

УДК 334.735

**В. Н. Иванов** (press@bks.by),  
 Председатель Правления  
 Белорусского республиканского союза  
 потребительских обществ

## ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматривается состояние и развитие потребительской кооперации в современных условиях, ее место и роль на рынке. Предлагаются основные направления дальнейшего развития отраслей системы: торговли, общественного питания, заготовок, промышленности, звероводства.

The article considers state and development of consumer cooperatives in current conditions, its place and role in the market. The main directions of further development of trading, catering, extraction, industrial, and animal-breeding systems were proposed.

**Ключевые слова:** потребительская кооперация; направления развития отраслей потребительской кооперации; розничный товарооборот потребительской кооперации; заготовки потребительской кооперации; сохранность сельскохозяйственной продукции; зверохозяйства; кооперативная промышленность.

**Key words:** consumer cooperatives; directions for the development of consumer cooperatives' sectors; retain turnover of consumer cooperatives; extractions of consumer cooperatives; safety of farm products; fur-farm; cooperative industry.

### Введение

*Потребительской кооперации Беларуси удалось сохранить достаточно высокие позиции на рынке по сравнению с аналогичными структурами стран постсоветского пространства. Несмотря на важнейшую социальную роль потребительской кооперации, которая заключается в торговом обслуживании деревень, оказании услуг сельскому населению, закупке и закладке сельскохозяйственной продукции на хранение, существует ряд проблем в системе, которые следует решать незамедлительно. Возросшая активность конкурентов Белкоопсоюза является главной угрозой эффективной деятельности системы. Поэтому цель данной статьи заключается в определении первоочередных направлений укрепления позиций потребительской кооперации на рынке и повышения ее роли в экономике Республики Беларусь.*

Потребительская кооперация является общественно-массовой многоотраслевой хозяйственной организацией. Более чем за столетний период своего развития она сформировалась в крупный социально ориентированный сектор экономики и стала органичной частью народнохозяйственного комплекса Республики Беларусь. Сегодня она объединяет 670,6 тыс. пайщиков, обеспечивает занятостью около 83,3 тыс. чел. (по списочной численности). Ее услугами пользуются 3 413,9 тыс. чел. (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика численности населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, на 1 января 2010–2014 годов

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014
Численность населения Республики Беларусь, тыс. чел.	9 500	9 481,2	9 465,2	9 463,8	9 468,1
Численность населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, тыс. чел.	3 431	3 656,2	3 586,1	3 514	3 413,9
Темп роста численности населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, % к предыдущему году	–	106,56	98,08	97,99	97,15

Удельный вес численности населения, обслуживаемого потребительской кооперацией, в численности населения Республики Беларусь, %	36,12	38,56	37,89	37,13	36,06
Численность пайщиков, тыс. чел.	1 269,7	1 195,8	998,2	694,1	670,6
Темп роста численности пайщиков, % к предыдущему году	–	94,18	83,48	69,54	96,61
Удельный вес пайщиков в численности обслуживаемого населения, %	37,01	32,71	27,84	19,75	19,64
Примечание — Таблица разработана автором на основе источников [1–7].					

Однако численность населения республики сократилась за пять последних лет с 9 500 тыс. чел. до 9 468,1 тыс. чел., или на 0,3%, а сельского населения – на 0,5%. За этот же период численность населения, обслуживаемого системой потребительской кооперации, снизилась до 3 413,9 тыс. чел. (на 0,5%). Учитывая то, что 64,2% численности обслуживаемого населения составляют сельские жители, количество которых за анализируемый период снижается быстрее, можно сделать вывод, что данная тенденция в первую очередь обусловлена естественным движением населения. Численность пайщиков сократилась почти в два раза. Их удельный вес к численности обслуживаемого населения в настоящее время составил 19,64%.

Основным видом деятельности потребительской кооперации является розничная торговля, индикатором развития которой служит роль в формировании общего объема розничного товарооборота Республики Беларусь. Системой потребительской кооперации обеспечивается лишь 7,91% всего розничного товарооборота (таблица 2).

