продовольствия в республике.

В настоящее время в стране действует достаточно широкий перечень мер, призванных поддержать на высоком уровне объемы внутренней торговли продукцией отечественных предприятий пищевой промышленности и организаций сельского хозяйства. Их условно можно разбить на две категории: ценового и неценового характера. Причем необходимо отметить, что и те, и другие, как правило, сбалансированно встроены в регулятивные механизмы всего потреби-

тельского рынка и не ограничиваются его продовольственной составляющей (хотя в некоторых случаях по отношению к последней все же наблюдается их специфика). Целесообразно выделить следующие направления работы.

Так, касательно *ценовых мер* необходимо отметить, что на основании актуальной на начало 2026 г. редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь № 713 «О системе регулирования цен» [1] производители потребительских товаров обязаны согласовывать повышение отпускных цен с органами государственного управления и иными структурами в рамках законодательно закреплённой системы подчиненности. Однако имеются исключения, например соблюдение норматива рентабельности (используемого для определения прибыли, учитываемой при формировании стоимости продукции) в размере, не превышающем его годовое максимальное значение, сложившееся в течение 2021–2024 гг. Если данный показатель в обозначенный период был отрицательным, производитель вправе повысить цену до безубыточности. Это не распространяется на мясную, молочную и кондитерскую продукцию, перечисленную в прил. 1 указанного постановления, а также на свежие огурцы и помидоры. В то же время оно применимо к более 40 позициям других продовольственных товаров, производство многих из которых не носит узкоспециализированного характера (например, для зерноперерабатывающих предприятий свойственен выпуск широкого ассортимента мукомольно-крупяных и макаронных изделий). В таком случае убытки по одному виду продукции могут быть компенсированы прибылью, получаемой от реализации другого вида. Производители же заинтересованы в поиске резервов снижения себестоимости. Возможность беспрепятственно повысить отпускную цену до безубыточного уровня не стимулирует их к экономии затрат и подрывает привлекательность белорусского товара для потребителя по ценовому фактору. В данной связи видится обоснованной перспектива установления норматива рентабельности в целом для субъектов хозяйствования многоотраслевого профиля, а не отдельных видов продукции.

В дополнение имеет смысл акцентировать внимание, что упомянутым постановлением крестьянские (фермерские) хозяйства наделены правом не составлять экономические расчеты, которые подтверждали бы уровень цен на их продукцию (так как часто раздельный учет расходов не ведется). Но это снижает прозрачность процедуры ценообразования, что чревато завышением стоимости поставок в розницу. Безусловно, здесь существуют определенные ограничения, которые действуют в отношении других производителей. Например, в течение осенне-весеннего периода 2024/25 гг. использовалась практика установления предельных максимальных отпускных цен на овощи борщевого набора, огурцы и яблоки. К тому же на эти товары вне межсезонья и круглогодично на некоторые иные виды товаров сельскохозяйственного происхождения распространяется лимитирование темпов роста цен, а также их верхнего порога (в отношении продукции, направляемой в переработку).

Параллельно в стране ведется постоянный мониторинг соблюдения указанных норм, в том числе и крестьянскими хозяйствами. Его результаты периодически освещаются в официальных источниках [2]. Упростить данную процедуру и одновременно усилить контроль над стоимостью продукции, рассматриваемой категории субъектов можно посредством введения индикативных цен на ее широкий перечень, которые действовали бы на постоянной основе, а их превышение требовало бы согласования. Однако важно учесть и вероятность формирования привлекательных условий поставок за рубеж. Это обуславливает правомерность взаимоувязки внутренних индикативных цен на продукты, произведенные фермерами, с экспортными, а также установления обязательных объемов реализации последних на национальном рынке для упреждения их дефицита.

Кроме названного выше следует также доработать правила выплаты торговле бонусов со стороны поставщиков. В частности, в настоящее время постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 713 запрещается вознаграждение ретейлеров в связи с приобретением ими определенного количества продовольственных товаров белорусского производства, тогда как на импортный продукт такие ограничения не распространяются. Параллельно постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь № 39 «О предоставлении стимулирующих выплат» [3] конкретизировано, что подобные выплаты все же допускаются в отношении отечественного продовольствия, за исключением 54 позиций, приведенных в приложении. Их размеры должны устанавливаться в процентах от общей стоимости товаров, приобретенных субъектами торговли. При этом применительно к белорусским производителям действует, во-первых, требование утверждения величины стимулирующих выплат локальными правовыми актами, которые надлежит размещать на их официальных сайтах в сети Интернет, и, во-вторых, запрет на установление особых правил поощрения отдельных ретейлеров. Но национальные поставщики обязаны обеспечить прозрачность своей информации о готовности выплатить вознаграждение в том или ином объеме, что позволяет зарубежному конкуренту ознакомиться с ней и, широко не афишируя, предложить наиболее выгодные условия сотрудничества (так как аналогичного требования к ним не предъявляется).

