

Рекомендации по обеспечению соблюдения положений Доктрины национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь

I. Общая часть

Продовольственная безопасность является важнейшей составляющей национальной безопасности и необходимым условием реализации стратегического национального приоритета – обеспечение высоких жизненных стандартов населения и условий для гармоничного развития личности.

Доктрина национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.12.2017 № 962 (далее – Доктрина), основывается, в том числе, на новых условиях обеспечения национальной продовольственной независимости.

Продовольственная независимость государства оценивается по десяти группам продуктов (зерно, молоко, мясо, сахар, масло растительное, картофель, овощи, фрукты и ягоды, яйца, рыба) и следующим уровням:

оптимистический – достаточный для обеспечения потребности внутреннего рынка за счет собственного производства на 80 – 85 процентов, импорта – 15 – 20 процентов;

недостаточный – уровень производства, который обеспечивает потребность внутреннего рынка более чем на 60 процентов, но менее чем на 80 процентов;

критический – уровень производства, ниже которого наступает ослабление экономической безопасности.

Обеспечение национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь сопряжено с влиянием внешних и внутренних факторов и угроз.

Внешние угрозы являются следствием состояния макроэкономики и открытости национальной экономики, в том числе:

неблагоприятное изменение конъюнктуры мирового рынка (повышение цен или снижение объемов предложения);

импорт продовольствия, не соответствующий требованиям высокого качества и здорового питания.

Для оценки состояния национальной продовольственной безопасности используются индикаторы и их пороговые значения, отклонение от которых свидетельствует о снижении уровня защищенности национальных интересов и ситуации, требующей принятия соответствующих мер регулирования.

Одним из **индикаторов** экономической доступности сельскохозяйственной продукции и продовольствия является **доля продажи продовольственных товаров отечественного производства** организациями торговли на внутреннем рынке в общем объеме продаж – **не менее 85 процентов**.

Доля реализации организациями торговли товаров отечественного производства по основным группам, определяющим продовольственную независимость государства, за январь-сентябрь 2023 года:

достаточна – по мясу и мясным продуктам (реализация товаров отечественного производства организациями торговли составила 99,7 процента), сахару (99,5 процента), сырам (95,8 процента), маслу сливочному (100 процентов), картофелю (88,2 процента), яйцам (100 процентов), муке (93,7 процента);

недостаточна – по маслу растительному (10,2 процента), фруктам и орехам (12,1 процента), яблокам (53,9 процента), рыбе (11,2 процента), макаронным изделиям (65,9 процента).

Среди главных **критериев** достижения цели по развитию национальной продовольственной безопасности до 2030 года, установленных Доктриной, – **снижение доли продовольственных товаров импортного производства в объеме продаж организаций торговли на внутреннем рынке до 14 процентов к 2030 году.**

Вместе с тем за январь-сентябрь 2023 года доля импортных продовольственных товаров в продаже организациями торговли составила 22,1 процента. Высокой остается доля отдельных импортных продуктов в розничном товарообороте организаций торговли: фруктов – 87,9 процента, масла растительного – 89,8 процента, рыбы – 88,8 процента, крупы гречневой – 65,8 процента, сахаристых кондитерских изделий – 47,4 процента, фруктовых и овощных соков – 28,8 процента, макаронных изделий – 34,1 процента.

II. Рекомендации по обеспечению соблюдения положений Доктрины

В целях обеспечения продовольственной независимости страны, экономической доступности жизненно необходимых продуктов питания всем категориям населения в полном объеме МАРТ рекомендует:

1. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами с использованием торговых объектов, обеспечить:

1.1. достижение удельного веса продовольственных товаров отечественного производства в объеме розничного товарооборота организации по итогам 2023 года на уровне не ниже 85 процентов;

1.2. размещение и выкладку товаров отечественного производства на торговой площади каждого магазина, павильона, размер которой не менее, чем размер торговой площади, отведенной под размещение соответствующих категорий

(подкатегорий) товаров импортного производства, в визуально и физически доступных местах способами согласно приложению к настоящим Рекомендациям;

1.3. размещение в прикассовых зонах магазинов, павильонов преимущественно товаров отечественного производства, за исключением товаров, аналоги которых не производятся в Республике Беларусь;

1.4. обозначение мест размещения и выкладки товаров отечественного производства информационной надписью «Сделано в Беларуси» или аналогичными способами согласно приложению.

2. Субъектам торговли, реализующим продовольственные товары с использованием сети Интернет, а также собственникам (владельцам) информационных ресурсов, оказывающих субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими субъектами торговли розничной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин, обеспечить:

2.1. наличие в продаже товаров отечественного производства;

2.2. при запросе покупателем конкретного товара обеспечить первоочередное размещение предложений о заключении договора розничной купли-продажи товаров отечественного производства;

2.3. визуальное (информационное) обозначение товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов, электронных торговых площадок (например, цветами Государственного флага Республики Беларусь, белорусским орнаментом и т.п.);

2.4. техническую возможность выборки товаров отечественного производства на сайтах интернет-магазинов, электронных торговых площадок по специальному поисковому запросу (например, «производство Беларусь» и т.п.);

2.5. расширение сервисов доставки товаров отечественного производства;

2.6. внедрение мобильных приложений для продажи товаров отечественного производства с использованием сети Интернет.

III. Заключительные положения

Настоящие Рекомендации подлежат размещению на официальном сайте МАРТ и вступают в силу с 15 ноября 2023 г.

СПОСОБЫ размещения и выкладки товаров отечественного производства в визуально и физически доступных местах, обозначения мест размещения и выкладки товаров отечественного производства

Размещение товаров – распределение товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения.

Выкладка – способы расположения, укладки и демонстрации товаров в торговом зале на торговом оборудовании.

Первичная выкладка – расположение товара среди схожих товаров (групп, категорий товаров) других производителей или торговых марок на традиционных торговых площадях – полках, витринах. Эта выкладка всегда приоритетна.

Вторичная выкладка (дополнительные точки продаж) – расположение товара на нетрадиционных торговых площадях (нестандартные конструкции – дисплеи, стойки, корзины, различные «горки» и «пирамиды» из товаров, специальные брендированные стеллажи и др.), которое дублирует выкладку товаров в основном месте продажи. Вторичная выкладка производится из одного товара или из товаров одного производителя.

Указанная норма считается выполненной при размещении и выкладке товаров отечественного производства в торговом зале с соблюдением следующих условий:

ВИЗУАЛЬНО

- в целом обеспечена обозреваемость товаров отечественного производства, позволяющая показать покупателям весь имеющийся ассортимент товаров отечественного производства (ширина и глубина выкладки);
- товар должен располагаться так, чтобы покупатель имел возможность его рассмотреть без дополнительных усилий и приспособлений, все

товары отечественного производства должны выкладываться фронтально, лицевой стороной (этикетками и рисунками на упаковке) в сторону, обращенную к покупателю;

- товар отечественного производства должен иметь достаточный «фейсинг» (определенное количество товаров в одинаковой упаковке, выставляемых на полке), не менее чем аналогичный товар иностранного производства, в том числе товар СТМ, расположенный рядом;
- выкладка товаров отечественного производства производится способом, позволяющим покупателям визуально выделить указанные товары от иных товаров, и сопровождается информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, воблеры, ленты и др.).

ФИЗИЧЕСКИ ДОСТУПНЫЕ МЕСТА

- товары отечественного производства размещаются и выкладываются в торговом зале таким образом, чтобы обеспечивались свободный проход и доступ к ним покупателей без дополнительных физических усилий;
- товары отечественного производства выкладываются в большом количестве (максимальное количество SKU с учетом соблюдения ассортиментного перечня товаров) таким образом, чтобы покупатель мог легко взять их.

ВЫКЛАДКА ТОВАРА

Горизонтальная

- тот или иной товар размещается вдоль по всей длине оборудования, на самой нижней полке размещается товар самых больших размеров, товар выкладывается слева направо по уменьшению объема;
- уровень расположения товаров отечественного производства на стеллажах: 2 – 3-я полки сверху на уровне глаз и рук покупателей, не ниже 110 ± 20 см от пола;
- длина выкладки товаров отечественного производства соразмерна длине, занимаемой аналогичными товарами иностранного производства, в том числе товарами СТМ, в случае значительного (в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, длина выкладки таких товаров не должна превышать длину выкладки товаров отечественного производства более чем в 2 раза);

- при одинаковом количестве SKU товаров отечественного и иностранного производства, в том числе товаров СТМ, не допускается дублирование только последних.

Вертикальная

- однородные товары выкладываются на полках по вертикали. сверху вниз;
- ширина выкладки товаров отечественного производства не менее 40–50 см или соразмерна ширине, занимаемой аналогичными товарами иностранного производства, в том числе товарами СТМ (в случае значительного (в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, ширина выкладки таких товаров не должна превышать ширину выкладки товаров отечественного производства более чем в 2 раза).

Комбинированная

- сочетание горизонтального и вертикального способов выкладки товаров;
- уровень расположения товаров отечественного производства на стеллажах: 2 – 3-я полки сверху на уровне глаз и рук покупателей, не ниже 110 ± 20 см от пола, ширина выкладки товаров отечественного производства не менее 40-50 см (в случае значительного (в 3 и более раз) преобладания количества SKU товаров иностранного производства, ширина выкладки таких товаров не должна превышать ширину выкладки товаров отечественного производства более чем в 2 раза).

Дисплейная (дополнительная точка продаж)

- отдельно стоящий фирменный стенд или стойка, не привязанные к основной точке продажи этого товара;
- максимально доступное размещение фирменного оборудования в центре зала или недалеко от входа, позволяющее покупателям визуально выделить отечественные товары, может сопровождаться информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, wobлеры, ленты и др.).

Паллетная

- расположение товара одного наименования на паллете и похожей конструкции в одном конкретном месте;

- отечественные товары выделяются визуально крупным ценником и сопровождаются информационной надписью «Сделано в Республике Беларусь/Зроблена ў Беларусі» или иными надписями, средствами и способами (POS-материалы, баннеры, воблеры, ленты и др.).

Общая

- полка (стенд, стойка, паллет и др.) должна быть максимально заполнена отечественным товаром в глубину;
- в случае отсутствия в данной категории товаров отечественного производства, места и (или) полочное пространство заполняются другими товарами по усмотрению