Таблица 2 – Доля рынка товаров народного потребления, занимаемая потребительской кооперацией, за 2009–2013 годы

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
Розничный товарооборот торговых организаций Республики Беларусь, млрд р.	52 033	64 865	112 899	202 309	258 933
В том числе:					
розничный товарооборот потребительской кооперации, млрд р.	4 857	5 786	9 879	16 990	20 475
доля потребительской кооперации в розничном товарообороте торговых организаций, %	9,33	8,92	8,75	8,40	7,91
Примечание – Таблица разработана автором на основе источников [2–8].					

Однако следует принимать во внимание то, что торговая отрасль системы обслуживает только 36,06% населения страны. Кроме того, важным фактором, обуславливающим размер товарооборота, являются денежные доходы населения. Так как основную долю численности обслуживаемого потребительской кооперацией населения составляют сельские жители, доходы у которых на 25% меньше, чем в среднем по стране, то для объективной оценки товарооборота необходимо корректировать долю обслуживаемого населения по уровню доходов. Тем самым мы получим обоснованную долю розничного товарооборота потребительской кооперации, составляющую 10,54%. Данный результат выше на 2,63% по сравнению с официальными данными. Также следует учитывать, что часть денежных доходов сельское население тратит на приобретение отдельного ассортимента непродовольственных товаров (бытовая техника, мебель), предпочитая приобретать их в специализированных магазинах.

Таким образом, одной из проблем, с которой сталкивается потребительская кооперация в ходе организации торгового обслуживания населения, является относительно низкая покупательная способность сельского населения. Специфичность спроса данной группы населения заключается в ограниченности и замедленных темпах роста его покупательных фондов (в отличие от динамики доходов городского населения). В настоящее время наиболее ярко проявились социальные функции потребительской кооперации как системы, защищающей прежде всего малообеспеченные слои населения.

Из 9,7 тыс. магазинов потребительской кооперации 70% расположены в сельской местности, в том числе 1,5 тыс. магазинов – в населенных пунктах с числом жителей менее 100 человек, содержание которых заведомо убыточно. Стоит отметить, что сельский магазин является в некотором роде культурным центром села, местом общения, где формируется общественное мнение.

Сельские магазины торгуют в основном товарами первой необходимости и социально значимыми товарами, к которым в большей степени относятся продовольственные.

В розничном товарообороте потребительской кооперации в 2009 году продовольственные товары занимали 79,7% (таблица 3). За пять лет удельный вес этой группы товаров в розничном товарообороте вырос на 3,2%. Во многом этот рост объясняется «скачком» курса доллара в 2011 году. Оптимальным считается, если в розничном товарообороте продовольственные товары составляют 75%.

Таблица 3 – Структура розничного товарооборота потребительской кооперации за 2010–2013 годы, %

Группа товаров	2009	2010	2011	2012	2013
Продовольственные товары	79,7	80,6	79,9	82,2	82,9
Непродовольственные товары	20,3	19,4	20,1	17,8	17,1

Примечание – Таблица разработана автором на основе источников [3–6; 8].

Потребительская кооперация занимается также организацией общественного питания. О роли данной отрасли в экономике страны можно судить по данным таблицы 4.

Таблица 4 – Доля потребительской кооперации на рынке общественного питания Республики Беларусь за 2009–2013 годы

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
Розничный товарооборот общественного питания Республики Беларусь, млрд р.	2 703	3 271	5 573	10 320	13 488
В том числе:					
потребительской кооперации, млрд р.	531	600	1 004	1 716	2 117
доля потребительской кооперации в розничном товарообороте общественного питания, %	19,64	18,34	18,02	16,63	15,70

Примечание – Таблица разработана автором на основе источников [2–8].

Потребительская кооперация в настоящее время формирует 15,7% розничного товарооборота общественного питания. За последние пять лет ее доля снизилась на 3,94%. Это объясняется в первую очередь тем, что значительный удельный вес в товарообороте общественного питания потребительской кооперации формируют доходы столовых по организации школьного питания с регулируемой государством ценовой политикой, что не позволяет свободно реагировать на рыночную конъюнктуру.

Позиции потребительской кооперации на рынке в последние годы в связи с внедрением торговых сетей значительно ухудшились. Сетевые структуры занимают наиболее эффективные для торговли площадки в районных центрах и городах, как правило, не неся при этом никакой социальной нагрузки. При этом они создают не совсем добросовестную конкуренцию. Так, удельный вес товаров иностранного происхождения в розничном товарообороте страны составил 29%, в потребительской кооперации – 7%, а в отдельных торговых сетях – свыше 40%.

По сравнению с торговыми сетями Белкоопсоюз несет дополнительные затраты, выполняя некоторые социальные функции. Поэтому и уровень расходов на оплату труда у него в 1,5 раза выше, чем в торговых сетях, не говоря уже о расходах на содержание торговых объектов, доставку товаров, обслуживание товарных запасов. Сохраняющаяся тенденция ежегодной потери потребительской кооперацией своих позиций еще более усугубляет ситуацию.

Доля Белкоопсоюза в товарообороте страны падает, что приводит к снижению значимости системы и в дальнейшем, без принятия кардинальных мер, возникнет вопрос о целесообразности ее существования. Для укрепления позиций потребительской кооперации необходимо принять меры по повышению конкурентоспособности системы в целом, каждой организации и отрасли деятельности. Необходимо более активно развивать торговлю на экономически эффективных площадках райцентров и крупных населенных пунктов. С этой целью планируется в ближайшие два года открыть 55 крупных торговых объектов площадью свыше 500 м<sup>2</sup> в городах, не менее 90 магазинов шаговой доступности. Это позволит получить дополнительно прирост товарооборота, равный 2,2 трлн р. в год.

Предприняты первые шаги по созданию в потребительской кооперации единого оптового оператора на базе разрозненных оптовых предприятий Белкоопсоюза, облпотребсоюзов, распределительных складов райпо. Это позволит повысить конкурентоспособность потребительской кооперации, улучшить структуру товарооборота, исключить злоупотребления.

Увеличится число автомагазинов и периодичность их курсирования до трех раз в неделю вместо двух. Необходимо предусмотреть маршруты работы автолавок для населенных пунктов большой протяженности, имеющих стационарные магазины, недоступные отдельным категориям жителей в силу их возраста и здоровья.

Для повышения эффективности работы объектов общественного питания необходимо преобразовывать объекты общественного питания в центры организации досуга с оказанием широкого спектра услуг (концертные программы, караоке, выигрышные программы, ведение торжеств), развивать придорожный сервис (с этой целью в ближайший период предполагается открыть 11 новых объектов общественного питания), совершенствовать технологии действующих объектов придорожного сервиса с активным внедрением белорусской национальной кухни.

Помимо основного вида деятельности потребительская кооперация осуществляет заготовки более 30 видов сельскохозяйственной продукции и сырья. Основными источниками заготовок сельскохозяйственной и дикорастущей продукции и сырья являются сельскохозяйственные организации и хозяйства населения, в том числе крестьянские (фермерские) хозяйства. Поэтому оценить место потребительской кооперации в заготовительной отрасли Республики Беларусь в силу специфики деятельности Белкоопсоюза достаточно сложно. В некоторой степени это можно проследить по динамике показателей в этой отрасли, представленной в таблице 5. Данные таблицы свидетельствуют о том, что устойчивая тенденция ежегодного снижения объемов закупок у населения наблюдается только по закупкам мелкого кожевенного сырья, чего нельзя отметить по другим видам продукции и сырья. Тем не менее, в целом за пять лет снизились закупки дикорастущих плодов и ягод, грибов, растительного сырья, крупного и мелкого кожевенного сырья, вторичных текстильных материалов.

Таблица 5 – Динамика объемов закупок у населения потребительской кооперацией Республики Беларусь за 2010–2013 годы

Вид продукции	В % к предыдущему году				В % к 2009 году
	2010	2011	2012	2013	
1. Картофель	143,4	82,5	75,4	129,9	115,9
2. Овощи	96,5	105,5	101,2	132,0	135,9
3. Плоды и ягоды	100,4	57,3	196,0	63,0	71,0
4. Дикорастущие плоды и ягоды	52,0	135,9	135,8	66,7	64,0
5. Грибы	122,3	71,2	91,7	75,2	60,0
6. Растительное сырье	77,4	51,0	80,1	146,4	46,3
7. Мясо и мясопродукты	79,0	36,7	133,3	170,8	66,1
8. Кожевенное сырье:					
крупное	85,0	42,1	101,1	140,4	50,8
мелкое	80,0	71,9	73,9	94,1	40,0
9. Лом черных металлов	209,6	141,9	106,4	91,6	290,0
10. Лом цветных металлов	121,4	129,4	113,6	144,0	257,1
11. Вторичные текстильные материалы	50,0	133,3	114,3	81,3	61,9
12. Макулатура	98,0	100,5	102,0	106,5	107,0
13. Вторичное полимерное сырье	100,0	100,0	121,4	123,5	150,0
14. Стеклобой	96,5	94,5	119,2	111,3	121,1
Примечание – Таблица разработана автором на основе источников [2–6].					

Потребительская кооперация не в полной мере использует резервы роста закупок сельскохозяйственной и дикорастущей продукции у населения и ее переработки традиционными методами. С целью увеличения закупок у населения сельскохозяйственной и дикорастущей продукции планируется обеспечить стимулирование заготовок встречной продажей населению семян, саженцев, удобрений, средств производства; совершенствовать организацию договорной формы производства продукции в личных подсобных хозяйствах граждан; привлекать к заготовкам все объекты потребительской кооперации; развивать сети специализированных передвижных заготовительных пунктов; уделить особое внимание закупкам грибов и дикорастущих плодов и ягод, так как их ресурсы осваиваются потребительской кооперацией крайне недостаточно. В этих целях в 2014 году будет организована работа 690 стационарных и 120 передвижных приемозаготовительных пунктов с их дислокацией в местах массового сбора дикорастущей продукции. К организации

заготовок будут подключены все магазины, не менее 1500 внештатных заготовителей, в том числе 500 – с личным автотранспортом.

Главная задача – обеспечить сохранность закупленной сельскохозяйственной продукции, создавая в имеющихся у потребительской кооперации хранилищах соответствующие условия.

Планируется реконструировать скотоубойные пункты для обеспечения их эффективного использования и соблюдения санитарно-ветеринарных и технологических требований.

Важным видом деятельности системы потребительской кооперации является и промышленное производство. Промышленность потребительской кооперации специализируется на производстве пищевых продуктов, среди которых рыба пищевая, колбасные изделия, мясо и мясные полуфабрикаты, консервы, макаронные изделия, хлеб и хлебобулочные изделия. Роль этой отрасли в национальной экономике страны можно оценить, изучив долю промышленных организаций потребительской кооперации в производстве пищевых продуктов. Данные таблицы 6 свидетельствуют, что потребительской кооперацией производится более 17,73% от общего объема выпуска хлеба и хлебобулочных изделий, свыше 5% мясных полуфабрикатов, более 3% мяса. Необходимо отметить ежегодное снижение удельного веса колбасных изделий, вырабатываемых в промышленности потребительской кооперации. Данная ситуация объясняется тем, что колбасным цехам системы тяжело сохранить свои рыночные позиции наравне с мясокомбинатами, предлагающими населению качественные изделия по более низким ценам.

Таблица 6 – Доля потребительской кооперации в производстве отдельных видов продукции Республики Беларусь за 2005–2010 годы, %

Вид продукции	2009	2010	2011	2012	2013
1. Рыба пищевая	1,84	1,29	1,03	0,83	0,88
2. Колбасные изделия	2,03	1,64	1,38	1,04	1,08
3. Консервы	17,19	15,84	11,43	7,34	5,37
4. Мясо	0,49	3,41	2,78	2,51	3,54
5. Мясные полуфабрикаты	5,77	5,38	5,47	5,03	*
6. Макаронные изделия	2,84	1,49	1,46	0,61	0,38
7. Кондитерские изделия	3,14	3,03	2,79	1,88	1,75
8. Хлеб и хлебобулочные изделия	18,17	18,17	17,82	17,88	17,73
9. Пиво	5,93	5,51	3,39	2,31	2,84
Примечания:					
1. Таблица разработана автором на основе источников [2–6; 8–10].					
2. * – данные отсутствуют.					

Снизился также удельный вес объемов производства системой потребительской кооперации макаронных изделий, консервов, пищевой рыбы. За истекший год изготовлено 35,6 тыс. т хлебобулочных изделий, кондитерских – 1,4 тыс. т, продуктов из мяса – 1,1 тыс. т, мясных полуфабрикатов – 4,9 тыс. т, рыбы пищевой – 336 т, консервов – 1,7 млн условных банок, в том числе плодоовощных – 1,5 млн условных банок, безалкогольных напитков – 380 тыс. дал, минеральной воды – 195 тыс. дал. Удельный вес хлебобулочных изделий, произведенных в потребительской кооперации, в общих объемах республики составляет 20,7%, продуктов из мяса – 1,1, мясных полуфабрикатов – 11, товарной рыбной продукции – 1,6, безалкогольных напитков – 1,9, минеральной воды – 1,6%. Хлебопекарная и кондитерская отрасли в кооперативной промышленности получили стратегическое и приоритетное значение, так как занимают в общих объемах производства промышленной продукции более 35%. В общих объемах республики на протяжении 15 лет Белкоопсоюз удерживает долю производства хлебобулочных изделий свыше 20%. В настоящее время в системе потребительской кооперации действует 68 мясоперерабатывающих цехов. Их техническое состояние в ряде случаев оставляет желать лучшего. Но даже с учетом этого фактора следует признать, что имеющийся производственный потенциал не используется должным образом. Общая мощность колбасных цехов, например, составляет 19,6 т продукции в смену и сократилась в сравнении с 2007 годом в три раза. Между тем производственные мощности колбасного производства в минувшем году были загружены лишь на 32,4% – примерно на таком же уровне, что и семь лет назад. Предпринятые меры по концентрации неэффективно работающих производств и увеличению загрузки наиболее модернизированных предприятий ожидаемого результата не дали. В такой ситуации было принято решение о переспециализации на производство

мясных полуфабрикатов двух цехов, где прежде выпускался широкий ассортимент колбасных изделий и других продуктов из мяса.

Для дальнейшего развития промышленности потребительской кооперации необходимо осуществить модернизацию технологически отсталых производств. Только в 2014–2015 годах планируется обновить 43 объекта с целью увеличения в 1,5 раза объемов переработки закупленной у населения продукции традиционными методами, а также выпуска мясных изделий по «домашним» рецептам в 2 раза.

Имеющиеся консервные предприятия планируется перепрофилировать на увеличение объемов переработки грибов и дикорастущих ягод с выпуском импортозамещающей и экспортноориентированной продукции. С этой целью с китайской стороны ведутся работы по созданию совместного предприятия.

Будет создана логистическая система поставок продукции кооперативной промышленности в ведомственную и другие торговые сети республики и на экспорт.

Для развития звероводческой отрасли потребительской кооперации и укрепления ее конкурентоспособности предлагается реализовать инвестиционный проект строительства зверохозяйства в районе деревни Стриевка Гродненского района, что позволит увеличить объем производства пушно-мехового сырья в Гродненском зверохозяйстве в 2,5 раза, объем экспорта – в 2,8 раза.

Будут модернизированы действующие зверохозяйства, что позволит увеличить объем производства шкурок клеточных пушных зверей в 1,44 раза. Увеличится экспорт готовых изделий из меха за счет более полного использования имеющихся в республике мощностей по переработке сырья и пошива изделий. Для этого ведутся работы по созданию совместного предприятия с греческой компанией.

### **Заключение**

Таким образом, потребительская кооперация, являясь многоотраслевой хозяйственной организацией, обслуживает более 35% населения Республики Беларусь, из которого 64,2% являются сельскими жителями. Розничная торговля Белкоопсоюза формирует 7,91% розничного товарооборота Республики Беларусь. В последние пять лет сложилась устойчивая тенденция снижения этого показателя. Розничный товарооборот общественного питания потребительской кооперации занимает 15,7% в товарообороте Республики Беларусь. Практически по всем производимым видам продукции снизилась доля рынка, занимаемая промышленностью потребительской кооперации. По восьми из пятнадцати видов сельскохозяйственной продукции и сырья, закупаемых у населения, получено снижение объемов закупок. Таким образом, оценка развития основных отраслей потребительской кооперации показывает, что Белкоопсоюз постепенно теряет свою долю рынка и снижает индикаторы финансового состояния. Хотя по системе за 2013 год и получено 208 млрд р. чистой прибыли, но рентабельность составляет всего 0,7%.

Есть субъективные причины неэффективной работы – некоторая пассивность кадров, неподготовленность их к работе в конкурентной среде, отсутствие современных технологий, деловой хватки и предприимчивости, медлительность в реализации мероприятий по развитию отраслей.

В связи с этим предлагается предпринять ряд мер по повышению эффективности работы потребительской кооперации, которые позволят активизировать деятельность каждой из отраслей, укрепить позиции на рынке, повысить конкурентоспособность как в целом системы потребкооперации, так и отдельных кооперативных организаций и отраслей деятельности. В торговле предполагается в кратчайшие сроки завершить работу по созданию единого оптового оператора на базе оптовых предприятий Белкоопсоюза, облпотребсоюзов, распределительных складов райпо. По общему мнению, его отсутствие не позволяет обеспечить конкурентоспособность торговых объектов потребкооперации, так как цены на отдельные товары, прежде всего критического импорта, выше, чем в торговых сетях. Акцент будет сделан также на развитие торговой сети в райцентрах и городах, причем как за счет открытия крупных торговых объектов площадью более 500 м<sup>2</sup>, так и новых магазинов шаговой доступности. Жители малых сельских населенных пунктов, в которых отсутствует стационарная торговая сеть, не реже трех раз в неделю будут обслуживаться автомагазинами. Особое внимание будет обращено на наведение порядка в торговых объектах, неукоснительное соблюдение правил торговли. В ближайшие два года необходимо завершить работу по приведению в порядок всех имеющихся хранилищ с созданием условий для обеспечения сохранности продукции, продолжится реконструкция скотоубойных пунктов. В производственной сфере намечено обеспечить рост выручки от реализации продукции промышленности на одного

работающего не менее чем в два раза. При этом основной акцент будет сделан на увеличение объемов переработки закупленной у населения продукции так называемыми традиционными методами, а также выпуска мясных изделий по «домашним» рецептам с последующей организацией поставок на экспорт. В целях оптимизации организационной структуры планируется создавать межрайонные потребительские общества. Параллельно с сокращением численности работников, прежде всего административно-управленческого персонала, будет установлен жесткий контроль за соблюдением опережающих темпов роста производительности труда над заработной платой.

### Список литературы

1. **Беларусь** в цифрах : стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – 75 с.
2. **Основные** итоги работы потребительской кооперации за 2008–2012 годы, задачи на 2013–2015 годы / Белкоопсоюз. – Минск, 2013. – 76 с.
3. **Основные** показатели деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь / Белкоопсоюз. – Минск, 2014. – 34 с.
4. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2010 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2011. – 71 с.
5. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2011 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2012. – 65 с.
6. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2012 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2013. – 64 с.
7. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь. 2013 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – 578 с.
8. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2009 год : стат. сб. / Белкоопсоюз. – Минск, 2010. – 73 с.
9. **Промышленность** Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – 264 с.
10. **Статистическое** обозрение Беларуси. 2013 : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – 131 с.
11. **Белкоопсоюз:** соответствовать вызовам времени // Вести потребкооперации. – 2014. – № 5. – С. 1–2.
12. **Лукашенко, А. Г.** Белкоопсоюз: кардинально улучшить работу : концептуальные замечания Президента Республики Беларусь на совещании по вопросу развития потребкооперации страны, 28 января 2014 г. / А. Г. Лукашенко // Информ. бюл. Администрации Президента Респ. Беларусь. – 2014. – № 2. – С. 17–21.
13. **Шимов, В. Н.** Модернизация национальной экономики – императив времени / В. Н. Шимов, Л. М. Крюков // Бел. экон. журн. – 2013. – № 2. – С. 18–42.

*Получено 10.07.2014 г.*