В рамках сложившейся законодательной базы белорусские поставщики имеют право на выплату рассматриваемого вида бонусов по продовольственным товарам до 5 % их общей стоимости. Одновременно допускаются вознаграждения за рекламу и проведение дегустаций в торговых объектах. Их совокупный размер не может превышать 1 % общей стоимости всех рекламируемых и дегустируемых изделий, поставленных в месяце, в котором оказывались данные услуги. Все это лимитирует выплаты бонусов, но чем выше стоимость товара, тем выше их сумма, что в определенных случаях может ориентировать розничную торговлю на продвижение более дорогого продукта. К тому же поддержи-

вается ее заинтересованность в реализации импортного продовольствия, так как оно, по сути, выводится из-под соответствующего регулирования. С учетом сказанного предлагается распространить ограничения на уплату бонусов в отношении ввезенных в республику продуктов питания, а также в целом установить границы поощрения ретейлера с привязкой не к процентам от стоимости поставки, а к базовым величинам (при этом в обязательном порядке принимая во внимание необходимость удовлетворения потребности в товарах критического импорта).

В качестве *неценовых мер* поддержки реализации белорусского продовольствия в первую очередь следует назвать Рекомендации по насыщению внутреннего рынка товарами отечественного производства для производителей и субъектов торговли [4], опубликованные МАРТ в конце I квартала 2025 г. Они достаточно взвешенно и грамотно позволяют решить ряд вопросов. Вместе с тем их анализ выявил некоторые недоработки. Так, в документе упоминается норма по размещению в прикассовых зонах магазинов и павильонов преимущественно национальных товаров. Но нет четкого понимания, насколько масштабным должно быть такое преимущество. Например, в продовольственных торговых объектах в данных местах раскладываются сахаристые кондитерские изделия (хотя это наблюдается и в магазинах других профилей). Если вести речь о конфетах и шоколаде, то отечественная продукция может составить достойную конкуренцию импортной, в то же время по позиции «жевательная резинка» – нет. Это требует детализации того, как следует предоставлять соответствующие преференции: в общей сумме всех товаров или отдельно по их видам с учетом специализации ретейлера [4].

На основе рекомендаций, менее чем через месяц после их публичного освещения, также под началом МАРТ была запущена процедура подписания Соглашения о сотрудничестве в области повышения эффективности продаж товаров отечественного производства [5]. Количество его участников планомерно приближается к 1 тыс. Присоединение к документу носит добровольный характер. Одним из основополагающих аспектов его реализации названо доведение удельного веса продаж белорусского продовольствия в розничном товарообороте организаций торговли в 2025 г. до 85 %. Фактическое же значение данного показателя существенно ниже, указывая на то, что и здесь требуются дополнительные меры.

Безусловно, вышеназванное соглашение призвано усилить позиции национального продукта внутри страны. Вместе с тем существует угроза, что оно будет рассмотрено государствами – членами ЕАЭС как барьер для входа на белорусский рынок. В соответствии со ст. 75 Договора о Евразийском экономическом союзе его участники обязаны установить в своих странах запрет на достижение договоренностей между органами государственной власти, органами местного самоуправления или между ними и хозяйствующими субъектами, если таковые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению

конкуренции [6]. Эта норма прописана и в актуальной редакции Закона Республики Беларусь № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (в ст. 23) [7].

По названной причине целесообразно предусмотреть возможность изменения формата соглашения. Его следует заключить между непосредственно Ассоциацией розничных сетей Беларуси и поставщиками, отведя при этом МАРТ и другим заинтересованным ведомствам консультативную роль на предмет формирования содержания документа таким образом, чтобы были учтены легитимные интересы всех сторон, а также наделив их надзорной функцией в части соблюдения национального и международного законодательства.

В качестве альтернативы можно предложить использовать российскую практику торгово-закупочных сессий. Как правило, подобные мероприятия проходят в рамках продвижения регионального продукта. Их организуют местные власти для обеспечения более тесного взаимодействия субъектов торговли и производителей по разным товарным группам. Смысл таких сессий заключается в предоставлении поставщикам и ретейлерам как можно более широких возможностей для презентации своей продукции и освещения условий работы, достижения договоренностей с регулятором локального уровня, а также подписания соглашений о сотрудничестве [8].

Необходимо дополнить, что республика уже имеет сходный опыт. Так, весной 2025 г. в Белорусской торгово-промышленной палате прошла торгово-закупочная сессия представителей ООО «АШАН» и 62 отечественных предприятий, которые презентовали свою продукцию и провели дегустацию [9]. При этом в стране неоднократно организуются форумы ретейлеров и поставщиков «Трейд Диалог», где отчасти прорабатываются упомянутые выше вопросы [10].

Полезной также может быть и российская инициатива функционирования центров «Мой бизнес», ориентированная на содействие развитию малого и среднего предпринимательства. С ее помощью осуществляется поддержка рекламных кампаний, сертификация продукции, регистрация товарных знаков, создание сайтов и интернет-магазинов и т. д. Причем часто эта помощь оказывается на условиях совместного финансирования: за счет средств производителя – от 20 %, бюджета – до 80 % [11].

Заключение

Подытоживая, можно констатировать, что в Беларуси ведется постоянный контроль над показателем удельного веса реализации отечественного продовольствия на внутреннем рынке. Его динамика в последние годы демонстрирует нисходящий тренд, что противоречит установкам развития национальной экономики.

Для исправления ситуации государством принимаются многочисленные ценовые и неценовые меры, призванные повысить заинтересованность производи-

телей и ретейлеров, функционирующих на территории страны, в наращивании объемов продаж отечественного продукта и обеспечить его как можно большую привлекательность для покупателя. Однако анализ показал, что требуется их рационализация. Необходима доработка норм постановления Совета Министров Республики Беларусь № 713, затрагивающая вопросы совершенствования правил ограничения уровней рентабельности производителей, освобождения крестьянских (фермерских) хозяйств от составления экономических расчетов отпускных цен, а также выплаты бонусов субъектам торговли. Немаловажной представляется и оптимизация различных направлений организационного механизма продвижения белорусского товара:

- конкретизация требований к его выкладке на полке;
- снятие проблемных вопросов, касающихся формата соглашения между поставщиками и ретейлерами в части реализации национального продукта;
- финансовая поддержка малого и среднего бизнеса в сфере торговли белорусским продовольствием.

При этом, исходя из складывающейся ситуации, целесообразно более активно задействовать ресурсы местных органов власти в решении накопившихся проблем.

ПРИМЕЧАНИЕ

Исследование выполнено в рамках ГПНИ «Социально-экономическая, политическая и национально-культурная безопасность белорусской государственности» на 2026–2030 годы, подпрограмма «Экономика», НИР 3.08.1 «Научно-методические основы экономического регулирования структуры стоимости конкурентоспособных и технологически независимых производственно-сбытовых цепочек АПК» (№ ГР 20260305).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О системе регулирования цен: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 19 окт. 2022 г. № 713: в ред. от 3 дек. 2025 г. № 701 // ilex: информ. правовая система (дата обращения: 03.03.2026).
2. К справедливым ценам... // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. – URL: <http://mart.gov.by/news/novost/a-shtrafy-vse-bolshe/> (дата обращения: 04.05.2026).
3. О предоставлении стимулирующих выплат: постановление М-ва антимонопол. регулирования и торговли Респ. Беларусь от 16 июня 2023 г. № 39: в ред. от 9 дек. 2025 г. № 77 // ilex: информ. правовая система (дата обращения: 03.03.2026).
4. Рекомендации по насыщению внутреннего рынка товарами отечественного производства для производителей и субъектов торговли // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. – URL: <https://mart.gov.by/news/novost/rekomendatsii-po-nasyshcheniyu-vnutrennego-rynka-tovarami-otechestvennogo-proizvodstva-proizvoditelya/> (дата обращения: 04.05.2026).
5. Соглашение о сотрудничестве в области повышения эффективности продаж товаров отечественного производства: заключено в г. Минске 11 апр. 2025 г. // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. – URL: <https://mart.gov.by/2024-god/Soglaseniye%20akhtualnoe.pdf> (дата обращения: 26.05.2025).

6. Договор о Евразийском экономическом союзе: подписан в г. Астане 29 мая 2014 г.: в ред. от 25 мая 2023 г.: с изм. и доп. вступ. в силу с 24 июня 2024 г. // Евразийская экономическая комиссия. – URL: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/222/bifmr5rkj91orf6wc3yg26olge6h0wej/Dogovor.pdf> (дата обращения: 04.05.2026).

7. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Респ. Беларусь от 12 дек. 2013 г. № 94-З: в ред. от 16 марта 2026 г. № 134-З // іlex: інформ. правова система (дата обращения: 04.05.2026).

8. Шорохов, Р. Первая торгово-закупочная сессия торговых сетей стартовала в Вологде / Р. Шорохов // РБК. – URL: <https://vo.rbc.ru/vo/12/09/2025/68c3ffe39a7947fa40245d6d?ysclid=mhhkcozspnj614450506>. – Дата публ.: 12.09.2025.

9. Торгово-закупочная сессия ООО «АШАН» и предприятий Республики Беларусь // Белорусская торгово-промышленная палата. – URL: <https://www.cci.by/o-palate/novosti/torgovo-zakupochnaya-sessiya-ooo-ashan-i-predpriyatiy-respubliki-belarus/> (дата обращения: 04.05.2026).

10. «Трейд Диалог – 2024»: ритейл, маркетплейсы и искусственный интеллект // ПРОДУКТ.BY. – URL: <https://produkt.by/storys/riteyl/treyd-dialog-2024-riteyl-marketpleysy-i-iskusstvennyy-intellekt> (дата обращения: 04.05.2026).

11. Шиханов, А. Как в регионах помогают местным производителям продуктов питания / А. Шиханов // Российская газета. – URL: https://rg.ru/2024/09/03/reg-cfo/v-korzine-svoe.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.by%2F. – Дата публ.: 03.09.2024.

Поступила в редакцию 06.05.2026

Сведения об авторе

Тетёркина Алла Михайловна – ведущий научный сотрудник сектора ценообразования, кандидат экономических наук, доцент

Information about the author

Teterkina Alla Mikhailovna – Leading Researcher of the Pricing Sector, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor