УТВЕРЖДЕН

отраслевой комиссией Министерства торговли и интеграции

 по социальному партнерству и регулированию

социальных и трудовых отношений

в сфере торговли и малого и среднего бизнеса

Протокол №18-1/12

от «28» сентября 2019г.

**«ОТРАСЛЕВАЯ РАМКА КВАЛИФИКАЦИЙ:**

**Малый и средний бизнес (торговля)»**

Нур-Султан-2019

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Список сокращений и условных обозначений | 3 |
|  | Введение | 4 |
| 2 | Анализ отрасли | 5 |
| 2.1 | Методология разработки ОРК | 5 |
| 2.2 | Анализ современных тенденций развития отрасли | 5 |
| 2.2.1 | Размер сектора | 5 |
| 2.2.2 | Занятость в отрасли | 12 |
| 2.2.3 | Распределение предприятий и рабочей силы по регионам страны | 15 |
| 2.2.4 | Профессии в отрасли | 20 |
| 2.2.5 | Источники кадров – обучение | 22 |
| 2.2.6 | Ключевые приоритеты в части обучения и развития квалификации | 26 |
| 2.3 | Среда профессиональной деятельности | 32 |
| 2.4 | Краткое содержание квалификаций и провайдеров | 36 |
| 3 | Описание новых технологий, международных тенденций | 38 |
| 4 | Анализ структуры отрасли в профессионально-квалификационном разрезе, новые квалификации | 56 |
| 4.1 | Анализ зарубежного опыта разработки ОКР | 45 |
| 4.2 | Требования, предъявляемые к квалификациям в зарубежной практике | 47 |
| 4.3 | Результаты экспертного опроса «Востребованность профессий для МСБ сферы торговли Казахстана» | 54 |
| 4.4 | Роль отраслевого объединения работодателей в обеспечении спроса предложения отраслевых квалификаций | 66 |
| 4.5 | Оценка спроса и предложения на рынке труда и перспективы изменений профессионально-квалификационной структуры отрасли | 67 |
| 5 | Описание выбранной дескрипторов отраслевой рамки квалификаций | 70 |
| 5.1 | Соответствие и пересечения ОКЭД и НКЗ НК РК по основным занятиям в отрасли «Торговля» | 70 |
| 5.2 | Описание отраслевой рамки квалификации в сфере «Торговля» по уровням квалификации в соответствии с Национальной рамкой квалификаций | 93 |
|  | Приложения | 105 |

**Список сокращений и условных обозначений**

ОКЭД – общий классификатор видов экономической деятельности Республики Казахстан

НКЗ – Национальный классификатор занятий Республики Казахстан

ОРК – Отраслевая рамка квалификаций

ВВП - Валовой внутренний продукт

ВРП – Валовой региональный продукт

МСП – малое и среднее предпринимательство

ГСМ – горюче-смазочные материалы

ИП – индивидуальный предприниматель

КПН – корпоративный подоходный налог

ИПН – индивидуальный подоходный налог

СЭЗ – Свободная экономическая зона

МЦПС – Международный центр приграничного сотрудничества

ДКБ – дорожная карта бизнеса

ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития

ОРЦ – Оптово-распределительные центры

ЭТП – электронные торговые площадки

ТБ – товарная биржа

**Введение**

Согласно Закону Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года № 544:

* розничная торговля – предпринимательская деятельность по продаже покупателю товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
* оптовая торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием

В соответствии с общим классификатором видов экономической деятельности Республики Казахстан (далее – ОКЭД), отрасль «торговля» поделена на 3 сектора: оптовая торговля, розничная торговля, торговля и ремонт автомобилей и мотоциклов.

Данная классификация послужила основой для составления отраслевой рамки квалификации.

Также для определения уровней и видов профессиональной деятельности в сфере торговли были использованы следующие документы:

* Национальный классификатор занятий Республики Казахстан (НК РК 01-2017)
* Методические рекомендации по разработке и оформлению профессиональных стандартов от 31.01.2019г. №46
* Методические рекомендации по разработке и оформлению отраслевых рамок квалификации от 18.01.2019г. №25
* Национальная рамка квалификаций РК от 16.03.2016г.
* Об утверждении Правил разработки, введения, замены и пересмотра профессиональных стандартов. Приказ Министра здравоохранения и социального развития Республики Казахстан от 28.12.2015 г. № 1035.
* Правила утверждения профессиональных стандартов Национальной палатой предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» от 01.06.2016г.
* Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V ЗРК

Целью ОРК является определение требований к основным занятиям в сфере торговле на основе НРК с учетом современных тенденций и перспектив развития сферы торговли в Республике Казахстан

Основные задачи разработки ОРК:

* Определение современных основных тенденций и перспектив развития отрасли;
* Актуализация и содержание основных профессий в отрасли;
* Описание уровней квалификации по основным рекомендуемым профессиям.

**2. Анализ отрасли**

**2.1 Методология разработки ОРК**

**2.2 Анализ современных тенденций развития отрасли**

**2.2.1 Размер сектора**

Вступление в 2017 году Казахстана во Всемирную торговую организацию ставит ряд новых задач в части формирования современной, прозрачной и соответствующей основным международным подходам национальной системы квалификаций.

Сектор торговли в экономике Республики Казахстан выполняет важную экономическую и социальную роль**.** Один из самых крупных в структуре ВВП сектор экономики «Торговля» как вид экономической деятельности, обеспечивающий продвижение товаров и услуг от производителей к потребителям в масштабах страны и в рамках внешнеэкономической деятельности, тесно связан с другими отраслями экономики.

Как видно из таблицы 1, торговля занимает наибольшую долю в структуре ВВП в 2017г. – 15,9% или 8 440,1 млрд.тенге.

Таблица 1 – Структура ВВП Казахстана по видам экономической деятельности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование секторов экономики | 2016г. | 2017г. |
| Млн.тенге | Доля, % | Млн.тенге | Доля, % |
| **1** | **Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов** | **7 898 849,7** | **16,8** | **8 440 566,00** | **15,9** |
| 2 | Горнодобывающая промышленность и разработка карьеров | 6 047 727,3 | 12,9 | 7 244 830,70 | 13,6 |
| 3 | Обрабатывающая промышленность | 5 321 896,9 | 11,3 | 5 944 890,90 | 11,2 |
| 4 | Транспорт и складирование | 3 876 007,8 | 8,3 | 4 442 189,60 | 8,4 |
| 5 | Операции с недвижимым имуществом | 4 101 176,8 | 8,7 | 4 345 451,20 | 8,2 |
| 6 | Чистые налоги на продукты | 2 633 564,5 | 5,6 | 3 182 998,50 | 6,0 |
| 7 | Строительство | 2 758 760,4 | 5,9 | 2 896 652,70 | 5,5 |
| 8 | Профессиональная, научная и техническая деятельность | 2 335 967,1 | 5,0 | 2 456 766,00 | 4,6 |
| 9 | Финансовая и страховая деятельность | 1 668 758,4 | 3,6 | 2 382 442,10 | 4,5 |
| 10 | Сельское, лесное и рыбное хозяйство | 2 140 007,6 | 4,6 | 2 315 182,20 | 4,4 |
| 11 | Предоставление прочих видов услуг | 1 355 142,5 | 2,9 | 1 557 091,40 | 2,9 |
| 12 | Образование | 1 325 335,8 | 2,8 | 1 476 573,80 | 2,8 |
| 13 | Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания | 1 005 314,3 | 2,1 | 1 232 621,60 | 2,3 |
| 14 | Здравоохранение и социальные услуги | 888 829,7 | 1,9 | 1 075 532,50 | 2,0 |
| 15 | Государственное управление и оборона; обязательное социальное обеспечение | 856 126,3 | 1,8 | 1 043 177,80 | 2,0 |
| 16 | Информация и связь | 978 417,4 | 2,1 | 1 021 040,70 | 1,9 |
| 17 | Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование | 775 534,8 | 1,7 | 881 890,10 | 1,7 |
| 18 | Услуги по проживанию и питанию | 528 771,4 | 1,1 | 614 643,60 | 1,2 |
| 19 | Искусство, развлечения и отдых | 357 605,4 | 0,8 | 404 913,10 | 0,8 |
| 20 | Водоснабжение; канализационная система, контроль над сбором и распределением отходов | 117 355,9 | 0,2 | 141 827,30 | 0,3 |
|  |  | 46 971 150,0 | 100,0 | 53 101 281,80 | 100,0 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

По сравнению с прошлым периодом, структурно доля торговли упала на 0,9%, однако в абсолютных значениях выросла с 7 898,9млрд.тенге.

Сама по себе торговля в Республике Казахстан развивается из года в год (рисунок 1).

Рисунок 1 – Объемы оптовой и розничной торговли в РК, млн. тг.

За период 2013-2018 гг. среднегодовые темпы прироста объемов торговли составили 11,7%. При этом розничная торговля роста в среднем на 13,1% в год, оптовая торговля – на 10,3%. В общей структуре торговли в 2018г. на оптовую торговлю пришлось почти 68,4%, на розничную, соответственно, 31,6%.

В региональном срезе более 46% ВРП по сектору «Торговля» приходится на г. Алматы (таблица 2)

Таблица 2 – ВРП по сектору «Торговля» в разрезе регионов в 2017г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование регионов | Млн.тенге | Доля, % |
| г. Алматы | 3 898 116,40 | 46,2 |
| г. Нур-Султан | 885 663,30 | 10,5 |
| Карагандинская | 568 282,80 | 6,7 |
| Атырауская | 407 286,60 | 4,8 |
| Актюбинская | 383 828,00 | 4,5 |
| Восточно-Казахстанская | 356 085,80 | 4,2 |
| Туркестанская | 318 245,70 | 3,8 |
| Костанайская | 260 917,50 | 3,1 |
| Алматинская | 232 906,30 | 2,8 |
| Павлодарская | 215 639,30 | 2,6 |
| Западно-Казахстанская | 197 475,30 | 2,3 |
| Акмолинская | 188 172,70 | 2,2 |
| Северо-Казахстанская | 152 897,90 | 1,8 |
| Жамбылская | 147 503,20 | 1,7 |
| Мангистауская | 115 513,90 | 1,4 |
| Кызылординская | 112 031,30 | 1,3 |
| **Республики Казахстан** | **8 440 566,00** | **100,0** |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

На втором месте больший вклад в ВРП в сфере торговли приносят предприятия г. Нур-Султан – 10,5% или 885,7 млрд.тенге.

Если рассматривать в территориальном разрезе, то в 2018г. основная доля торговых операций пришлась на такие крупные города как Нур-Султан и Алматы. Всего в них были осуществлено торговых операций на общую сумму в 33 557,1 млрд.тг., что составило 55,7% от общего объема товарооборота. Наименьшие объемы торговли пришлись на Туркестанскую область – менее 1%. Если анализировать в разрезе оптовой и розничной торговли, то и здесь городами-лидерами остаются Нур-Султан и Алматы. На них приходится 62,2% оптовой торговли, и 41,1% розничной. Такая тенденция отмечалась и в 2013г. На города республиканского значения приходилось почти 60% от общего объема торговли, в том числе оптовой – 66,2%, розничной - 35,5%. Такие показатели не удивительны. Это связано с тем, что в этих городах сосредоточены основные субъекты МСП и в них проживает основная доля населения – потребителей с достаточно высокими доходами. Также на торговлю в этих городах положительно сказывается и высокие темпы развития экономики в целом.

В структуре объема реализации товаров и услуг на оптовую торговлю приходится 69% от общего объема (таблица 3).

Таблица 3 – Объем реализации товаров и услуг в 2018г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Объем, тыс.тенге | Доля, % |
| Розничная торговля | 10 045 772 327 | 29,1 |
| продовольственные товары | 3 035 758 600 | 8,8 |
| непродовольственные товары | 7 010 053 726 | 20,3 |
| Оптовая торговля | 23 836 694 977 | 69,0 |
| продовольственные товары | 5 216 868 797 | 15,1 |
| непродовольственные товары | 18 619 826 180 | 53,9 |
| Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе | 37 654 287 | 0,1 |
| Услуги по предоставлению продуктов питания и напитков | 524 823 247 | 1,5 |
| Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств | 95 283 884 | 0,3 |
| Всего | 34 540 228 722 | 100,0 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

На долю розничной торговли приходится 29,1% всего объема внутренней торговли.

Как и с оптовой торговлей преобладает торговля непродовольственными товарами.

Основными экономическими факторами развития торговли являются развитие производства товаров, транспорта и строительства.

Социальными факторами роста объема розничной торговли служит соответствующий рост доходов населения и покупательского спроса.

По всем рассматриваемым видам в сфере торговли преобладают предприятия с частной формой собственности (таблица 4).

Таблица 4 – Объем реализации товаров и услуг по формам собственности, тыс.тенге

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Государственная форма собственности | Частная форма собственности | Иностранная форма собственности |
| Розничная торговля | 0 | 9 127 911 182 | 917 861 145 |
| Доля, % | 0,0 | 90,9 | 9,1 |
| Оптовая торговля | 88 649 261 | 18 474 910 585 | 5 273 135 131 |
| Доля, % | 0,4 | 77,5 | 22,1 |
| Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе | 89 193 | 35 095 010 | 2 470 084 |
| Доля, % | 0,2 | 93,2 | 6,6 |
| Услуги по предоставлению продуктов питания и напитков | 425 716 | 70 895 672 | 24 388 212 |
| Доля, % | 0,4 | 74,1 | 25,5 |
| Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств |  | 439 254 735 | 85 142 796 |
| Доля, % | 0,0 | 83,8 | 16,2 |
| ИТОГО | 89 164 171 | 28 148 067 351 | 6 302 997 400 |
| Доля, % | 0,3 | 81,5 | 18,2 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

На эти предприятия приходится 81,5% всего объема услуг. При этом розничный товарооборот частных предприятий составляет 90,9%.

Выручка от реализации товаров предприятиями частной формы собственности, от торговли индивидуальными предпринимателями, в том числе торгующими на рынках, получена в сумме 9127,9 млрд. тенге (90,9%), предприятий с иностранной формой собственности 917,9 млрд. тенге (9,1%).

В формировании общего объема розничной торговли 45,8% принадлежит торговле индивидуальными предпринимателями, в том числе торгующими на рынках, оборот которых получен в размере 4605 млрд. тенге.

При этом, соотношение количества торговых точек и торговых площадей свидетельствует о развитии предприятий сферы торговли современных форматов – это магазины с торговой площадью свыше 100 кв.м. Основным фактором роста количества торговых точек в данных регионах послужил соответствующий рост объемов розничной торговли.

Оптовая торговля в Казахстане выступает самостоятельным, связанным с розничной торговлей звеном. Она обеспечивает потребность в продовольственных и непродовольственных товарах (40% от общего объема занимают непотребительские товары, такие как, ГСМ, зерно, черные металлы, стройматериалы).

Оборот оптовой торговли за 2018г. составил 23836,7 млрд. тенге или на 14,8% больше, чем в 2017 году (в постоянных ценах).

Наибольшую долю в структуре оптовой торговли республики занимали продукты нефтепереработки – дизельное топливо и автомобильный бензин, а также черные металлы и пшеница, т.е. непродовольственные товары и товары производственно-технического назначения.

Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе составила 37,6 млрд. тенге.

В 2018г. объем услуг по предоставлению продуктов питания и напитков составил 524,8 млрд. тенге, или на 11,1% больше, чем в 2017г.

За отчетный год объем услуг по техобслуживанию, ремонту транспортных средств и мотоциклов составил 95,3 млрд. тенге или на 9,2% больше, чем в 2017 году. Большая часть данных услуг предоставляется в сфере малого предпринимательства (малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями) (таблица 5).

Таблица 5 – Объем реализации товаров и услуг по размерности предприятий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Малые предприятия | Средние предприятия | Крупные предприятия | ВСЕГО |
| Розничная торговля | 7 307 148 792 | 801 568 814 | 1 937 054 721 | 10 045 772 327 |
| Доля, % | 72,7 | 8,0 | 19,3 | 100,0 |
| Оптовая торговля | 20 243 530 975 | 2 881 028 543 | 712 135 459 | 23 836 694 977 |
| Доля, % | 84,9 | 12,1 | 3,0 | 100,0 |
| Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе | 37 542 026 | 107 248 | 5 013 | 37 654 287 |
| Доля, % | 99,7 | 0,3 | 0,0 | 100,0 |
| Услуги по предоставлению продуктов питания и напитков | 346 346 687 | 30 777 258 | 147 699 301 | 524 823 246 |
| Доля, % | 66,0 | 5,9 | 28,1 | 100,0 |
| Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств | 68 588 449 | 8 692 736 | 18 002 699 | 95 283 884 |
| Доля, % | 72,0 | 9,1 | 18,9 | 100,0 |
| ИТОГО | 28 003 157 095 | 3 722 174 605 | 2 814 897 221 | 34 540 228 921 |
| Доля, % | 81,1 | 10,8 | 8,1 | 100,0 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

В целом, малыми предприятиями оказано услуг в 2018г. на сумму 28 003,2 млрд.тенге или 91,1%, средними – 3 722,2 млрд.тенге или 10,8% и крупными предприятиями торговой сферы – 2 814,9 млрд.тенге или 8,1%.

В структуре оказания торговых услуг субъектами МСП в 2018г. основная доля в розничной торговле приходилась на непродовольственные товары – 66,5%. В оптовой торговле также основная доля приходится на непродовольственные товары – 76,8%. (рисунок 2)

Рисунок 2 – Структура торговых операций субъектами МСП, 2018г.

Оптовую торговлю осуществляют субъекты МСП, деятельность которых направлена на реализацию товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием. В то время как целью розничной торговли является обеспечение конечного потребления товаров или услуг. Если рассматривать каналы реализации продукции в розничной торговле, то в 2018г. основная доля пришлась на торгующие предприятия – 56,8%. На индивидуальных предпринимателей, торгующих в том числе на рынках пришлось 43,2%. По сравнению с 2013г. в целом не произошло значительных изменений. Это говорит о том, что, несмотря на стремление государства к повышению качества торговых услуг через обеспечение более цивилизованных торговых условий, в розничной торговле все еще большое значение имеет ИП, в том числе работающие на рынках.

Важно отметить, что в рамках развития торговли большое значение имеют именно субъекты МСП. Так, объем розничной торговли в целом по Республике Казахстан составил 10069,7 млрд.тг. При этом на субъекты МСП пришелся 81,4% от всей розничной торговли.

В качестве современных тенденций следует отметить незначительный, но прогресс в развитии биржевой и электронной торговли (таблицы 5 и 6). В настоящее время пройден первый и основной этап развития биржевой торговли в Казахстане. Сформирована биржевая инфраструктура, аккредитованы ее участники, определено базовое биржевое законодательство, установлены требования к участникам биржевой торговли. В настоящее время в Казахстане действуют 14 товарных бирж, объем сделок в 2018г. составил 1 826,3 млрд.тенге.

Таблица 5 – Основные показатели деятельности товарных бирж по Республике Казахстан

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Количество товарных бирж, единиц | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Количество биржевых торгов, ед. | 29 259 | 38 351 | 40 380 | 42 529 |
| Количество биржевых сделок, ед. | 34 413 | 42 561 | 48 594 | 53 984 |
| Объем выставляемых на торги спот-товаров, млн.тенге | 918 001,2 | 1 498 123,7 | 1 433 269,3 | 1 882 993,6 |
| Оборот бирж по совершенным сделкам, млн.тенге | 909 534,8 | 1 498 122,1 | 1 429 296,1 | 1 826 338,8 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Наблюдается незначительная доля в общем объеме торгов у таких, традиционных для биржевой торговли в мире, товарных позиций, как: нефть и нефтепродукты, агропромышленные продукты растительного происхождения, уголь, древесина, хлопок, прокат из железа и т.д. Кроме того, если обратиться к объемам внебиржевой торговли за аналогичные периоды, можно констатировать, что, в целом, организованная биржевая торговля в Казахстане занимает незначительную долю отечественного рынка.

Необходимо отметить, что небольшая емкость казахстанского рынка не позволяет иметь множество товарных бирж. Несоответствие емкости рынка и количества игроков в биржевой деятельности сдерживает формирование биржевого рынка и достижения первичной ликвидности товаров, за счет чего цены на товар формируются хаотично. Таким образом, в отечественной экономике биржевая торговля недостаточно развита и практически не оказывает значительного влияния на ценообразование, как это происходит в развитых странах, имеющих развитые товарные рынки[[1]](#footnote-1).

В этой связи, в целях повышения квалификационных требований к субъектам биржевой торговли, было произведено повышение капитализации товарных бирж с 1 июля 2016 года – до 100 000 месячных расчетных показателей, с 1 января 2018 года – до 300 000 месячных расчетных показателей. Также в целях совершенствования инфраструктуры товарных бирж по организации биржевых торгов с 1 января 2017 года предусмотрен полный переход биржевых торгов на электронную форму, тем самым был введен запрет на проведение голосовых биржевых торгов.

Необходимо отметить, что государственное регулирование статуса товарных бирж и биржевой торговли в Казахстане является сбалансированным, ключевые аспекты казахстанского законодательства соответствуют международной практике и могут служить отправной точкой для разработки и внедрения законодательных мер по стимулированию дальнейшего устойчивого развития биржевой торговли.

Как видно из статистических данных в период с 2013г. по 2017г. произошло трехкратное увеличение объемов розничной торговли.

Таблица 6 – Электронная коммерция в Республике Казахстан (внутренний рынок)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Объем розничной торговли через Интернет, млн. тенге  | 28 046 | 41 263 | 50 920 | 78 501 | 106 918 |
| доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, %  | 0,5 | 0,7 | 0,8 | 1,0 | 1,2 |
| Объем оптовой торговли через Интернет, млн. тенге  | 52 988 | 50 818 | 65 656 | 67 741 | 87 249 |
| доля электронной торговли в общем объеме оптовой торговли, %  | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Объем реализации услуг через Интернет, млн. тенге  | 71 256 | 73 488 | 39 156\* | 80 198 | 70 356 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

*\* С 2015г. без учета коммунальных платежей, оплаченных через интернет-банкинг.*

С начала 2018 года зарегистрирован 226 новых субъектов электронной торговли, работает около 1700 интернет-магазинов, количество покупателей возросло до 1,5 млн. человек.

Объем рынка электронной коммерции Казахстана 159,6 млрд. тенге, услуги – 71,2 млрд. тенге, товары – 88,4 млрд. тенге.

В большой степени, через Интернет покупают одежду и обувь, продукты питания, фильмы, музыка, лекарственные препараты и товары для домашнего пользования.

Самыми популярными услугами, заказанными через Интернет, являются - реализация билетов на развлекательные мероприятия, бронирование услуг для путешествия, телекоммуникационные услуги, финансовые и страховые услуги.

Однако, по прежнему доля электронной торговли остается ничтожно малой – порядка 1,2% от общего оборота розничной торговли. Доля оптовой торговли остается неизменной и составляет 0,4% от общего объема оптового товарооборота.

Низкая доля электронной торговли от общего объема розничной торговли в Казахстане является результатом нескольких факторов. Среди них: отсутствие общедоступных обучающих программ для предпринимателей, слабо развития логистическая инфраструктура, в частности в отдаленных посёлках, относительно высокие банковские комиссии за онлайн транзакцию, риск нарушения прав потребителей, то есть банальное мошенничество и многое другое.

Высокий уровень электронной торговли является одним из показателей развитости общества. Увеличение объемов электронной торговли обеспечивает прозрачность финансово-экономической деятельности субъектов предпринимательства и позволяет существенно снизить уровень теневой экономики.

Для поддержки и развития электронной торговли 5 ноября 2017 года Заместителем Премьер-Министра Республики Казахстан Жумагалиевым А.К. утверждена Дорожная карта по развитию электронной торговли на 2018-2020 годы. Кроме того, 12 декабря 2018 года принята государственная программа «Цифровой Казахстан». В этой связи, считаем данные направления перспективными и первоочередными в части обучения и развития квалификаций.

**2.2.2 Занятость в отрасли**

По видам экономической деятельности, наибольшее количество занятых приходится на оптовую и розничную торговлю (таблица 7).

Таблица 7 – Численность занятых по видам экономической деятельности, тыс.чел.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | Структура 2018г., % |
| Занято в экономике, всего | 8510,1 | 8 433,3 | 8 553,4 | 8 585,1 | 8 695,0 | 100,0 |
| **Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов** | **1248,4** | **1 260,9** | **1 305,9** | **1 334,9** | **1 396,7** | **16,1** |
| Сельское, лесное и рыбное хозяйство | 1605,1 | 1 362,9 | 1 385,5 | 1 319,0 | 1 228,2 | 14,1 |
| Промышленность | 1090,7 | 1 083,7 | 1 087,2 | 1 090,4 | 1 097,8 | 12,6 |
| Образование | 982,4 | 1 012,8 | 1 032,8 | 1 056,1 | 1 095,8 | 12,6 |
| Продолжение таблицы |
| Строительство | 678,0 | 689,5 | 679,1 | 614,0 | 629,1 | 7,2 |
| Транспорт и складирование | 584,9 | 619,5 | 619,5 | 608,0 | 624,7 | 7,2 |
| Государственное управление и оборона; обязательное социальное обеспечение | 467,7 | 470,8 | 472,8 | 479,3 | 500,5 | 5,8 |
| Здравоохранение и социальные услуги | 464,0 | 455,3 | 469,7 | 482,4 | 498,8 | 5,7 |
| Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания | 196,4 | 234,3 | 255,5 | 279,7 | 288,3 | 3,3 |
| Профессиональная, научная и техническая деятельность | 162,0 | 221,3 | 240,2 | 239,1 | 248,9 | 2,9 |
| Предоставление прочих видов услуг | 285,1 | 279,5 | 246,7 | 263,0 | 248,6 | 2,9 |
| Услуги по проживанию и питанию | 167,3 | 174,2 | 170,9 | 192,0 | 187,7 | 2,2 |
| Финансовая и страховая деятельность | 192,6 | 195,1 | 180,1 | 175,0 | 180,3 | 2,1 |
| Информация и связь | 160,1 | 151,7 | 160,1 | 156,1 | 166,5 | 1,9 |
| Операции с недвижимым имуществом | 87,5 | 94,2 | 114,8 | 162,5 | 157,6 | 1,8 |
| Искусство, развлечения и отдых | 132,3 | 127,3 | 132,6 | 133,8 | 145,6 | 1,7 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

За анализируемый период доля торговли в общей занятости выросла на 0,8% и составила 16,1% от общей численности занятого населения в экономике, при этом численность занятого населения в торговле выросла на 1,2%.

Из 8695 тыс. занятых в сфере оптовой и розничной торговле работает 1396,7 тыс. человек.

Рост численности занятого населения в торговле наблюдается на фоне роста физических объемов ВВП, в частности – объемов торговли, и роста общей занятости в экономике. Опережающие темпы роста торговли по сравнению с темпами роста численности занятого в торговле населения определяют рост производительности отрасли.

Промышленность как высокопроизводительная отрасль, и сельское хозяйство – как самая трудоемкая, торговля находится ближе остальных к сельскохозяйственной отрасли. Это свидетельствует о невысокой производительности торговой деятельности и имеющемся потенциале для развития более эффективных форматов торговли.

Однако, торговый сектор экономики со временем не только не утрачивает своей «привлекательности» для населения как сферы занятости трудовой деятельностью, но и увеличивает эту «привлекательность», о чем можно судить по динамике численности занятых.

Численность и фонд заработной платы наемных работников в торговом секторе преобладает в крупном ритейле (таблица 8).

Таблица 8 – Численность и фонд заработной платы наемных работников в торговом секторе в 2018г.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Число предприятий (организаций), единиц | Фактическая численность работников, тыс. человек | из нее женщин | ФЗП работников, млн. тенге | из нее женщин |
| Всего |
| В целом по сектору | 1 804 | 178,7 | 87,3 | 341 096,5 | 147 996,1 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 84 | 6,4 | 1,6 | 18 176,2 | 3 761,8 |
| Оптовая торговля | 1 182 | 85,9 | 37,2 | 195 892,6 | 76 229,1 |
| Розничная торговля | 538 | 86,4 | 48,6 | 127 027,7 | 68 005,3 |
| в том числе крупные предприятия |
| В целом по сектору | 227 | 86,7 | 45,5 | 152 138,8 | 71 016,7 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 5 | 2,4 | 0,6 | 6 742,3 | 1 597,2 |
| Оптовая торговля | 92 | 29,3 | 13,2 | 62 998,3 | 24 269,5 |
| Розничная торговля | 130 | 55,0 | 31,6 | 82 398,2 | 45 150,0 |
| в том числе средние предприятия |
| В целом по сектору | 472 | 61,1 | 28,4 | 135 364,0 | 55 396,3 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 21 | 2,7 | 0,6 | 8 692,0 | 1 537,4 |
| Оптовая торговля | 250 | 33,5 | 14,3 | 91 971,4 | 35 962,6 |
| Розничная торговля | 201 | 24,9 | 13,5 | 34 700,5 | 17 896,3 |
| в том числе малые предприятия |
| В целом по сектору | 1 105 | 30,8 | 13,5 | 53 593,8 | 21 583,2 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 58 | 1,2 | 0,3 | 2 741,8 | 627,2 |
| Оптовая торговля | 840 | 23,1 | 9,7 | 40 922,9 | 15 997,0 |
| Розничная торговля | 207 | 6,5 | 3,5 | 9 929,0 | 4 959,0 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Как видно из приведенных статистических данных из 178,7тыс. человек 86,7 тыс. наемных работников или 48,5% работают на крупных торговых предприятиях, 61,1 тыс. наемных работников заняты на средних предприятиях и только 17,2% тыс. наемных работников трудоустроены на малых предприятиях. В гендерном отношении можно отметить, что численность женщин в розничной торговле больше, чем в оптовой.

Также следует отметить и некоторое различие в уровне среднемесячной заработной платы (таблица 9).

Таблица 9 – Среднемесячная заработная плата наемных работников в торговом секторе

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Среднемесячная номинальная заработная плата, тенге | мужчин | женщин |
| Всего |
| В целом по сектору | 159 091 | 176 110 | 141 278 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 238 120 | 250 772 | 199 542 |
| Оптовая торговля | 190 088 | 204 675 | 170 962 |
| Продолжение таблицы |
| Розничная торговля | 122 476 | 129 907 | 116 684 |
| в том числе крупные предприятия |
| В целом по сектору | 146 224 | 163 990 | 130 121 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 234 205 | 241 010 | 214 680 |
| Оптовая торговля | 179 231 | 200 759 | 153 042 |
| Розничная торговля | 124 814 | 132 832 | 118 893 |
| в том числе средние предприятия |
| В целом по сектору | 184 539 | 203 362 | 162 788 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 264 453 | 281 237 | 206 970 |
| Оптовая торговля | 229 065 | 243 474 | 209 734 |
| Розничная торговля | 115 998 | 121 992 | 110 882 |
| в том числе малые предприятия |
| В целом по сектору | 144 826 | 153 475 | 133 655 |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | 186 823 | 197 778 | 157 424 |
| Оптовая торговля | 147 451 | 154 149 | 138 100 |
| Розничная торговля | 127 550 | 137 369 | 119 024 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

В первую очередь, наивысший уровень заработной платы зафиксирован на предприятиях торговли автомобилями и их ремонтом – 238,1 тыс. тенге, тогда как наименьший у работников розничной торговли – 122,5 тыс. тенге.

В целом по сектору уровень среднемесячной заработной платы составляет 159,1 тыс. тенге.

**2.2.3 Распределение предприятий и рабочей силы по регионам страны**

Согласно статистическим данным сеть магазинов розничной торговли составило 125 791 единиц, при этом большая часть из них составляют индивидуальные предпринимателями. Общая площадь торговых предприятий Республики Казахстан увеличилась до 11 135,7 тыс. кв. м. По распределению торговых площадей пропорции выравниваются между торговыми предприятиями и ИП. Рост торговых площадей связан с ростом физического объема розничной торговли за этот период на 51% и повышением инвестиционной привлекательности объектов розничной торговли.

Таблица 10 – Сеть магазинов розничной торговли по продаже потребительских товаров по областям

|  |  |
| --- | --- |
|   | 2017 |
| всего | Торговые предприятия | индивидуальные предприниматели |
| единиц | торговая площадь, кв. м | единиц | торговая площадь, кв. м | единиц | торговая площадь, кв. м |
| **Республика Казахстан** | 125 791 | 11 135 739 | 15 966 | 5 269 548 | 109 825 | 5 866 191 |
| г.Алматы | 13 875 | 1 803 429 | 3 720 | 1 369 559 | 10 155 | 433 870 |
| г.Нур-Султан | 7 364 | 706 652 | 1 616 | 443 424 | 5 748 | 263 228 |

|  |
| --- |
| Продолжение таблицы |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Восточно-Казахстанская | 12 078 | 1 064 837 | 1 346 | 457 248 | 10 732 | 607 589 |
| Карагандинская | 14 367 | 911 443 | 1 339 | 335 195 | 13 028 | 576 248 |
| Туркестанская | 11 170 | 638 615 | 1 314 | 219 286 | 9 856 | 419 329 |
| Костанайская | 7 866 | 600 996 | 930 | 257 779 | 6 936 | 343 217 |
| Павлодарская | 8 707 | 546 397 | 845 | 229 208 | 7 862 | 317 189 |
| Алматинская | 9 724 | 663 332 | 737 | 193 595 | 8 987 | 469 737 |
| Северо-Казахстанская | 5 615 | 440 045 | 660 | 211 343 | 4 955 | 228 702 |
| Акмолинская | 7 203 | 459 190 | 610 | 109 696 | 6 593 | 349 494 |
| Актюбинская | 6 905 | 687 415 | 645 | 238 341 | 6 260 | 449 074 |
| Атырауская | 2 916 | 812 811 | 428 | 703 199 | 2 488 | 109 612 |
| Западно-Казахстанская | 7 390 | 524 516 | 469 | 169 982 | 6 921 | 354 534 |
| Жамбылская | 3 142 | 379 081 | 464 | 127 456 | 2 678 | 251 625 |
| Кызылординская | 5 003 | 301 353 | 467 | 88 018 | 4 536 | 213 335 |
| Мангистауская | 2 466 | 595 627 | 376 | 116 219 | 2 090 | 479 408 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Необходимо выделить следующие регионы: гг. Алматы, Нур-Султан, Восточно-Казахстанскую, Карагандинскую и Туркестанскую области. В указанных регионах функционируют 58% торговых предприятий. Эти же тенденции характерны по региональному распределению сети аптек (таблица 11).

Таблица 11 – Сеть аптек по областям Казахстана

|  |  |
| --- | --- |
|   | 2017 |
| всего | торгующие предприятия | индивидуальные предприниматели |
| единиц | торговая площадь, кв. м | единиц | торговая площадь, кв. м | единиц | торговая площадь, кв. м |
| **Республика Казахстан** | 5 397 | 292 467 | 3 133 | 204 672 | 2 264 | 87 795 |
| г.Алматы | 753 | 26 377 | 355 | 24 387 | 398 | 1 990 |
| г.Нур-Султан | 329 | 19 833 | 268 | 17 700 | 61 | 2 133 |
| Туркестанская | 602 | 38 611 | 371 | 30 943 | 231 | 7 668 |
| Восточно-Казахстанская | 400 | 21 193 | 340 | 18 707 | 60 | 2 486 |
| Карагандинская | 493 | 27 555 | 309 | 20 790 | 184 | 6 765 |
| Акмолинская | 214 | 14 173 | 139 | 9 805 | 75 | 4 368 |
| Актюбинская | 417 | 17 580 | 188 | 11 506 | 229 | 6 074 |
| Алматинская | 569 | 34 493 | 153 | 9 300 | 416 | 25 193 |
| Атырауская | 166 | 11 629 | 74 | 4 599 | 92 | 7 030 |
| Западно-Казахстанская | 68 | 3 688 | 68 | 3 688 | - | - |
| Жамбылская | 223 | 18 914 | 118 | 10 340 | 105 | 8 574 |
| Костанайская | 309 | 14 352 | 272 | 12 865 | 37 | 1 487 |
| Кызылординская | 235 | 11 577 | 113 | 7 155 | 122 | 4 422 |
| Мангистауская | 126 | 6 297 | 58 | 4 289 | 68 | 2 008 |
| Павлодарская | 236 | 14 623 | 160 | 10 270 | 76 | 4 353 |
| Северо-Казахстанская | 256 | 11 574 | 147 | 8 328 | 109 | 3 246 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Это связано с концентрацией населения, а также более выраженными реальными доходами населения.

Отдельно следует выделить снижение количества торговых объектов, с площадью не менее 2000 кв.м. (таблица 12)

Таблица 12 – Количество торговых объектов, торговой площадью не менее 2000 кв.м, по предприятиям с видом деятельности «Розничная торговля»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 2015 | 2016 | 2017 |
| количество, единиц | площадь, кв.м | количество, единиц | площадь, кв.м | количество, единиц | площадь, кв.м |
| Республика Казахстан | 234 | 931 188 | 268 | 1 147 422 | 268 | 1 096 062 |
| г. Алматы | 56 | 253 076 | 84 | 429 448 | 90 | 346 538 |
| г. Нур-Султан | 39 | 149 367 | 39 | 156 436 | 41 | 165 318 |
| Карагандинская | 25 | 87 863 | 21 | 80 509 | 23 | 79 916 |
| Восточно-Казахстанская | 22 | 80 596 | 23 | 80 846 | 21 | 77 762 |
| Актюбинская | 18 | 98 086 | 17 | 93 544 | 18 | 95 088 |
| Туркестанская | 15 | 49 281 | 19 | 60 738 | 14 | 50 953 |
| Костанайская | 13 | 43 400 | 11 | 43 698 | 12 | 42 334 |
| Павлодарская | 10 | 46 094 | 12 | 49 989 | 11 | 48 139 |
| Акмолинская | 1 | 3 905 | 1 | 3 905 | 1 | 3 905 |
| Алматинская | 5 | 15 176 | 8 | 27 331 | 6 | 5 424 |
| Атырауская | 10 | 32 395 | 11 | 32 901 | 7 | 24 614 |
| Западно-Казахстанская | 5 | 29 783 | 8 | 47 913 | 8 | 48 501 |
| Жамбылская | 5 | 16 653 | 5 | 14 897 | 4 | 18 833 |
| Кызылординская | 2 | 5 058 | 2 | 5 058 | 2 | 5 058 |
| Мангистауская | 6 | 14 564 | 5 | 13 478 | 7 | 72 067 |
| Северо-Казахстанская | 2 | 5 891 | 2 | 6 731 | 3 | 11 612 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Как видно из приведенных данных в 2017г. наблюдается некоторое снижение торговых площадей на 50 тыс.кв.м. Концентрация торговых предприятий практически идентична как для торговых предприятий в целом. Выделяются города Алматы и Нур-Султан, порядка двух десятков крупных торговых домов в Карагандинской, Восточно-Казахстанской, Актюбинской, Туркестанской областях.

Несколько иная ситуация по сети торговых рынков (таблица 13).

Таблица 13 – Сеть торговых рынков в 2018г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | Количество торговых рынков | Количество торговых мест | Площадь торговых рынков |
| Республика Казахстан | 785 | 193 712 | 7 725 046 |
| Алматинская | 83 | 22 046 | 1 290 668 |
| г.Алматы | 50 | 26 827 | 1 153 236 |
| Туркестанская  | 111 | 22 209 | 919 547 |
| г.Шымкент | 37 | 18 988 | 648 978 |
| Восточно-Казахстанская | 74 | 8 977 | 509 352 |
| Карагандинская | 51 | 7 923 | 363 686 |
| г.Нур-Султан | 25 | 12 259 | 341 176 |
| Акмолинская | 32 | 3 469 | 173 061 |
| Актюбинская | 58 | 7 957 | 301 447 |
| Атырауская | 24 | 7 871 | 282 351 |
| Западно-Казахстанская | 27 | 6 347 | 220 821 |
| Жамбылская | 43 | 23 737 | 558 987 |
| Костанайская | 44 | 5 664 | 149 984 |
| Кызылординская | 37 | 6 827 | 233 720 |
| Мангистауская | 31 | 6 170 | 291 876 |
| Павлодарская | 28 | 2 233 | 119 997 |
| Северо-Казахстанская | 30 | 4 208 | 166 159 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Здесь следует выделить 2 агломерации: Алматинская с г. Алматы и Шымкентскую с городом Туркестаном. На эти две агломерации приходится порядка 51,9% всех площадей торговых рынков страны. Это связано с близостью г. Ташкент, центра продаж Хоргоса, а также спецификой логистики импорта в Казахстан.

Высокие показатели объема оптовой торговли и его ежегодного прироста по г. Алматы объясняются особой ролью этого города. Алматы является городом с крупнейшим автопарком (значительное потребление ГСМ и большие продажи автомобилей), а также местом размещения значительной части пищевой промышленности (производство пива, вина, столовой воды, соков, молочной и кондитерской продукции).

Одной из причин столь неравномерного распределения объемов является отсутствие у предприятий оптовой торговли достаточного объема собственных оборотных средств, что чаще всего приводит к концентрации больших объемов товаров вблизи крупных рынков сбыта, т.е. в регионах с наибольшим уровнем потребления продукции.

Так же как и распределением площадей, характерно практически 50% распределение всего розничного рынка между торговыми предприятиями и ИП (таблица 14).

Таблица 14 – Объемы розничной торговли, млн. тенге, 2017г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Общий объем розничной торговли | Объем розничной торговли торговых предприятий | Объем розничной торговли индивидуальных предпринимателей, включая торгующих на рынках |
| **Республика Казахстан** | **8 892 857,7** | **4 556 257,9** | **4 336 599,8** |
| г.Алматы | 2 458 465,4 | 1 634 794,2 | 823 671,2 |
| г.Нур-Султан | 1 043 940,6 | 697 028,9 | 346 911,7 |
| Восточно-Казахстанская | 787 580,2 | 176 684,7 | 610 895,5 |
| Карагандинская | 781 139,7 | 275 204,7 | 505 935,0 |
| Акмолинская | 273 159,4 | 85 536,2 | 187 623,2 |
| Актюбинская | 490 299,8 | 303 188,1 | 187 111,7 |
| Туркестанская | 460 805,0 | 246 641,2 | 214 163,8 |
| Алматинская | 448 715,6 | 188 757,7 | 259 957,9 |
| Атырауская | 260 206,1 | 148 337,6 | 111 868,5 |
| Западно-Казахстанская | 265 334,4 | 143 308,3 | 122 026,1 |
| Жамбылская | 271 900,0 | 111 001,9 | 160 898,1 |
| Костанайская | 317 109,4 | 166 007,8 | 151 101,6 |
| Кызылординская | 239 249,9 | 57 647,9 | 181 602,0 |
| Мангистауская | 217 166,2 | 95 198,1 | 121 968,1 |
| Павлодарская | 357 662,5 | 142 945,6 | 214 716,9 |
| Северо-Казахстанская | 220 123,5 | 83 975,0 | 136 148,5 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

На долю торговых домов и предприятий приходится 51,2% всех розничных продаж. Доля ИП, включая продавцов на торговых рынках составляет 48,8%.

Региональные особенности остаются прежними.

В оптовой торговле также большое значение имеют субъекты МСП. Всего в 2018г. в Республике Казахстан было осуществлено торговых оптовых операций на сумму в 22965,9 млрд. тг. Из них на субъекты МСП пришлось 96,8%. Наибольшее значение в оптовом товарообороте в регионе имели субъекты МСП в Атырауской и Мангистауской областях, где почти 100% оптового товарооборота пришлось на предприятия МСП. Менее всего были отмечены показатели в Северо-Казахстанской области – 94,2% от объема оптовой торговли (таблица 15).

Таблица 15 – Объемы оптовой торговли и доля предприятий МСП, 2018г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Всего, млн.тг. | Доля МСБ, в % |
| Республика Казахстан | 22965866,58 | 96,8 |
| Акмолинская  | 422702,728 | 98,6 |
| Актюбинская | 919089,695 | 99,2 |
| Алматинская | 444668,968 | 94,6 |
| Атырауская | 1921442,484 | 99,9 |
| Западно-Казахстанская | 335802,397 | 97,0 |
| Жамбылская | 205839,989 | 98,0 |
| Карагандинская | 956110,361 | 86,7 |
| Костанайская | 700512,573 | 98,2 |
| Кызылординская | 167839,057 | 99,6 |
| Мангыстауская | 234751,66 | 99,9 |
| Павлодарская | 475681,031 | 98,5 |
| Северо-Казахстанская | 328403,812 | 94,2 |
| Восточно-Казахстанская | 69783,928 | 97,7 |
| Туркестанская | 759501,245 | 98,2 |
| г.Нур-Султан | 2866963,665 | 97,6 |
| г.Алматы | 11422938,47 | 96,4 |
| г.Шымкент | 733834,521 | 97,2 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Региональные особенности также выражаются и распределении занятых (таблица 16)

Таблица 16 – Численность занятых в торговле в 2018г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Численность занятых в экономике, тыс. чел. | Численность занятых в торговле, тыс. чел. | Доля занятых в торговле, % |
| Республика Казахстан | 8 695,0 | 1396,7 | 16,1 |
| г. Алматы | 911,9 | 222,6 | 24,4 |
| Туркестанская | 789 | 134,1 | 17,0 |
| Алматинская | 994,5 | 126,1 | 12,7 |
| Восточно-Казахстанская | 679 | 120,9 | 17,8 |
| Костанайская | 488,2 | 105,9 | 21,7 |
| г. Шымкент | 385,4 | 95,3 | 24,7 |
| Продолжение таблицы |
| Карагандинская | 654,0 | 95,1 | 14,5 |
| г. Нур-Султан | 507,5 | 83,1 | 16,4 |
| Жамбылская | 507 | 68 | 13,4 |
| Актюбинская | 417,6 | 62,1 | 14,9 |
| Кызылординская | 332,9 | 57,3 | 17,2 |
| Павлодарская | 393,3 | 46,7 | 11,9 |
| Северо-Казахстанская | 296,2 | 41 | 13,8 |
| Западно-Казахстанская | 321 | 39,1 | 12,2 |
| Акмолинская | 408,7 | 38,1 | 9,3 |
| Атырауская | 304 | 31,2 | 10,3 |
| Мангистауская | 304,7 | 29,9 | 9,8 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Следует выделить города Алматы и Шымкент, в которых практически четверть занятого населения работает в торговой сфере. Также значительна доля занятых в Туркестанской, Алматинской, Восточно-Казахстанской, Костанайской, Карагандинской областях и городе Нур-Султан.

Высокая доля занятых в торговле определяет необходимость исследования необходимых компетенций и образовательных рамок именно для этой отрасли.

**2.2.4 Профессии в отрасли**

Профессии сферы торговли имеют широкую типологию: от человека, работающего в продуктовом магазине, до человека, отвечающего за переговоры и сбыт продукции в крупной корпорации.

По функциональному признаку весь персонал торговых предприятий подразделяется на следующие группы [[2]](#footnote-2):

* руководящие, инженерно-технические работники;
* рабочие (основные и вспомогательные);
* служащие;
* младший обслуживающий персонал.

Персонал в сфере розничной торговли условно можно разделить на три категории:

1. Низко квалифицированный персонал, например, кассиры, продавцы, операторы торгового зала, грузчики.
2. Сотрудники средней квалификации, например, менеджеры магазинов, руководители отделов.
3. Топ-менеджмент, высшее руководство розничных компаний.

Не существует двух одинаковых организационных структур, так как совокупность внешних и внутренних факторов организации всегда уникальна. Поэтому попытки слепо копировать структуры управления успешно функционирующих организаций не дают желаемого результата. Например, структура малой розничной организации значительно проще, чем в сетевых компаниях. В отличие от небольших компаний, в крупных торговых сетях нужно скоординировать многочисленные точки продаж и применять единые стандарты работы для всего персонала.

На розничных торговых предприятиях принято выделять торгово-оперативный персонал; руководителей, специалистов и прочих работников аппарата управления.

В оптовых торговых предприятиях существенно различается содержание труда, выполняемые трудовые функции работников аппарата управления, специалистов и работников складского хозяйства.

В ходе карьерных перемещений работники переходят в новые профессионально-квалификационные, статусные группы, что приводит к изменению властных полномочий, уровня их доходов и социально-экономического положения. На малых предприятиях разделение труда зачастую условно, многие работники должны обладать высокой функциональной гибкостью и быть готовыми к взаимозаменяемости, особенности в периоды сезонного роста спроса и во время наибольшей интенсивности покупательских потоков.

В таблице 17 сведены фактическая численность наемных работников по укрупненным группам занятий.

Таблица 17 – Фактическая численность и среднемесячная заработная плата работников по укрупненным группам занятий в сфере «Торговля» в 2018г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Фактическая численность, тыс. чел. | Доля, % | Среднемесячная заработная плата, тенге |
| Руководители и государственные служащие | 9,4 | 5,3 | 465 327 |
| Специалисты-профессионалы | 24,5 | 13,7 | 258 048 |
| Специалисты-техники и иной вспомогательный профессиональный персонал | 15,6 | 8,7 | 144 218 |
| Служащие в области администрирования | 11,4 | 6,4 | 147 780 |
| Работники сферы продаж | 76,7 | 42,9 | 125 834 |
| Фермеры и рабочие сельского и лесного хозяйства, рыбоводства и рыболовства | 0,1 | 0,1 | 112 381 |
| Рабочие промышленности, строительства, транспорта и других родственных занятий | 4,1 | 2,3 | 149 390 |
| Операторы производственного оборудования, сборщики и водители | 16,6 | 9,3 | 111 453 |
| Неквалифицированные рабочие | 19,0 | 10,6 | 83 440 |
| Работники, не входящие в другие группы | 1,4 | 0,8 | 79 001 |
| ИТОГО | 178,8 | 100,0 | 159 091 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Как видно из таблицы 42,9% составляют работники сферы продаж со среднемесячной заработной платой 125,8 тыс. тенге. На втором месте находятся специалисты-профессионалы в сфере продаж – 13,7%, уровень заработной платы составляет в среднем 258,0 тыс.тенге.

Также структурно следует выделить неквалифицированных рабочих – 10,6% и низко-квалифицированных работников (операторы, водители и пр.) – 9,3%.

Почти всегда продавцы-кассиры или продавцы-консультанты – это молодые люди от 18 до 40 лет. Пожилых людей не берут из-за специфики работы – весь день на ногах. Моложе 18 лет не берут, потому что продавец – это материально-ответственное лицо.

По итогам 2018г. практически 100 тыс.наемных работников, а это 51,6% от общей численности наемных работников в торговле находятся в возрасте от 29-49годов (таблица 18).

Таблица 18 – Возрастные характеристики наемных работников в сфере торговли

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Лица в возрасте, лет | Работающие пенсионеры |
| 14-15 | 16-28 | 29-49 | 50 лет и старше |
| Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт | - | 1 955 | 4 037 | 1 059 | 152 |
| Оптовая торговля, за исключением автомобилей и мотоциклов | - | 28 528 | 51 683 | 8 358 | 1 218 |
| Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами | x | 40 902 | 44 259 | 9 786 | 1 625 |
| Итого  | x | 71 385 | 99 979 | 19 203 | 2 995 |
| Составлена на основе данных Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

71,4 тыс. работников или 36,8% от общей численности наемных работников находятся в возрасте от 16 до 28 лет.

В целом, наибольший дефицит трудовых ресурсов наблюдается на уровне низко квалифицированного персонала и сотрудников средней квалификации. Проблемы с набором персонала низкой квалификации связаны, в первую очередь, с низким уровнем оплаты труда, высокой текучестью кадров, низкой мотивацией к работе и низкой степенью престижности профессии. Текучесть персонала данной категории может доходить до 50%, а спрос может превышать предложение в отдельных случаях в два раза.

Также существует дефицит кадров средней квалификации, который связан, с одной стороны, с быстрым ростом розничной торговли, с другой стороны, с недостаточным качеством подготовки выпускников вузов, обучающихся торговым специальностям.

**2.2.5 Источники кадров – обучение**

В соответствии с Приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 22 января 2016 года № 65 «Об утверждении перечня профессий и специальностей по срокам обучения и уровням образования для технического и профессионального, послесреднего образования в соответствии с классификатором» был утвержден перечень профессий и специальностей по срокам обучения и уровням образования для технического и профессионального, послесреднего образования в соответствии с классификатором в сфере торговли:

* Продавец продовольственных товаров
* Продавец непродовольственных товаров
* Контролер-кассир
* Агент коммерческий
* Маркетолог
* Товаровед
* Мерчендайзер
* Прикладной бакалавр маркетинга
* Продавец-консультант
* Продавец промышленных товаров
* Продавец

В нижеследующей таблице 19 приведены сроки обучения и уровни образования для специальности 0513000 Маркетинг (по отраслям), куда входят торговые профессии.

Таблица 19 – Перечень торговых профессий специальностям «Маркетинг (по отраслям)», «Мебельное производство (по видам)», «Фермерское хозяйство (по профилю)»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Код специальности технического и профессионального образования | Профиль образования, наименование специальности | Квалификация | Срок обучения для технического и профессионального образования | Срок обучения для послесреднего образования |
| на базе основного среднего образования без получения общего среднего образования | на базе основного среднего образования | на базе общего среднего образования | на базе технического и профессионального, послесреднего, высшего образования | на базе общесреднего образования | на базе технического и профессионального образования |
| 0513000 | Маркетинг (по отраслям) |
| 051301 2 |  | Продавец продовольственных товаров | 1 год 10 мес. | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051302 2 |  | Продавец непродовольственных товаров | 1 год 10 мес. | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051303 2 |  | Контролер-кассир | 1 год 10 мес. | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051304 2 |  | Агент коммерческий | 1 год 10 мес. | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| Продолжение таблицы |
| 051305 3 |  | Маркетолог |  | 2 года 10 мес. | 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051306 3 |  | Товаровед |  | 2 года 10 мес. | 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051307 3 |  | Мерчендайзер |  | 2 года 10 мес. | 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 051308 4 |  | Прикладной бакалавр маркетинга |  |  |  |  | 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. |
| 051309 2 |  | Продавец-консультант |  | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. |  |  |  |
| **1504000** | **Фермерское хозяйство (по профилю)** |
| 150405 **2** |  | Продавец\*  | 1 год 10 мес. | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. | 10 мес. |  |  |
| 1414000 | **Мебельное производство (по видам)** |
| 141408 **2** |  | Продавец промышленных товаров |  | 1 год 10 мес., 2 года 10 мес. | 10 мес., 1 год 10 мес. |  |  |  |
| Приказ МОН РК Об утверждении перечня профессий и специальностей по срокам обучения и уровням образования для технического и профессионального, послесреднего образования в соответствии с классификатором // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013149> |

\*- предусматривается подготовка кадров по специальностям профилей технического, технологического, сельско-хозяйственного и сервиса с присвоением обучающимся установленного уровня профессиональной квалификации (разряд, класс, категория) конкретной профессии

Классификатор представляет собой четырехступенчатую классификацию с семизначным цифровым кодом группировок уровней иерархического деления.

На четвертой ступени однозначным цифровым /последняя 7 цифра/ кодом идентифицируются уровни квалификаций образовательных учебных программ технического и профессионального, послесреднего образования.

В частности, в кодах таких профессий как Продавец продовольственных товаров, Продавец непродовольственных товаров, Контролер-кассир, Агент коммерческий, Продавец, Продавец промышленных товаров, последней цифрой стоит 2, что соответствует уровню технического и профессионального образования, предусматривающего овладение более сложной (смежной) профессией и практическими навыками выполнения работ.

Маркетолог, Товаровед, Мерчендайзер значатся кодами с последней цифрой 3, что соответствует уровню технического и профессионального образования, обеспечивающего подготовку высококвалифицированных специалистов среднего звена.

Прикладной бакалавр маркетинга значится под кодом 051308 4, что соответствует уровню послесреднего образования.

Подготовку по указанным специальностям ведут 45 колледжей Казахстана:

1. Колледж Бизнеса и Сервиса, Семей
2. Торгово-экономический колледж Казпотребсоюза, Нур-Султан (Астана)
3. Колледж «Туран», Нур-Султан (Астана)
4. Колледж Инновационного Евразийского университета, Павлодар
5. Казахстанско-корейский колледж «Квансон», Усть-Каменогорск
6. Павлодарский экономический колледж КАЗПОТРЕБСОЮЗА, Павлодар
7. Колледж экономики и финансов, Усть-Каменогорск
8. Карагандинский Банковский колледж имени Ж.К. Букенова, Караганда
9. Колледж Экономики Бизнеса и Права, КЭУК, Караганда
10. Западно-Казахстанский инженерно-технологический колледж, Уральск
11. Колледж сервиса и новых технологий, Уральск
12. Колледж экономики и информационных технологий, Уральск
13. Алматинский государственный бизнес колледж, Алматы
14. Алматинский колледж сервисного обслуживания, Алматы
15. Технолого-экономический колледж при Алматинском технологическом университете (АТУ), Алматы
16. Финансово-экономический колледж Евразийского института рынка, Алматы
17. Колледж университета «Туран», Алматы
18. Алматинский колледж «Престиж», Алматы
19. Колледж международного сервиса и менеджмента при КазУМОиМя им. Абылай хана, Алматы
20. Алматинский Колледж Экономики и Права, Алматы
21. Алматинский казахско-турецкий гуманитарно-технологический колледж, Алматы
22. Казахский гуманитарно-юридический и технический колледж, Кызылорда
23. Международный колледж бизнеса и коммуникаций, Алматы
24. Петропавловский гуманитарно-технический колледж, Петропавловск
25. Колледж Северо-Казахстанского университета, Петропавловск
26. Алматинский финансово-правовой и технологический колледж, Алматы
27. Экономический колледж при КазЭУ им. Т.Рыскулова, Алматы
28. Алматинский колледж управления и рынка, Алматы
29. Алматинский колледж менеджмента и сервиса, Алматы
30. Алматинский автомобильно-дорожный колледж, Алматы
31. Аркалыкский колледж экономики и права Казпотребсоюза, Аркалык
32. Профессиональный лицей №2 г. Аркалык, Аркалык
33. Профессиональный лицей №15, Рудный
34. Высший колледж, Кокшетау
35. Кокшетауский бухгалтерско-экономический колледж, Кокшетау
36. Актауский учетно–технологический колледж, Актау
37. Костанайский экономический колледж Казпотребсоюза, Костанай
38. Профессиональный лицей №1, г. Темиртау, Темиртау
39. Костанайский профессионально-технический колледж (Профессиональный лицей №16), Костанай
40. Восточно-Казахстанский технико-экономический колледж, Усть-Каменогорск
41. Колледж АО «Финансовая академия», Нур-Султан (Астана)
42. Алматинский многопрофильный колледж, Алматы
43. Лисаковский технический колледж, Костанай
44. Рудненский колледж технологии и сервиса, Рудный
45. Усть-Каменогорский многопрофильный технологический колледж, Усть-Каменогорск

**2.2.6 Ключевые приоритеты в части обучения и развития квалификации**

Количественный рост предприятий торговли не сопровождается ростом качества торгового обслуживания. Даже несмотря на рост размера предлагаемой работникам заработной платы, предприятия торговли испытывают постоянную нехватку квалифицированного персонала, т.к. рост торговых сетей не сопровождается надлежащим ростом и развитием системы профессионального обучения, подготовки и переподготовки персонала. Темпы роста числа подготавливаемых специалистов торговли существенно отстают от потребностей рынка груда.

Только на крупных и средних предприятиях торговли регулирование персоналом осуществляют соответствующие кадровые службы. Но, так как в торговле занято большое число индивидуальных предпринимателей, велико количество малых предприятий, не имеющих собственных современных служб управления персоналом, эффективное регулирование на организационном уровне возможно лишь на крупных и средних предприятиях, в торговых сетях. В современных условиях расходы на обучение и развитие персонала относятся на расходы предприятия и уменьшают сумму облагаемой налогом прибыли. Тем не менее, при отсутствии утвержденных нормативов затрат на обучение и развитие персонала работодатели не заинтересованы вкладывать средства в подготовку и переподготовку работников. Отметим, что занятые в торговле, не имеющие соответствующего профессионального образования, создают угрозу здоровью покупателей, т. к. нарушают правила хранения товаров, сроки их реализации и др. К тому же, отсутствие знаний о свойствах товаров и низкая культура обслуживания покупателей не только снижают уровень торгового обслуживания и создают угрозу безопасности потребителей, но и негативно сказываются на воспроизводстве человеческих ресурсов.

Следует отметить, что именно на микроуровне возможно создать условия для трудовой мобильности, обеспечивающие и высокий уровень торгового обслуживания. На уровне конкретного торгового предприятия возможно создание условий, способствующих формированию и использованию способности работников, содействующей перемещениям в пространстве рабочих мест отрасли, купле-продаже товаров и доведению их до потребителей, освоению новых трудовых функций, повышению профессионализма и квалификации в соответствии с изменения спроса на труд и его предложения в данной отрасли, а также динамики покупательского спроса на товары и услуги торговли и товарного предложения в результате функционирования потребительского рынка. Наличие условий для эффективной занятости в итоге положительно влияет на экономические и социальные показатели деятельности предприятия. Работники предприятия, обеспеченные нормальными социально-бытовыми условиями, способны обеспечить более высокое качество торгового обслуживания[[3]](#footnote-3).

В рыночной экономике именно клиентоориентированность предприятия является фактором формирования потребительской лояльности. Следовательно, результаты труда занятых в торговой отрасли и, соответственно, уровень его оплаты предопределяются степенью удовлетворения спроса потребителей на товары и услуги торговли. Для получения необходимых на современном потребительском рынке знаний, умений и навыков работы требуется специальное профессиональное торгово-экономическое образование у всех категорий занятых, а также периодическое повышение квалификации.

Статус занятых в торговле и их необходимая квалификация зависит от ряда важных факторов:

1. размер предприятия и формат торговли;
2. легитимность занятости;
3. самозанятые в подотраслях торговли (оптовой и розничной);
4. размер коммерческих подразделений (сбытовых структур) торговых или производственных предприятий;
5. текучесть кадров.

Рассмотрим данные факторы подробнее.

1. Размер предприятия и формат торговли

На протяжении ряда лет торгово-посредническая деятельность для предпринимателей является единственно доступным средством для накопления и оборота денежных средств. Доход субъектов малого предпринимательства от реализации товаров, услуг в сфере торговли составляет более 60% от общего объема дохода, полученного ими.

Количество индивидуальных предпринимателей осуществляющих свою торговую деятельность по патенту составляет более 2/3 от общего количества действующих субъектов малого предпринимательства в отрасли. Однако их рост не способствует повышению экономической эффективности торгового сектора малого и среднего предпринимательства. Низкий уровень доходов индивидуальных предпринимателей от реализации продукции и оказания услуг свидетельствует о невысокой производительности их труда.

Малые предприятия по сравнению с сетевыми структурами и зарубежными операторами потребительского рынка изначально менее конкурентоспособны, в том числе из-за отсутствия специального торгово-экономического образования у их владельцев и персонала.

Крупные предприятия торговли, зарубежные и отечественные сетевые операторы в условиях усиливающейся на потребительском рынке конкурентной борьбы применяют коммерческие инновации и стремятся привлечь и удержать квалифицированных работников большей заработной платой и социальным пакетом.

Низкий заработок приводит к росту текучести и к уменьшение эффективности коммерческой деятельности. Несовершенство систем стимулирования и оплаты труда инициируют высокую текучесть. Низкий профессионально-квалификационный уровень занятых и соискателей, ищущих работу в торговле, тормозят развитие цивилизованных форм торговли.

В перспективе ожидается дальнейшее усиление позиций средних по размеру и формату торгующих организаций. Предполагается увеличение числа рабочих мест в организованной торговле и уменьшение числа занятых внемагазинными продажами на нестационарных торговых объектах, в том числе на рынках. Возрастет потребность в работниках в существующих и во вновь формирующихся средних торговых сетях. Продолжится сокращение специализированных магазинов с узким ассортиментом товаров и универсализация торговых предприятий. Изменятся требования к работникам, предъявляемые со стороны производства, что потребует развития их профессионально-квалификационной мобильности.

Исходя из существующих тенденций, произойдет преобразование оптовой торговли, что потребует развития профессионально-квалификационной мобильности занятых на этих предприятиях. Оптовое звено постепенно будет объединяться с розничным или с товаропроизводителями. Это предполагает переподготовку занятых в данной подотрасли, для того чтобы на должном уровне организовать оказание комплексных логистических услуг, а также инвестировать свободные средства в производство товаров.

2. Легитимность занятости

Занятость в торговле различается по легитимности деятельности, т.к. не секрет, что в Казахстане определенная часть товарооборота осуществляется в теневой экономике, и непрозрачность торговли является наиболее актуальной проблемой данной отрасли. Наряду с проблемой неуплаты налогов незаконная торговая деятельность представляет угрозу здоровью и благополучию потребителей. Значительный теневой товарооборот включает в себя фальсифицированные и несертифицированные товары, серьезно угрожающие здоровью потребителей. К тому же неоформленные надлежащим образом трудовые отношения приводят к социальной незащищенности работников, к отсутствию гарантий занятости. Занятые незаконной торговой деятельностью уходят от уплаты налогов, не производятся пенсионные отчисления, что не позволяет пополнять их будущую пенсию и в целом оказывает негативное влияние на социальную ситуацию в обществе.

Серьезную проблему представляет низкий профессионализм и недостаточная квалификация нелегально работающих в торговле. Это приводит как к умышленному нарушению прав потребителей, так и к распространению привычного уже для многих покупателей низкому уровню торгового обслуживания.

Наличие существенного теневого товарооборота объясняется как низкой мерой ответственности за предпринимательство без надлежащей регистрации, так и отсутствием эффективного контроля за соблюдением действующего законодательства. Необходимо усовершенствовать соответствующие нормативные акты. Следует внести поправку в действующее Налоговое законодательство, что позволит индивидуальным предпринимателям повышать свою квалификацию и получать образование в профильных учебных заведениях, готовящих специалистов в сфере торговли за счет специально создаваемого фонда или на возвращаемые налоги.

3. Самозанятые в подотраслях торговли (оптовой и розничной)

Значительный рост занятости в торговле, начиная с периоде обретения независимости, не сопровождался надлежащей профессионально-квалификационной мобильностью, и увеличение числа занятых не привело к соответствующему росту товарооборота. У большинства собственников и руководителей предприятий отсутствует специальное профессиональное торгово-экономическое образование. Из-за недостатка знаний в области экономики труда и управления персоналом они недооценивают значимость труда как фактора производства, слабо используют методы и инструменты менеджмента, маркетинга.

Необходимо устранить ряд препятствий, сдерживающих рост и развитие мобильности в малый торговый бизнес. Малый бизнес может успешнее развиваться на фоне развития крупного торгового бизнеса и при создании условий для роста профессионально-квалификационной мобильности занятых в торговле и намеревающихся работать в данной отрасли.

4. Размер коммерческих подразделений (сбытовых структур) торговых или производственных предприятий

Здесь в первую очередь, следует выделить общие черты труда на предприятиях торговли:

* двойственный характер труда, связанный как с продолжением процессов производства в сфере обращения, так и со сменой форм собственности.
* труд, связанный с продолжением процессов производства в сфере обращения, занимает большой удельный вес во всем трудовом процессе.
* труд, связанный со сменой форм собственности (расчетно-кассовые операции, акты купли-продажи) является однообразным и при этом требует большого физического и психоэмоционального, нервного напряжения.
* большое влияние вероятностных факторов на труд: различная по периодам времени работы интенсивность покупательских потоков, сезонные колебания спроса в целом и по товарным группам в особенности, зависимость результатов труда от месторасположения торгового предприятия.
* результатом труда является услуга, оценить качество которой сложнее, чем товар (конкретный продукт труда).

Кроме того, заключение договоров на поставку товаров и их куплю-продажу, участие в работе выставок и ярмарок, расширение существующих и освоение новых рынков сбыта, организация всего процесса товародвижения предполагают регулярные командировки, деловые поездки.

Вышеперечисленные общие черты предъявляют соответствующие требования к организации труда в торговле. Именно правильная организация способствует росту культуры обслуживания и повышению эффективности коммерческой деятельности. Организация – это в том числе и установление оптимальных границ разделения труда, формирование пространства рабочих мест. Основными формами разделения труда являются функциональная, товарная, квалификационная и технологическая. Рациональное разделение труда дает значительный экономический эффект за счет целесообразной специализации. Вследствие разделения появляется кооперация труда. Сезонность спроса и неравномерность покупательских потоков предъявляют требования к развитию функциональной гибкости и к трудовой мобильности работников, к совмещению ими профессий в целях повышения качества торгового обслуживания. В интересах работодателей также целесообразно использование торгово-оперативного персонала в периоды наименьшего объема работы по обслуживанию покупателей на других видах работ. Особенно важно развитие профессионально-квалификационной и внутрифирменной мобильности на малых предприятиях. Кооперация труда внутри торгового предприятия может осуществляться путем объединения работников в бригады. Бригада – трудовой коллектив, структурное подразделение предприятия, получает задание в виде плана по товарообороту, фасовке товаров или грузообороту и др., в зависимости от специфики выполняемых работ. Члены бригады должны овладеть смежными специальностями и новыми профессиями для того, чтобы результаты труда коллектива соответствовали плановым заданиям.

5. Текучесть кадров

Основная проблема современных торговых предприятий – текучесть кадров. После ухода работника необходимо распределение всего объема работ между остальными членами трудового коллектива и надлежащее его выполнение до приема нового работника. Это возможно только при высокой профессионально-квалификационной и внутрифирменной мобильности. Отраслевой особенностью труда в торговле является материальная ответственность работников. Для обеспечения сохранности товарно-материальных ценностей целесообразна бригадная материальная ответственность. Организация труда тесно связана с его оплатой. Основной причиной высокой текучести кадров является несовершенная система оплаты и стимулирования труда. Уровень оплаты труда определяется следующим факторами:

* объемом и структурой товарооборота, широтой ассортимента;
* ценовой политикой предприятия;
* укомплектованностью и текучестью кадров;
* организацией труда и степенью механизации торговых процессов;
* квалификацией и профессионализмом работников.

Укомплектованность кадрами, их квалификация и профессионализм зависят от состояния трудовой мобильности. Уровень текучести определяется в том числе и состоянием систем управления персоналом, оплаты и стимулирования труда на предприятии. Можно сделать вывод о том, что на производительность труда торговых работников огромное влияние оказывает их профессионально-квалификационная, внутрифирменная и межфирменная мобильность, как индивидуальная, так и групповая (при бригадной форме организации труда или в трудовых коллективах предприятий).

В результате развития внутрифирменной (внутриорганизационной) и профессионально-квалификационной мобильности на предприятии происходит переход работников из одной группы в другую, меняется их статус. Изменение статуса возможно также и в результате межфирменной мобильности, при переходе на другое предприятие. К основным формам разделения труда в торговле относятся функциональная и квалификационная. При переходе на другое рабочее место с более высоким статусом, положением в пространстве рабочих мест, различают горизонтальную, восходящую или нисходящую трудовую мобильность. Это предъявляет особые требования к развитию внутрифирменной, профессионально-квалификационной мобильности.

В конкурентной среде, в результате колебаний спроса на различные товары и услуги, на торговых предприятиях возникает необходимость совершенствования ассортиментной политики, что влечет за собою изменение товарной специализации работников. Товарная специализация торговых работников представляет собою разделение труда по товарному признаку. Работники специализируются на продаже какой-либо группы товаров, на определенном перечне товарной номенклатуры. В ответ на действие факторов внешней среды организации регулярно приходится пересматривать товарно-ассортиментный перечень, обновлять и изменять ассортимент предприятия. Прежде специализировавшиеся на продаже одной товарной группы работники должны будут овладеть новыми знаниями, умениями и навыками, освоить новые трудовые функции при переходе на работу товарами другой товарной группы. Это предъявляет особые требования со стороны производства к развитию профессионально-квалификационной, внутрифирменной мобильности для обеспечения эффективной работы организации в рыночной среде.

Согласно Квалификационным требованиям и перечня документов к деятельности товарных бирж, биржевых брокеров и дилеров, утвержденных приказом Министра национальной экономики Республики Казахстан от 26 декабря 2014 года № 171, для получения лицензии на брокерскую и дилерскую деятельность в сфере товарных бирж требуется наличие у первого руководителя высшего образования и стажа работы не менее 3 лет в сфере биржевой деятельности и (или) в финансовых организациях, у сотрудников наличие высшего или послесреднего образования.

Общее количество выданных лицензий на право занятия брокерской и дилерской деятельностью в сфере товарных бирж составляет 614. В этой связи, наиболее оптимальным решением будет установление требований к брокерам и дилерам в рамках добровольного саморегулирования или аккредитации на биржах.

Кроме того, в соответствии с имеющейся мировой практикой предлагается разграничить предмет деятельности брокеров и дилеров, в результате чего брокеры будут осуществлять свою деятельность от имени и за счет клиента, а дилеры - от своего имени и за свой счет. Также, необходимо предусмотреть требования к брокерам и дилерам в части запрещения создания нескольких брокерских и (или) дилерских компаний и совмещения трудовых отношений одного лица в нескольких товарных биржах, биржевых брокерах и (или) дилерах.

Данный подход обеспечит качественную профессиональную подготовку дилеров и брокеров, снизит возможности аффилирования, а также усилит ответственность за осуществление дилерами/брокерами некачественных услуг.

В конкурентной рыночной среде именно высокие профессионализм и квалификация работников улучшают экономические результаты торговой деятельности, что компенсирует издержки на улучшение условий труда и другие необходимые расходы. Легализация деятельности будет способствовать росту социальной защищенности работников и гарантиям занятости. Подчеркнем, что росту профессионально-квалификационной мобильности и в целом улучшению положения дел в торговле будут способствовать искоренение коррупции, взяточничества и прочих барьеров, препятствующих нормальному функционированию торгового бизнеса. Отметим, что для совершенствования организационно-правового регулирования трудовой мобильности потребуется объединить усилия правоведов, экономистов, социологов, менеджеров.

**2.3 Среда профессиональной деятельности**

Нормативно-правовой базой государственного регулирования деятельности в сфере услуг торговли являются следующие законы и нормативные акты:

* Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года № 544
* Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV.
* Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
* Закон Республики Казахстан «О ратификации Соглашения о маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе» от 1 марта 2019 года № 230-VІ ЗРК.
* Закон Республики Казахстан «О ратификации Договора о Евразийском экономическом союзе» от 14 октября 2014 года № 240-V ЗРК
* Закон Республики Казахстан «О товарных биржах» от 4 мая 2009 года № 155-IV.
* Приказ Министра национальной экономики Республики Казахстан от 26 декабря 2014 года № 171 «Об утверждении квалификационных требований к деятельности товарных бирж, биржевых брокеров и дилеров и перечня документов, подтверждающих соответствие им»
* Закон Республики Казахстан «О государственных услугах « от 15 апреля 2013 года № 88-V.
* Постановление Правительства Республики Казахстан от 5 февраля 2003 года N 131 «Об утверждении Правил организации деятельности торговых рынков»
* Приказ и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 «Об утверждении Правил внутренней торговли»

По мере совершенствования торговой политики государства, нормативно-правовой базы регулирования торговли, повышения благосостояния и роста покупательской способности населения в Казахстане развивается система высокоорганизованной торговли и сферы услуг.

В общем виде среду профессиональной деятельности можно условно поделить на 2 основных поля:

* Индивидуальные предприниматели, субъекты малого бизнеса в сфере торговли, торговые рынки;
* Средний и крупный ритейл.

Из проведенного выше анализа следует, что практически половина всего объема розничной торговли приходится на рынки.

Естественно, что на малых предприятиях торговли и рынках предъявляют минимум требований к продавцу.

Уровень квалификации персонала во многом влияет на образ розничной торговой компании. Компании, допускающие к работе персонал, который не имеет профессионального образования, совершают ошибку, особенно списывая это на недостаток кадров. Необученный или неподготовленный персонал, в ходе работы будет сталкиваться со множеством проблем, которые несет собой сфера розничной торговли, так же это может привести к текучести кадров и дополнительным расходам на поиск и обучение новых сотрудников.

В целом, обучение происходит на местах, система корпоративного обучения в малых торговых компаниях и торговых рынках отсутствует либо не функционирует.

Небольшие торговые организации чаще других представителей малого и среднего бизнеса прибегают к услугам фирм или же свободных агентов по организации обучающего процесса для внутренних специалистов-»продажников». К обучению зачастую также привлекаются и другие категории работников, осуществляющие непосредственный контакт с потенциальными клиентами. К их числу можно отнести сотрудников call-центров, консультантов и администраторов. Следует отметить, что спектр предлагаемых услуг на современном рынке Training & Development (обучения и развития) является достаточном обширным.

В частности, ТОО «Академия Бизнес Образования» создано с целью помощи своим клиентам улучшить работу отдельных менеджеров, групп, команд и компании в целом, освоить передовые методы бизнес управления, приобрести знания и практические навыки, необходимые для успешной работы в любой сфере их деятельности. Основные виды деятельности:

* Организация и сопровождение процессов краткосрочного обучения:
	+ семинары,
	+ тренинги,
	+ курсы повышения квалификации
* Обучение может проходить как корпоративном(для одной организации), так и в сборном(для сотрудников из нескольких организаций) формате.
* Автоматизация управленческого учёта для малого и среднего бизнеса с использованием распространенных, общедоступных приложений MS Office

Можно выделить краткосрочные тренинги, стоимостью в среднем 80 тыс.тенге:

* Тренинг «Управление call-центром»
* Тренинг «Мастер продаж услуг»
* Тренинг «Навыки продаж по телефону или «Холодные звонки»
* Семинар-тренинг: «Развитие навыков торговых представителей»
* Дистанционный ФРЭШ-тренажер по продажам: «Концентрация и приоритеты»
* Тренинг: «Навыки профессионального общения по телефону»
* Тренинг «Работа с возражениями»
* Интерактивный тренинг «Навыки продаж»
* Семинар «Управление продажами: построение эффективной системы»
* Мотивационный тренинг: «Величайший торговец в мире»
* Семинар»CRM-система: управление отношениями с клиентами»
* Тренинг: «Пятизвёздочные продажи на 100%»
* Тренинг: «Обслуживание экстра - класса»
* Тренинг «Эффективный менеджер по продажам»

Аналогичные курсы предлагаются во всех крупных городах Казахстана.

Серьезной проблемой в сфере торговли остается медленный переход на новые стандарты обслуживания, поскольку продавцы и грузчики, самозанятые не удовлетворены системой оплатой, а руководство малых компаний не имеет возможности для разработки системы материального стимулирования. У работников торговли низшего и среднего звеньев зачастую отсутствуют знания о том, какие конкретные действия влияют на общий результат работы магазина. Сюда можно отнести неправильное оформление торгового зала, поведение персонала, которое довольно часто демонстрирует нежелание работать, что также сказывается на общении с покупателями.

В настоящее время достаточно серьезна проблема модернизации торговых рынков. Торговые рынки должны быть, как во всем мире, специализированные: продовольственные, сельскохозяйственные, строительные, автомобильные и ремесленные. В настоящее время в Алматы функционирует 53 рынка, из них 17 модернизировано в 2018 году. На 2019 год планируется модернизация еще 10 объектов. Алматы – пилотный город, где до конца 2020 года намечена модернизация всех рынков. [[4]](#footnote-4)

Немного иначе ситуация обстоит в сегменте среднего и крупного ритейла.

Из результатов обзора, сделанного специалистами Kursiv Research.[[5]](#footnote-5), можно выделить следующих представителей крупного ритейла: Magnum Cash & Carry (Magnum Cash & Carry – гигант казахстанского ритейла, функционирует уже 33 торговых комплекса компании в семи городах Казахстана в форматах Magnum Cash & Carry и «Magnum ATAK». Количество рабочих торговой компании на сегодня составляет около 8 тыс. человек, общее количество покупателей сети превышает 100 тыс. человек в день), оптово-розничная сеть «Анвар» (33,5 тыс. квадратных метров торговых площадей в семи регионах Казахстана), «Скиф Трейд» с торговыми марками Small и Skif discount (розничная сеть, основанная в 1994 году, на данный момент насчитывает 55 супермаркетов в 15 городах страны), ТОО «МЕТРО Кэш энд Керри» (торговые центры сети расположены в семи городах по всему Казахстану), ТОО «Лучшее решение» - торговая сеть «Дина» (17 магазинов сети различного формата расположены в трех городах Западного Казахстана), супермаркеты «Арзан» (3 супермаркета в гг. Усть-Каменогорск, Алматы и Тараз, ) и «Рамстор» (12 супермаркетами, тремя супермаркетами формата «экспресс», одним супермаркетом премиум-класса, двумя интернет-магазинами и МФК «Ramstore All in» в городах Алматы и Астана).

Средний и крупный ритейл самостоятельно проводят обучение своего торгового персонала. Для этого в штате имеются тренеры, свои обучающие программы и свои корпоративные учебные центры. С обучением специалистов среднего и высшего звена дело обстоит иначе. Розничные компании проводят корпоративные образовательные программы, нанимают сторонние компании для проведения корпоративных тренингов с целью повышения квалификации управленческого персонала, привлекают компании, специализирующиеся на наборе персонала.

Задачи по снижению дефицита низко квалифицированных кадров также является непосредственной задачей для малых и средних предпринимателей, и крупных сетевых компаний. Основными инструментами снижения дефицита низко квалифицированного персонала для компаний малого, среднего бизнеса и крупных сетевых компаний, является повышение мотивации сотрудников. Введение компаниями систем повышения мотивации персонала посредством повышения заработной платы, создания благоприятных условий труда, предоставления возможности карьерного роста в компании снизит текучесть кадров и привлечет в отрасль дополнительный человеческий капитал.

Целесообразно привлечь крупные торговые компании и профессиональные ассоциации сектора торговли к сотрудничеству с ведущими ТиПО и вузами для обучения студентов данным специальностям. Торговые компании и их профессиональные ассоциации могут участвовать в формировании требований к выпускникам, разработке образовательных программ, организации стажировок. Сотрудники компаний могут быть привлечены в качестве лекторов и т.д.

**2.4 Краткое содержание квалификаций и провайдеров**

Периодическое обучение специалистов, работающих в рознице, необходимо, и в условиях возрастающей конкуренции, высокий профессионализм – уже обязательное требование рынка розницы.

Розничные компании, в которых четко прописаны технологические цепочки рабочих процессов и разработаны свои корпоративные стандарты, а также методы обучения новых сотрудников (в частности торгового персонала), имеют текучку кадров значительно ниже других предприятий торговли, и более высокие показатели эффективности работы сотрудников.

Ниже рассмотрим содержание квалификаций провайдера Учебный центр ТОО «ПРОГРЕСС-С».

**Менеджеры по продажам**

Профессия менеджеров по продажам широко распространена в сфере оптовой торговли. В одних фирмах менеджеры по продажам работают напрямую с потребителями (особенно, если это крупный и дорогостоящий товар), в других, — с компаниями - дистрибьюторами, которые приобретают партии товара и развозят их по магазинам, в третьих, — совмещают и ту, и другую схему продаж.

Содержание квалификаций:

* Этика и эстетика делового общения
* Работа с клиентами по телефону
* Работа с клиентами в живую
* Работа с возражениями
* Менеджмент и маркетинг
* Маркетинг продаж

а) присоединение к клиенту в торговом зале;

б) презентация себя и компании;

в) трехэтапная презентация товара;

г) создание аттракции (расположение клиента к себе);

д) методы воздействия на клиента (использование эго клиента, любимая тема, правильное обращение к клиенту)

е) отработка возражений;

ж) работа с дебиторской задолженностью

* Золотые правила продаж
* Работа с товарами
* Знание товара

**Маркетинг продаж. Эффективные продажи**

Содержание квалификаций:

* определение идеальных клиентов;
* постановка целей по объемам продаж;
* золотые правила продаж;
* модель покупательского поведения;
* навыки эффективно выстраивать общение по телефону и в деловой переписке;
* анализ рыночных возможностей;
* отбор целевых рынков;
* навыки правильно принимать решения об использовании марки, упаковки товара и. т.д.;
* стратегия разработки новых товаров;
* навыки правильно доносить информацию до клиента;
* навыки выбирать каналы распределения и товародвижение;
* навыки составлять рекламное обращение;
* навыки осуществлять холодные звонки.

В целом, следует отметить, что количество обучающих центров достаточное. Сегодня для специалистов розницы предлагается громадное количество вариантов обучения, по различным темам. Все эти курсы, тренинги и семинары очень различаются по своему, в первую очередь качественному уровню, а также форме подачи материала и квалификации преподавателей. Рынок корпоративного обучения и открытых семинаров для розницы очень перспективный, он активно развивается и появляется много новых фирм. На этом рынке, как и на других, встречаются и солидные фирмы с хорошей репутацией и, к сожалению, немало компаний-»однодневок», которые разочаровывают слушателей.

Длительность курса тоже имеет немаловажное значение, она напрямую связана с количеством информации, которую получают участники. Сейчас популярно двухдневное обучение (в том числе, в выходные дни), но такое короткое обучение, конечно же, не позволяет глубоко изучать серьезные, объемные темы и углубляться в детали и интересные подробности. Такие короткие семинары хороши для изучения узкоспециализированных тем. Также 2-х дневные семинары могут быть интересны специалистам, обзорно изучающим смежную специальность, либо только начинающим свою карьеру сотрудникам.

Специалистам же, имеющим уже значительный и успешный опыт работы, а также, желающим глубоко знать тонкости своей работы, лучше посещать более длительные семинары с глубоким погружением в предмет (например, длительностью в неделю или более). Имеются и долгосрочные обучающие программы, которые проводятся в очно-заочной форме, с сессиями несколько раз в год, они также очень эффективны, а иногда просто необходимы тем, кто хочет освоить новую профессию или должность. Они представляют собой несколько разделов-сессий «с погружениями» и отрывом от привычных рабочих мест.

**3 Описание новых технологий, международных тенденций**

Согласно прогнозу развития мирового сектора розничной и оптовой торговли и дистрибуции, сделанному компанией Deloitte, сегодня возможности для дальнейшего роста появляются у тех ритейлеров, которые открыты для новых идей и стремятся к большей клиентоориентированности[[6]](#footnote-6). Ожидается, что прирост рынка будет составлять от 3,2-3,8% на фоне дальнейшего усиления конкуренции между различными форматами магазинов, каналами продаж и участниками. Потребительские расходы растут и перераспределяются между различными форматами магазинов и каналами продаж.

Ключевые тренды, которые на текущий момент определяют развитие оптовой и розничной торговли[[7]](#footnote-7)[[8]](#footnote-8):

* рост объемов безналичной торговли, в том числе рост оплаты Google Pay и Apple Pay;
* формирование мультиканального сбыта, т.е. не только в формате оффлайн покупок, но и наличия у каждой сети собственных онлайн-магазинов;
* в дополнение к предыдущему – расширение спектра услуг торговых сетей в виде доставки продуктов на дом, контроль качества товаров, уменьшение доли контрафакта, рост числа специальных акций, рост продаж через социальные сети;
* формирование собственных торговых брендов у каждой торговой сети, что является нормой для американский и европейских ритейлеров;
* формирование крупных торговых сетей (через слияние региональных ритейлеров), доминирование национальных торговых сетей, наличие тенденции ухода с развивающихся рынков крупных транснациональных сетей и иих концентрация в пределах конкретного региона;
* выстраивание долгосрочных ценностных отношений с покупателем в долгосрочной перспективе благодаря развитию сегмента «Value & Proximity» (VP), который объединяет дискаунтеры и «магазины у дома», но, помимо товаров повседневного спроса, предлагает покупателю дополнительную ценность, например, мини-кофейню или пекарню;
* коллаборация гипермаркетов с фермерами, в частности передача традиционных площадей под фермерские рынки;
* автоматизация рутинных действий покупателя в e-commerce, в частности формирование готовых комплектов товаров, «потребительских корзин», соответствующих стилю жизни покупателя;
* формирование так называемых «магазинов без касс» и «магазинов без продавцов» для снижения издержек ритейлеров, максимально возможная автоматизация торгового процесса и внедрение систем искусственного интеллекта в процессы мерчендайзинга, закупок, продвижения и продаж товаров.

Стратегической целью развития торговой отрасли Республики Казахстан в этом контексте является: создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения на потребительские товары и услуги в широком ассортименте на основе использования инновационных технологий и новых форм организации бизнес-процессов.

Достижение этой цели возможно при реализации следующих приоритетных задач: повышение эффективности государственного регулирования отрасли; развитие базовых инфраструктурных объектов; повышение эффективности внутриотраслевых процессов; стимулирование развития малого торгового бизнеса.

Для решения задачи по повышению эффективности государственного регулирования торговой отрасли необходимо: стимулирование размещения логистических и оптово-распределительных центров; повышение эффективности ценового контроля; совершенствование нормативной базы регулирования взаимоотношений оптовых и дистрибуционных компаний: стандартизация процедур вхождения в торговые сети мелких производителей; формирование нормативной базы регулирования интернет-торговли и электронной системы платежей, стимулирование развития торговли в отдаленных сельских муниципальных районах и другие.

По прогнозам аналитиков, через 5-7 лет экстенсивный тип развития отрасли исчерпает свои возможности и отрасль перейдет в стадию замедления роста. Для сохранения высоких темпов роста отрасли сегодня необходимо опираться на такие факторы роста прибыли: развитие инфраструктурных услуг, технологичность бизнес-процессов, конкурентоспособность отечественных производителей и торговых сетей, инвестиционная привлекательность торговли. Для широкого продвижения и обеспечения физической доступности товара необходимы новые формы организации торговых объектов. Достижение нового качественного уровня торговли возможно только при наличии и дальнейшей концентрации высокообразованных, квалифицированных руководителей и специалистов. Решение кадровых проблем возможно через создание системы взаимодействия торгового бизнеса и образовательных учреждений.

В целях развития электронной торговли утверждена и начата реализация Дорожной карты по развитию электронной торговли на 2018-2020 годы. С 1 января 2018 года вступили в силу налоговые льготы (освобождение от уплаты КПН И ИПН) для юридических лиц и ИП в общеустановленном порядке, осуществляющих электронную торговлю. (при условии оформления сделок по реализации товаров в электронном виде, оплата за товары производится безналичным платежом не менее 90% от совокупного годового дохода, наличие собственной службы доставки товаров покупателю (получателю), либо наличие договоров с лицами, осуществляющими услуги по перевозке грузов, курьерскую и (или) почтовую деятельность).

В целях повышения инвестиционной привлекательности МЦПС Хоргос с 1 января 2018 года вступили в силу нормы налогового и таможенного кодекса, предусматривающие льготы для участников СЭЗ МЦПС «Хоргос»:

- освобождение от уплаты КПН и ИПН;

- применение ставки 0 процента при исчислении налога на имущество;

- применение коэффициента 0 при исчислении земельного налога;

- применение коэффициента 0 при исчислении платы за пользование земельными участками на срок, указанный в договоре временного возмездного землепользования (аренды), но не более срока действия СЭЗ «МЦПС «Хоргос»;

- применение нулевой ставки НДС в отношении оборота по реализации товаров на территорию СЭЗ «МЦПС «Хоргос»;

- освобождение от НДС оборотов по реализации товаров, работ и услуг, реализуемых на территории СЭЗ «МЦПС «Хоргос».

В Кодексе о таможенном деле предусмотрена норма о свободном, без представления органам государственных доходов уведомлений и разрешений, перемещении товаров через таможенную границу ЕАЭС физическими лицами с китайской части на казахстанскую и с казахстанской на китайскую часть МЦПС «Хоргос».

В программе «ДКБ 2020» снижены критерии допуска проектов по субсидированию процентной ставки кредитов БВУ, и предусмотрена возможность подведения недостающей инфраструктуры при строительстве торговых объектов.

Международный опыт показал положительную динамику развития электронной коммерции за счет развития электронных торговых площадок, которые позволят субъектам электронной торговли экономить средства на создание сайта, внедрение системы безналичных платежей, службе доставки и т.д.

Электронная торговая площадка – юридическое лицо, предоставляющее интернет-ресурс и обеспечивающее инфраструктуру покупателям и продавцам по осуществлению электронной торговли, а также услуг по заключению договоров между ними на оказание работ и услуг с использованием цифровых технологий.

Их удобство заключается в формировании на единой площадке полного комплекса услуг, как для предпринимателей, так и для потребителей – это информация о товаре и продавце, способы оплаты, способы получения товаров или услуг, контроль качества и обратная связь с обеих сторон.

Преимуществами электронных торговых площадок являются:

для потребителей – гарантия оформления заказа, онлайн оплата, доставка заказа, а также возможность возврата товара;

для бизнеса – экономия средств на создание сайтов и их обслуживание;

для государства – легкое администрирование.

Таким образом, в соответствии с требованиями ОЭСР инфраструктура электронных торговых площадок обеспечивается за счет:

1) возможность оценки покупателем продавца и товара;

2) внутренние требования ЭТП к продавцу;

3) безналичный расчет;

4) обеспечение доставки;

5) обеспечение взаиморасчетов между покупателем и продавцом, в том числе при возврате товара;

6) резидент Казахстана.

По своей сути, субъектов электронной коммерции можно разделить на

3 категории:

- информационно-рекламные электронные площадки (OLX, SATU, krisha.kz, kolesa.kz и др.), которые не осуществляют торговлю, а лишь предоставляют площадку для размещения оферты;

- интернет-магазины (lamoda.kz, wildberries.kz и др.), которые торгуют собственным товаром, или товаром аффилированных посредников, предоставляя дополнительно услуги по доставке, производят расчеты как наличным, так и безналичным способом, при этом имеют права и несут ответственность, предусмотренную законодательством в сфере торговой деятельности РК, как продавцы;

- электронные торговые площадки, в том числе специализированные, на которых реализуются товары одного класса, работы и услуги одного вида экономической деятельности.

В целях повышения доверия населения и бизнеса к электронной торговле отечественных товаропроизводителей и увеличения объемов реализации местных производителей предлагается создать на базе ОРЦ специализированную электронную торговую площадку, которая позволит субъектам электронной торговли экономить на создании сайта, внедрении системы безналичных платежей, службе доставки, обеспечивающая условия для реализации отдельных видов сельскохозяйственной продукции за счет организации процессов ее приемки, подработки, первичной переработки, упаковки, надлежащего хранения, ветеринарного и фитосанитарного контроля качества, оптовой торговли, в том числе с использованием автоматизированных электронных информационных и расчетных систем.

В целях повышения доверия населения и бизнеса к электронной торговле будет создан на добровольной основе реестр отечественных товаропроизводителей товаров, который будет объединять всех субъектов бизнеса и состоять из конкретизации видов деятельности и реализуемых товаров, работ и услуг и др.

Оборот электронной коммерции составляет через: информационно-рекламные электронные площадки – 3,9 млрд. тенге, интернет-магазины – 98,5 млрд. тенге, электронные торговые площадки – 57,2 млрд. тенге.

При этом, необходимо электронные торговые площадки отличать от товарных бирж, где товарные биржи выступают комплексом вычислительных средств, программного обеспечения, баз данных, телекоммуникационных средств и другого оборудования товарной биржи, необходимый для проведения биржевых торгов и обеспечивают формирование ценовых индикаторов по стандартизированным товарам.

В этой связи, необходимо законодательно разделить предметы и цели создания электронных торговых площадок на вышеуказанные категории, с четким разделением их функционирования.

По сущности и техническим возможностям биржи и ЭТП будут представлять собой идентичные организационно-структурные и информационные образования, с основным отличием: это цель, предмет торговли и участники ЭТП и ТБ.

Немаловажной задачей по развитию электронной торговли является развитие инфраструктуры, состоящей из упрощенного таможенного администрирования и многофункциональной системы логистики.

Кроме того, Планом мер по улучшению индикаторов Глобального индекса конкурентоспособности Всемирного экономического форума на 2018-2019 годы поставлена задача по увеличению торговых площадей современного формата и улучшению условий доступа к ним отечественных производителей[[9]](#footnote-9).

В Казахстане в последние годы наблюдается рост количества магазинов входящих в торговые сети также ежегодно увеличивается торговый оборот сетевых магазинов. Данная тенденция, происходящая в сфере розничной торговли продовольственнными товарами наблюдается во многих крупных городах и продолжает охватывать менее крупные города. Данная тенденция соответствует мировой практике и в будущем будет только усиливаться.

При этом, если раньше производитель зачастую мог диктовать разрозненным розничным магазинам цены и условия поставки своей продукции, то разросшиеся торговые сети получили возможность предлагать поставщикам свои условия взаимодействия. Такая ситуация создает определенные барьеры для выхода на рынок производителей продовольственных товаров в виде установления выплат поставщиков в пользу торговых сетей (ретро-бонусы).

В некоторых странах законодательно определены понятие ретро-бонусов и скидок. Например, в США антимонопольный орган использует понятие в узком значении, относящийся ко всем скидкам и ретро-бонусам на все предоставляемые скидки на покупку всех товаров потребителями. В соответствии с израильским законодательством ретро-бонусы или скидки включают скидки в зависимости от того, покупает ли потребитель все или часть своих товаров у монополиста, либо это целевые скидки, при котором потребитель соглашается покупать определенное количество в текущем году.

В некоторых странах считается предоставление скидок стимулирующей мерой с целью создания конкурентных условий на рынке, снижение цен и увеличение производства благоприятно влияет на потребителей, а также способствует эффективному распределению ресурсов. Однако, предоставление скидок может создавать антиконкурентные условия на рынке при искусственно заниженной цене (ограничительная практика) либо ценовой дискриминации (спекулятивная практика).

В России одним из основных положений, закрепленных в Федеральном законе № 381-ФЗ, являются договорные отношения между поставщиками продовольственных товаров и хозяйствующими субъектами торговой деятельности, с которыми непосредственно связано и ценообразование.

В соответствии с Федеральным законом № 381-ФЗ в цену может включаться вознаграждение, выплачиваемое хозяйствующему субъекту при осуществлении им торговой деятельности при условии приобретения определенного количества продовольственных товаров.

Размер вознаграждения согласовывается сторонами договора, который не может превышать 5% от цены приобретаемых продовольственных товаров. Вознаграждение включается в цену договора, но не должно учитываться при определении цены продовольственных товаров. Не предусмотрена выплата вознаграждения, если приобретаются социально значимые продовольственные товары, перечень которых установлен Правительством РФ.

Аналогичные ограничения имеются и в других странах.

Например, антимонопольный орган Болгарии считает, что предоставление скидок в зависимости от количества проданного товара за определенный период для крупных дистрибьюторов причиняет вред развитию конкуренции на рынке.

В соответствии с законом о конкуренции Дании использование ретро-бонусов является дискриминационной практикой и является барьером для вхождения новых поставщиков на рынок, при этом оказывающее неблагоприятное воздействие на конкурентный рынок.

В соответствии с законодательством Франции, если субъект торговли стремиться увеличить рынок сбыта путем значительного снижения цены, предоставление скидок считается барьером для входа на рынок, в этом случае облагается штрафом.

В законодательстве Казахстана выплата ретро-бонусов никак не урегулирована, торговые сети и крупные магазины имеют возможность диктовать поставщикам сельхозпродукции свои условия по своему усмотрению. В этой связи, в целях недопущения роста цен на СЗПТ и защиты поставщиков отечественной сельхозпродукции предлагается ограничить выплату ретро-бонусов в пользу торговых сетей и крупных магазинов на социально-значимые продовольственные товары.

Вышеуказанные меры потребуют внесения следующего дополнения в действующие законодательные акты Республики Казахстан:

В Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» включить норму по запрету вознаграждения (ретро-бонусов) за приобретение социально-значимых продовольственных товаров торговыми сетями или крупными торговыми объектами.

Оптово-распределительные центры (ОРЦ)

На сегодняшний день структура оптовой торговли плодоовощной, мясной и рыбной продукции в Республике Казахстан выглядит таким образом, что 81% торговли составляет мелкий опт, 10% средний опт и порядка 9% крупный опт.

Необходимо отметить, что объем оптовой торговли продтоварами за 6 лет увеличился почти в 3 раза. Если в 2012 году объем торговли продовольственными товарами в Казахстане составлял порядка 1,6 трлн. тенге, то в 2017 году порядка 3,6 трлн. тенге.

Более 81% объема продтоваров реализуется мелким оптом, что приводит к увеличению цены в связи с потерями при транспортировке, механическими повреждениями, порчи при хранении в несоответствующих условиях и т.д. Данные потери овощей-фруктов достигают 30% и естественно включаются в себестоимость продукции.

Кроме того, при действующей схеме движения товаров «производитель – посредники – мелкий оптовик – базар (магазин) – конечный потребитель», выпадает звено «системная розница», представленное в лице крупных супермаркетов, таких как Metro Cash & Carry, Magnum, Small и т.д. Результатом данной схемы является то, что сети не работают с местной продукцией в силу нестабильных поставок, и вынуждены работать с импортными продтоварами.

В целях обеспечения доступа сельхозтоваропроизводителям на торговые площади и к таким технологическим операциям как хранение, упаковка, сбыт и транспортировка сельскохозяйственной и пищевой продукции в рамках Государственной программы развития агропромышленного комплекса предусмотрено создание оптово-распределительных центров (далее – ОРЦ).

Основная цель ОРЦ будет заключаться в сокращении и оптимизации звеньев между производителями и розницей и созданием необходимой инфраструктуры, что обеспечит прозрачность в формировании цены.

Основными функциями ОРЦ будут являться:

* хранение, складирование продовольственных продуктов;
* первичная переработка (промывка, сортировка, упаковка, взвешивание);
* логистические услуги (эффективная организация поставок и продаж продовольственных продуктов);
* сертификация продукции, санитарный контроль;
* погрузочно-разгрузочные услуги (кросс-доки);
* информационно-разъяснительные услуги для участников ОРЦ;
* содействие в получении отгрузочных документов на товар (при экспорте);
* межрегиональное перераспределение продукции;
* единая информационная система учета производителей, потоков сельхозпродукции, и прогнозирования (формирование клиентской базы, базы производителей);
* организация электронной площадки.

В зависимости от желаний и целей клиентов ОРЦ обеспечит:

1) «место встречи» производителя и перекупщика (быстрые сделки в формате B2B). Производитель реализует продукцию в кратчайшие сроки за счет единой торговой площадки для продажи оптово-розничным поставщикам;

2) площадка для реализации продукции (производитель может реализовать продукцию самостоятельно (B2C)). Конечному покупателю, так как ОРЦ представляет услуги аренды необходимых площадей, кросс-доков, также первичной обработки, сортировки и упаковки товаров;

3) склад (производитель использует ОРЦ как складское помещение).

В структуре ОРЦ предусмотрены зоны хранения товара в среднетемпературных камерах, в низкотемпературных камерах, газовые камеры дозирования и т.д.

В результате планируется увеличение доходов производителей сельхозпродукции за счет прямого доступа к оптовым дистрибьюторам; лучшего знания конъюнктуры рынка; возможности прямого взаимодействия с производителями без участия перекупщиков; увеличения товарооборота, уменьшение потерь при хранении продукции.

В 2019 году планируется пилотный запуск ОРЦ в гг. Нур-султан и Караганда, а в 2020-2022 гг. планируется строительство аналолгичных объектов в наиболее выгодных городах, с точки зрения географического расположения, наличия предприятий и покупательской способности, для строительства ОРЦ – Актобе, Шымкент, Алматы. Наличие автомобильных и ж/д транспортных сетей ведущих в Россию и Китай позволят увеличить экспорт продовольственных товаров в эти страны.

Актуальна ситуация по развитию предпринимательства, занятого в сфере выездной, передвижной торговли, так называемого «бизнеса на колесах».

**4 Анализ структуры отрасли в профессионально-квалификационном разрезе, новые квалификации**

**4.1 Анализ зарубежного опыта разработки ОКР**

**Великобритания.** Национальные профессиональные стандарты (NOS) – это установки о стандартах качества работы, которых человек должен достичь при выполнении функций на рабочем месте, вместе со спецификациями лежащих в основе знаний, понимания выполняемых видов работ и навыков. NOS могут быть использованы в любой части Великобритании.

NOS являются профессиональными документами, потому что они описывают производительность, требуемую от человека при выполнении функций на рабочем месте, то есть в его родовой деятельности (в качестве сантехника, полицейского, технолога и т.д.).

NOS представляют собой стандарты деятельности, потому что они представляют собой описания эффективной работы, которые были согласованы репрезентативной выборкой работодателей и других ключевых заинтересованных сторон и одобрены Группой NOS Великобритании. Эти критерии качества были разработаны Комиссией по занятости и навыкам Соединенного Королевства в партнерстве с Советами по отраслевым навыкам (SSCs) и другими организациями, занимающимися установлением стандартов[[10]](#footnote-10), организациями, ответственными за разработку, поддержание и внедрение стандартов, определяющих эффективность работы людей на рабочем месте. В основе стандартов лежит Стратегия NOS на 2010-2020 гг., которая возлагает ответственность за обеспечение качества NOS на Советы по отраслевым навыкам, устанавливающим стандарты.

Национальные профессиональные стандарты призваны сформировать перечень профессий и соответствующих им навыков для тех сфер, где нет четких критериев профессиональных обязанностей и/или нет специализированного профессионального образования с выдачей соответствующих дипломов.

Этому уровню профессий соответствуют уровни 1-4 Национального стандарта, в рамках которых и раскрывается содержание профессиональной деятельности, для которой не требуется специализированного образования.

Схожую систему построения профессиональных стандартов имеет **Канада** (как бывший британский доминион).

Канадские стандарты также ориентированы на формирование перечня профессий, по которым не требуется получение дипломов высших или средне-специальных учебных заведений. Предполагается, что, например, вузы, открывая специальности заранее четко прописывают компетенции (знания и навыки), которые усвоит выпускник вуза. Кроме того, данные компетенции, как правило, согласованы с работодателями через механизмы прямого сотрудничества, академических комитетов, патронажа и т.п. И, следовательно, не нуждаются в настолько подробной детализации со стороны профессиональных сообществ.

То есть, из рассмотренного опыта Великобритании и Канады можно сделать вывод о том, что обязательной разработке подлежат только базовые виды профессий, по которым отсутствует системное образование, а переход из группы этих специальностей на более высокую ступень требует получения специального образования, без которого топ-менеджеры и владельцы фирм не будут продвигать специалиста в большинстве случаев.

**Индия.** Индийским профессиональным советом Ассоциации ритейлеров (RASCI) были созданы Национальные профессиональные стандарты (NOS) для 18 профессий, на долю которых приходится более 80% прямой занятости в индийском секторе розничной торговли. Они были верифицированы через Комитет по регистрации квалификаций (QRC) Национальной корпорации развития навыков (NSDC) (таблица 20)[[11]](#footnote-11).

Основным отличием стандартов Индии от стандартов Соединенного Королевства и Канады (несмотря на то, что Индия также была в составе Британии и унаследовала британскую корпоративную культуру) является то, что в нем предусмотрено формирование перечней специальностей и профессий по всему спектру должностей с формированием к ним описаний навыков и знаний, необходимых для выполнения своих обязанностей.

Таблица 20 – Состав профессий, входящих в Индийский национальный профессиональный стандарт (розничная торговля)

|  |  |
| --- | --- |
| **Уровни стандарта** | **Профессии** |
| **VII** | * менеджер (директор) розничного магазина,
* бизнес-промоутер / многоканальный ритейлер
 |
| **VI** | * начальник торгового отдела,
* бизнес-лидер / мульти-аутлет ритейлер
 |

|  |
| --- |
| Продолжение таблицы |

|  |  |
| --- | --- |
| **V** | * руководитель группы (бригадир),
* бизнес-организатор / ритейлер (байер),
* визуальный мерчендайзер
 |
| **IV** | * розничный продавец,
* продавец-дистрибьютор,
* индивидуальный продавец-профессионал, с
* специалист по работе с персоналом,
* составитель каталогов (в т.ч. цифровых),
* фрилансер-продавец (через собственный сайт),
* специалист по розничной продаже
 |
| **III** | * розничный стажер,
* розничный агент-кассир
 |
| **II** | * розничный кассир
 |
| **I** | * помощник розничного магазина
 |
| Составлена разработчиками ОРК |

И хотя так же, как и в Британии, до 4 уровня включительно не требуется специального образования, тем не менее индийское правительство считает необходимым формировать полные градации по уровням для стандартизации подхода к построению системы управления в отрасли.

**4.2 Требования, предъявляемые к квалификациям в зарубежной практике**

**Великобритания.** В сфере ритейла (розничной торговли) в рамках британских стандартов разработаны описания 328 навыков (в том числе, например, отдельно для байеров – 44 навыка, мерчендайзера – 25 навыков). Которые могут комбинироваться для различных профессий или быть уникальными для каждой самостоятельной профессии.

В таблице 21 показаны типичные профессии сферы торговли с их отнесением к различным уровням, а также указанием примеров конкретных навыков, которыми должен обладать тот или иной специалист розничной торговли. Например, для работников складов существует всего 3 необходимых навыка (два из которых приведены в таблице), для секретаря или администратора – всего один навык.

В то же время, как уже было отмечено выше, мерчендайзер должен обладать минимум 25 навыками (не считая тех, которые он усвоил, будучи на предыдущих ступенях профессиональной деятельности), а для менеджера обязательными к освоению являются 57-62 навыков в зависимости от специфики работы менеджера.

Освоение указанных навыков происходит двумя способами:

* на рабочем месте, т.е. наставничество с последующей аттестацией работником, имеющим соответствующие полномочия;
* обучение в специализированных сертифицированных центрах, т.е. сертификация полученных знаний и навыков вне рабочего места.

Таблица 21 – Примеры навыков, которым работник должен быть обучен в рамках наставничества (аттестация на рабочем месте) и обучения (получение сертификата) [[12]](#footnote-12)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Профессия | Уровни стандарта | Примеры навыков по уровням национального профессионального стандарта Великобритании, которым работник должен быть обучен в рамках наставничества (аттестация на рабочем месте) и обучения (получение сертификата) |
| 1 уровень | 2 уровень  | 3 уровень | 4 уровень |
| Работники складов и дистрибьюторы | 1-2 | Вручную безопасно поднимать и обрабатывать товары и материалы  | Получать поставки и проверять условия хранения товаров |  |  |
| Секретарь / администратор | 2 |  | Своевременное и полное ведение учета рабочего времени |  |  |
| Квалифицированные торговые работники | 2-3 |  | Подготовка мясных продуктов к продаже | Отслеживать и помогать повышать безопасность пищевых продуктов в розничной среде |  |
| Менеджер | 3-4 |  |  | Помощь коллегам в обучении на рабочем месте | Поддержка разработки новых продуктов |
| Профессии обслуживания клиентов | 3-4 |  |  | Организация, планирование и контроль самообучения сотрудников | Управление разработкой нового продукта |
| Байер | 4 |  |  |  | Разработка стратегии закупок |
| Мерчендайзер | 4 |  |  |  | Выбор товаров для продажи |

Приведем примеры кратких описаний навыков, которыми должны обладать розничный продавец, бригадир, менеджер розничных продаж[[13]](#footnote-13):

А) *Розничный продавец (2 уровень):* Основная цель ритейлера (продавца) – помогать покупателям при покупке продуктов и услуг, что требует хорошего понимания продаваемых запасов, разнообразных способов совершения покупок и возможности обработки платежей, например, с помощью кассы. Ритейлеры должны стремиться предоставлять качественные услуги, которые всегда направлены на то, чтобы превзойти ожидания клиентов. Таким образом, ритейлеры имеют прямой контакт с широким кругом людей и мотивированы завершением продажи и пониманием того, что покупатель доволен своей покупкой. Они могут работать в различных магазинах и других торговых точках: небольшие бутики, крупные торговые сети, супермаркеты и известные универмаги - лишь некоторые примеры. Более специализированные розничные продавцы включают ритуальные услуги, садовые центры, магазины деликатесов и людей, которые работают в удаленной среде, например, по телефону, в Интернете и по почте.

Б) *Лидер команды розничных продавцов (бригадир) (3 уровень):* Лидеры розничной команды – это критически важная поддержка для менеджеров, обеспечивающая исключительное обслуживание клиентов и положительный опыт работы с клиентами, и возможная замена менеджерам в их отсутствие. Роль динамична, и в один день может включать в себя множество различных функций. В первую очередь лидеры розничных команд направляют и координируют работу команды для выполнения задач, выявления и изучения возможностей, которые стимулируют продажи, гарантируя, что члены команды поддерживают бизнес-стандарты в отношении мерчендайзинга, обслуживания и рекламной деятельности в соответствии со стандартами компании. Лидеры розничных команд получают большую часть своей команды на ежедневной основе, гарантируя, что они полностью обучены и работают эффективно и в меру своих способностей.

В) *Менеджер розничной торговли (4 уровень):* Менеджеры по розничной торговле несут ответственность за достижение целей продаж и положительный опыт для клиентов, которые будут поощрять повторные обычаи и лояльность к бренду / бизнесу. Это разнообразная роль, которая включает в себя руководство и развитие команды для достижения бизнес-целей и работы с широким кругом людей, требующих отличных коммуникативных навыков. Максимизация дохода и минимизация потерь важны для работы, и поэтому люди должны развить четкое понимание принципов управления бизнесом и людьми, чтобы поддержать достижение видения и целей бизнеса. Менеджеры по розничной торговле отстаивают путь к личному развитию, обучению и постоянному совершенствованию, побуждая их команду развивать свои собственные навыки и способности для повышения эффективности и производительности бизнеса.

Для всех трех указанных выше профессий обязательно обучение на специальных курсах или стажировка на месте работы по следующим направлениям:

* работа с клиентами;
* понимание бизнеса и стратегии его развития;
* работа с финансовыми документами по уровням ответственности;
* маркетинговая деятельность;
* коммуникации;
* продажи и продвижение продуктов;
* сервисное обслуживание проданных продуктов;
* мерчендайзинг;
* запасы товаров и управление ими;
* технологии в ритейле;
* правовые аспекты функционирования торгового бизнеса;
* командная работа
* разнообразие (поддерживать людей из самых разных слоев общества и культур).

Обучение овладению указанными навыками проводится по различным программам в зависимости от уровня специалиста: 2 уровень – базовый уровень знаний; 3 уровень – программы со специализированными знаниями и навыками; 4 уровень – продвинутый уровень программ развития специалиста-менеджера. Отдельные навыки требуется осваивать работникам не всех уровней. Например:

* бренд и его репутация обязательный к изучению продавцами и менеджерами (для бригадиров достаточно базовых навыков продавца);
* навыки лидерства, саморазвития и обучения персонала обязательны к изучению и освоению и бригадирами (на базовом уровне), и менеджерами (на продвинутом уровне).

При этом следует отметить, что большое количество профессий в сфере ритейла (розничной торговли) не требуют получения специализированного диплома, только аттестации или сертификации. Разумеется, при наличии диплома бакалавра экономики будет осуществлен перезачет пройденного в колледже материала и полученных навыков, однако, такой специалист, принимая обязанности, например, байера торговой сети уйдет на уровень ниже, нежели предполагает его диплом (уровень для профессий бакалавров в британской системе – пятый). То есть, специалист с высшим образованием в данном случае будет работать в профессии, которая не требует высшего образования, и с британской точки зрения на профессиональные стандарты в этом случае инвестиции в высшее образование окажутся напрасными.

**Канада.** В таблице 22 представлен перечень профессий[[14]](#footnote-14) (а также их групп и подгрупп), которые согласно канадской системе статистического учета относятся к сфере розничной торговли.

Таблица 22 – Структура канадского профессионального стандарта в ритейле

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Группа профессий | Подгруппа профессий | Профессии |
| 62 – Супервайзеры розничных и специализированных продаж | 621 – Супервайзеры розничных продаж | 6211 - Супервайзеры розничных продаж |
| 622 - Технические специалисты продаж в оптовой и розничной торговле  | 6221 - Технические специалисты продаж в оптовой торговле6222 - Розничные и оптовые байеры |
| 623 – Продажа страховок, недвижимости и финансовых продуктов | 6231 - Страховые агенты и брокеры6232 - Агенты по операциям с недвижимостью и продавцы6235 - Торговые представители финансовых услуг |
| 63 – Супервайзеры в сервисном и специализированном сервисном обслуживании | 631 - Сервисные супервайзеры и предоставление специализированных услуг | 6311 - Супервайзеры общественного питания6312 - Мажордом6313 - Супервайзеры в сферах размещения, путешествий, туризма и проч.6314 - Супервайзеры клиентских и информационных услуг6315 - Супервайзеры уборочных служб6316 - Другие супервайзеры |
| 632 - Шеф-повара и повара | 6321 - Шеф-повара6322 - Повара |
| 633 - Мясники и пекари | 6331 - Мясники и торговцы рыбой – в розничной и оптовой торговле6332 - Пекари |
| 634 - Специализированные занятия в персональном обслуживании клиентов | 6341 - Парикмахеры-стилисты и парикмахеры6342 - Портные, портнихи, скорняки и модистки6343 - Обувщики и сапожники6344 - Ювелиры, мастера по ремонту часов и ювелирных изделий и связанные с ними профессии6345 - Драпировщики6346 - Распорядители похорон и бальзамировщики |
| 64 - Торговые представители и продавцы - оптовая и розничная торговля | 641 - Торговые представители и сотрудники по связи с клиентами - нетехническая оптовая торговля | 6411 - Торговые представители и сотрудники по связи с клиентами - нетехническая оптовая торговля |
| 642 - Розничные продавцы | 6421 - Розничные продавцы |
| 65 - Сервисные представители и другое обслуживание клиентов, профессии индивидуального обслуживания | 651 – Профессии в сфере питания | 6511 – Метрдотели и хост/хостесс6512 - Бармены6513 - Официанты |
| 652 - Занятия в сфере путешествий и размещения | 6521 - Консультанты по туризму и путешествиям6522 - Профессии, связанные с обслуживанием полетов, покупок и т.п.6523 - Сервисные агенты по продажам билетов6524 - Агенты по продаже билетов наземного и водного транспорта, грузовые сервисные представители и прочие связанные с этими сферами клерки6525 - Клерки стойки регистрации  |
| 653 - Профессии в туризме и сфере развлечении | 6531 - Гиды и экскурсоводы6532 - Спортивные инструкторы6533 - Профессии казино |
| 654 - Охранники и связанные профессии службы безопасности | 6541 - Охранники и связанные профессии службы безопасности |
| 655 - Представители в сфере клиентских и информационных услуг | 6551 - Представители в сфере финансовых услуг6552 - Представители в сфере информационных услуг |
| 656 - Прочие занятия в индивидуальном обслуживании | 6561 - Имиджевые, социальные и другие личные консультанты6562 - Косметологи и связанные профессии6563 - Грумеры и рабочие по уходу за животными6564 - Другие профессии индивидуального обслуживания |
| 66 - Поддержка продаж | 661 - Кассиры | 6611 - Кассиры |
| 662 - Другие профессии в поддержке продаж и связанные с ними профессии | 6621 - Работники станции техобслуживания6622 - Кладовщики, клерки и схожие профессии6623 - Прочие профессии, связанные с продажами  |
| 67 - Сервисная поддержка и другая работа в сфере услуг | 671 - Дежурные (супервайзеры) продовольственных прилавков, кухонные помощники и связанные с ними профессии | 6711 - Дежурные (супервайзеры) продовольственных прилавков, кухонные помощники и связанные с ними профессии  |
| 672 – Профессии в сфере путешествий, размещения и развлечений | 6721 - Саппорт-агенты в сфере размещения, путешествий6722 - Операторы и дежурные в сферах развлечений, отдыха и спорта |
| 673 - Уборщики | 6731 - Уборщики легкого режима6732 - Специализированные уборщики6733 - Дворники, смотрители и суперинтенданты |
| 674 - Прочая сервисная поддержка и связанные профессии | 6741 - Работники химчисток, прачечных и схожих сфер6742 - Прочая сервисная поддержка |
| Примечание – желтым цветом выделены группы, подгруппы и профессии, которые в других странах могут не относиться к сфере ритейла (розничной торговли) |

Здесь в первую очередь следует обратить внимание на тот факт, что к ритейлу отнесены те профессии, который в других странах (и, в частности, в Казахстане) не являются частью сферы розничной или оптовой торговли. Речь идет о подгруппах профессий, связанных с туризмом и развлечениями, ресторанами, барами и отелями, производством и продажей продуктов питания в сфере общественного питания, ремонтом и изготовлением ювелирных, кожаных и прочих изделий, охранной деятельностью, бьюти-индустрией.

Логика включения этих профессий в ритейл понятна: эти профессии представляют производство и продажу товаров и оказание услуг в розницу и именно конечным потребителям. В то же время специфика деятельности отдельных сфер (например, общественного питания) предполагает, что есть потребность в формировании собственных стандартов в рамках имеющегося профессионального сообщества рестораторов.

Для профессий уровнем выше (то есть предполагающих наличие как минимум диплома колледжа) в Канаде существует другой подход, который основан на конкретном классификаторе образовательных программ.

**Индия.** Особенностью индийских стандартов является подход к требованию определенного уровня грамотности работников, поскольку по различным оценкам от 20% до 40% населения Индии являются неграмотными. Помимо этого, требования, можно привести следующие примеры из описания требований к работникам того или иного уровня[[15]](#footnote-15).

*Менеджер (директор) розничного магазина* должен владеть следующими навыками:

* Оптимизация запасов для обеспечения максимальной доступности запасов и минимизации потерь.
* Знание стандартных рабочих процедур, процессов и политик в магазине, обеспечивая при этом своевременную и точную отчетность.
* Управление продажами и предоставлением услуг для повышения прибыльности магазина.
* Обеспечение общей безопасности, гигиены магазина.
* Проведение акций и специальных мероприятий в магазине.
* Управление командой для развития возможностей магазина.
* Проведение сравнительного анализа цен и изучение конкуренции на рынке.

И базовое образование работника вкупе с накопленным опытом работы должно позволять выполнять ему указанный перечень обязанностей в полном объеме.

*Для продавца-дистрибьютора* специальное образование не требуется, но в стандарте его профессиональной деятельности четко прописано, какие именно сертификаты он должен получить. В целом, работник в этой позиции посещает розничные / оптовые магазины в соответствии с ежедневным планом маршрута и контролирует продавцов, используя соответствующие средства продаж, такие как карманные компьютеры, для повышения производительности и достижения целей продаж, демонстрируя командные знания о торговле, обслуживаемой им / ею и существующими конкурентами. Он / она определяет новые торговые точки для увеличения продаж продуктов и предоставления услуг, способствующих решению торговых проблем, связанных с продуктами и компанией, которую представляет продавец. Он / она создает спрос в торговой точке, создавая видимость для продуктов, на которых размещены материалы для торговых точек и элементы мерчендайзинга, такие как столешницы / полки или стойки, в зависимости от категории продукта, который он / она продает. Следовательно, он / она должен влиять и владеть стандартами исполнения доступности и наполняемости в магазине.

Для выполнения указанных функций, работник должен освоить все пять семинаров по подготовке к своей должности, указанных в стандарте, плюс не менее 5 навыков из предыдущей по уровням профессии.

*Розничный кассир.* Лица, занимающие эту должность, обслуживают и обрабатывают все транзакции клиентов с платежами, произведенными в отношении продаж, при соблюдении принципов бухгалтерского учета и сохранения теплой атмосферы в команде и розничной организации.

Для выполнения этой работы работник должен быть аттестован по 11 навыкам, указанным в стандарте на эту должность.

Таким образом, индийские профессиональные стандарты являются несколько более близкими по отношению к казахстанской практике в той части, что позволяют не просто определить перечень требуемых навыков, а также дипломов, сертификатов и аттестатов, но выстроить полноценную цепочку взаимосвязанных внутри одной сферы профессий.

**4.3 Результаты экспертного опроса «Востребованность профессий для МСБ сферы торговли Казахстана»**

**Выборка:** Владельцы и управляющие организаций и предприятий сферы торговли. Суммарное количество респондентов: 170 человек.

**Длительность проведения (**средний расчет времени**):** 1 часа 30 минут

**Уровень заинтересованности экспертов:** низкий.

**Общая характеристика группы:** Все участники фокус-группы условно могут быть разделены на две основные группы со следующей долевой представленностью:

1.контактность, открытость, скептицизм, отрицание – 76,5%;

2. пассивность, инертность, отсутствие интереса к предмету, нейтралитет – 23,5%.

**Блок 1. Потребность в профессиональных стандартах.**

*Цель: Определить востребованность профессиональных стандартов.*

1. **Знаете ли Вы о наличии профессиональных стандартов?**

Данный вопрос вызвал искреннее удивление и недоумение у большинства участников фокус-группы. Только один из приглашенных для участия в фокус-группе экспертов знает о существовании профессиональных стандартов и читал их, остальные даже не знали об их существовании.

1. **Как Вы считает, для чего нужны профессиональные стандарты?**

Большая часть участников фокус-группы считает, что профессиональные стандарты не нужны вообще, они только мешают работать (при том, что практически никто из них не представляет что это такое). С их точки зрения в профессиональной деятельности большую ценность представляет опыт, а большую информативную ценность представляют «старые-добрые» трудовые книжки.

1. **Пользуетесь ли Вы профессиональными стандартами при подборе и оценке персонала?**

В связи с практически нулевым уровнем осведомленности по данному вопросу, никто из приглашенных экспертов не пользуется профессиональными стандартами при подборе и оценке персонала. Вообще практика оценки или отбора персонала практически отсутствует в работе их организаций, что связано с острым дефицитом кадров.

**Блок 2. Потребность в профессиональных кадрах.**

*Цель: Определить базовые потребности участников фокус-группы в профессиональных кадрах.*

1. **Как Вы считаете, существует ли в Казахстане дефицит кадров в Вашей сфере?**

Все участники фокус-группы единогласно признали наличие острого дефицита кадров в обеспечении сферы торговли.

1. **Если да, то какие это кадры?**

Также единогласно было установлено, что максимально острый, непреходящий дефицит наблюдается в обеспечении кадрами низкоквалифицированных и неквалифицированных (рабочих) профессий, таких как: уборщицы, дворники, грузчики, мойщики автомашин, фасовщики, водители. Также наблюдается большой дефицит продавцов. Кроме того, актуальна проблема текучести кадров. Характерна она и для профильных специальностей: повара, кассиры, продавцы, бухгалтера и даже юристы.

1. **С чем связан дефицит этих кадров?**

С точки зрения большинства участников, основные проблемы дефицита кадров, вызваны влиянием следующих факторов:

* отсутствие желания работать;
* постоянный поиск более высокой заработной платы;
* общая недисциплинированность и безответственность работников;
* озвучивание завышенных показателей средних заработных плат по Казахстану, а работники ориентируются на эти суммы.

Таким образом, речь идет не о реальном отсутствии рабочей силы, а о нежелании кадров работать на имеющихся условиях.

1. **Большую ценность для Вас представляют специалисты узкого или широкого профиля?**

С позиций большинства участников фокус-группы они переживают хронический дефицит специалистов всех уровней и профилей. Хотя больший интерес для них представляют широкопрофильные специалисты, так как узкопрофильные, обладающие редкими квалификациями обходятся им дороже и, соответственно, экономически невыгодны.

**Блок 3. Актуальность профессий действующего Национального Классификатора занятий РК.**

*Цель: Определить актуальные профессии из перечня национального Классификатора занятий РК.*

1. **Определите из предложенного перечня те профессии, которые Вы считает востребованными.**

В ходе проведенного фокус-группового исследования выявлялось мнение экспертов сферы торговли по поводу актуальности профессий действующего Национального классификатора занятий Республики Казахстан по их отрасли. Каждая профессия из списка оценивалась экспертами как востребованная, либо неактуальная, также им предлагался вариант «не знаю что это за профессия».

В целом, *рейтинг востребованных профессий* сферы торговли, исходя их ответов экспертов, выглядит следующим образом:

– 1 место разделили между собой Консультант-продавец, Продавец-кассир, Торговый представитель и Бухгалтер в сфере торговли. Эти 4 профессии в качестве востребованных указывают по 100% экспертов;

– 2 место занимает профессия Руководитель (в коммерческой деятельности). Ее в качестве востребованной указывают 94,1% экспертов, а неактуальной – только 5,9%;

– 3 место у Экспедитора. В качестве востребованной профессии его отмечают 88,2% экспертов, а неактуальной – 11,8%;

– 4 место у Торгового агента. Считают эту профессию актуальной 82,4% экспертов, неактуальной – 11,8%, еще 5,9% не знают что это за профессия;

– 5 место между собой разделили Экономист в торговле, Начальник службы оптовой и розничной торговли, Менеджер по продажам и Супервайзер. Каждую из них выбирают в качестве востребованной профессии по 70,6% экспертов. При этом Экономистов в сфере торговли выделяют в качестве неактуальной специальности 29,4% опрошенных. Начальника службы оптовой и розничной торговли, Менеджеров по продажам и Супервайзеров указывают как неактуальную профессию по 23,5% экспертов, а не знают что это за профессия по 5,9%;

– 6 место у Маркетолога, Менеджера по снабжению и Метрдотеля (администратора торгового зала). Их в качестве востребованной специальности отмечают по 64,7% экспертов. При этом Маркетолога считают неактуальной профессией 29,4% экспертов, а не знают что это за профессия 5,9%. Менеджера по снабжению указывают как неактуальную профессию 17,6% опрошенных, и не знают ее тоже 17,6%. Полагают, что Метрдотель (администратор торгового зала) – неактуальная специальность 23,5% экспертов, не знают об этой специальности 11,8%;

– 7 место разделили между собой Товаровед, Товаровед (по закупкам), Промышленный агент, Рекламный агент, Менеджер по рекламе и продвижению, Бригадир в супермаркете. Эти 6 профессий в качестве востребованных указывают по 58,8% экспертов. При этом Товароведа, Товароведа (по закупкам), Промышленного агента и Рекламного агента отмечают как неактуальную специальность по 41,2% опрошенных. Менеджера по рекламе и продвижению выбирают как неактуальную профессию по 29,4% участников фокус-группы, а по 11,8% не знают что это за профессия. Приемщика товара (на складе) считают неактуальной профессией 35,3% экспертов, а не знают об этой профессии 5,9%;

– 8 место у Менеджера по управлению онлайн-продажами, Учетчика (товара на складе) и Логиста (менеджера по логистике). В качестве востребованных их указывают по 52,9% экспертов. При этом Менеджера по управлению онлайн-продажами и Учетчика товара (на складе) считают неактуальной профессией по 47,1% опрошенных. Логиста (менеджера по логистике) выделяют как неактуальную специальность 23,5%, и не знают что это за профессия также 23,5%.

Таким образом, *самыми актуальными профессиями* сферы торговли, по мнению экспертов, являются следующие (расположены по степени актуальности, начиная от самых значимых):

* Консультант-продавец,
* Продавец-кассир,
* Торговый представитель,
* Бухгалтер в сфере торговли,
* Руководитель (в коммерческой деятельности),
* Экспедитор,
* Торговый агент,
* Экономист в торговле,
* Начальник службы оптовой и розничной торговли
* Менеджер по продажам,
* Супервайзер,
* Маркетолог,
* Менеджер по снабжению,
* Метрдотель (администратор торгового зала),
* Товаровед (по закупкам),
* Товаровед,
* Промышленный агент,
* Рекламный агент,
* Менеджер по рекламе и продвижению,
* Бригадир в супермаркете
* Менеджер по управлению онлайн-продажами,
* Учетчик (товара на складе),
* Логист (менеджер по логистике).

Данные профессии эксперты считают востребованными, в первую очередь, потому что именно по ним наблюдается наибольший дефицит кадров.

1. **Определить из предложенного перечня те профессии, которые Вы считает неактуальными. Объясните почему.**

Общий *рейтинг неактуальных профессий* сферы торговли, исходя из суммарных ответов экспертов, сложился следующим образом:

– 1 место в данном рейтинге занимает Коммивояжер. Эту профессию не указывает в качестве востребованной ни один эксперт. При этом ее отмечают в качестве неактуальной профессии 29,4% экспертов, а вообще не знают что это за профессия 70,6%;

– 2 место у Агента по торговым операциям. Его в качестве востребованной специальности указывают только 23,5% экспертов, неактуальной – 35,3%, а 41,2% опрошенных вообще не знают что это за профессия;

– 3 место у Раздатчиков. Востребованными их считают 29,4% экспертов, полагают, что они неактуальны 35,3%, и еще столько же (35,3%) опрошенных не знают что это за профессия;

– 4 место занимает Торговый инспектор. Указывают его как востребованную профессию 35,3% экспертов, неактуальную – 41,2%, и еще 23,5% участников фокус-группы не знают что это за профессия;

– 5 место разделили между собой Продавец через интернет и Агент по связям с общественностью. Каждую из этих профессий выбирают в качестве востребованной по 41,2% экспертов. При этом Продавца через интернет отмечают как неактуальную специальность 47,1% опрошенных, а не знают что это за профессия 11,8%. Агента по связям с общественностью указывают в качестве неактуальной специальности 29,4% экспертов, а не знают кто это такие тоже 29,4%;

– 6 место в этом рейтинге между собой разделили: Диспетчер (склада), Торговцы на улицах и рынках, Менеджер по закупкам, Агент по сервисному обслуживанию клиентов, Мерчендайзер, Аудитор. Каждую из этих профессий указывают как востребованную по 47,1% экспертов. При этом Диспетчера (склада), Торговцев на улицах и рынках считают неактуальной профессией 52,9% участников фокус-группы. Считают, что Менеджер по закупкам – это неактуальная специальность 41,2% опрошенных, а не знают об этой специальности 11,8%. Агентов по сервисному обслуживанию клиентов, Мерчендайзеров и Аудиторов выбирают в качестве неактуальной профессии по 35,3% экспертов, а не знают что это за профессии по 17,6%.

В целом, данные профессии эксперты считают неактуальными по трем основным причинам:

1. они являются слишком узкими (Торговый инспектор, Диспетчер (склада)),

2. не испытывают дефицита кадров по этим профессиям (Агент по сервисному обслуживанию клиентов, Менеджер по закупкам, Мерчендайзер, Аудитор, Агент по связям с общественностью, Продавец через интернет),

3. эксперты не знают, что это за профессии (Коммивояжер, Агент по торговым операциям, Раздатчик).

Таблица 23 – Распределение мнения экспертов по поводу актуальности профессий действующего Национального Классификатора занятий Республики Казахстан.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Профессия | Востребованная профессия | Неактуальная профессия | Не знаю что это за профессия |
| 1 | Начальник службы оптовой и розничной торговли | 70,6 | 23,5 | 5,9 |
| 2 | Руководитель (в коммерческой деятельности) | 94,1 | 5,9 | 0 |
| 3 | Маркетолог | 64,7 | 29,4 | 5,9 |
| 4 | Менеджер по рекламе и продвижению | 58,8 | 29,4 | 11,8 |
| 5 | Агент по связям с общественностью | 41,2 | 29,4 | 29,4 |
| 6 | Логист (менеджер по логистике) | 52,9 | 23,5 | 23,5 |
| 7 | Промышленный агент | 58,8 | 41,2 | 0 |
| 8 | Торговый представитель | 100 | 0 | 0 |
| 9 | Менеджер по продажам | 70,6 | 23,5 | 5,9 |
| 10 | Агент по торговым операциям  | 23,5 | 35,3 | 41,2 |
| 11 | Бухгалтер в торговле | 100 | 0 | 0 |
| 12 | Экономист в торговле | 70,6 | 29,4 | 0 |
| 13 | Менеджер по управлению онлайн-продажами | 52,9 | 47,1 | 0 |
| 14 | Агент по сервисному обслуживанию клиентов | 47,1 | 35,3 | 17,6 |
| 15 | Коммивояжер | 0 | 29,4 | 70,6 |
| 16 | Торговый агент | 82,4 | 11,8 | 5,9 |
| 17 | Торговый инспектор | 35,3 | 41,2 | 23,5 |
| 18 | Менеджер по закупкам | 47,1 | 41,2 | 11,8 |
| 19 | Мерчендайзер | 47,1 | 35,3 | 17,6 |
| 20 | Товаровед  | 58,8 | 41,2 | 0 |
| 21 | Менеджер по снабжению | 64,7 | 17,6 | 17,6 |
| 22 | Экспедитор | 88,2 | 11,8 | 0 |
| 23 | Товаровед (по закупкам) | 58,8 | 41,2 | 0 |
| 24 | Рекламный агент | 58,8 | 41,2 | 0 |
| 25 | Метрдотель (администратор торгового зала) | 64,7 | 23,5 | 11,8 |
| 26 | Аудитор | 47,1 | 35,3 | 17,6 |
| 27 | Учетчик (товара на складе) | 52,9 | 47,1 | 0 |
| 28 | Диспетчер (склада) | 47,1 | 52,9 | 0 |
| 29 | Бригадир в супермаркете | 58,8 | 35,3 | 5,9 |
| 30 | Супервайзер | 70,6 | 23,5 | 5,9 |
| 31 | Консультант-продавец | 100 | 0 | 0 |
| 32 | Продавец-кассир | 100 | 0 | 0 |
| 33 | Продавец через интернет | 41,2 | 47,1 | 11,8 |
| 34 | Раздатчик | 29,4 | 35,3 | 35,3 |
| 34 | Торговцы на улицах и рынках | 47,1 | 52,9 | 0 |
| Составлена разработчиками ОРК |

1. **Какими профессиями его необходимо дополнить?**

Данный перечень эксперты предлагают вообще не дополнять, а напротив сократить, так как для них наибольший интерес представляют низкоквалифицированные и неквалифицированные (рабочие) профессии. При этом целесообразно разделить торговых представителей по направлениям: спортивные товары, промышленные товары, публикационные товары, информационно-коммуникационные технологии, медицинские и фармацевтические товары.

**Блок 4: Проблемы сертификации и требования к подготовке кадров.**

*Цель:* *Определить отношение экспертов к проблемам сертификации и требованиям к подготовке кадров.*

1. **Какие требования Вы предъявляете к кандидатам при наборе персонала?**

Требования, предъявляемые приглашенными экспертами при наборе персонала, различаются в зависимости не от профиля организации, а от возраста и опыта работника.

* Они готовы принимать на работу молодых специалистов высшего звена, но за меньшую заработную плату и проводить практическое обучение на месте, формируя специалиста «под себя».
* Специалист с образование, стажем работы и репутацией (характеристикой) может претендовать на более высокие суммы. Однако их предпочитают брать в редких случаях, так как, как уже отмечалось выше, это дорого и такой специалист будет пытаться выдвигать свои требования и устанавливать собственные правила.
* Предпочтение отдают несертифицированным работникам широкого профиля, проходящим обучение на потенциальном рабочем месте.
1. **Что для Вас является ключевым требованием при отборе персонала (образование, наличие сертификатов, опыт работы, наличие клиентской базы и т.п.)?**

Ключевым требованием при отборе персонала является наличие желания работать в данной организации. Если речь идет о специалистах узкого профиля, то в перечень требований входит наличие обязательного перечня документов, включая дипломы и сертификаты. Хотя, как было указано выше, предпочтение отдают молодым специалистам без наличия опыта работы.

1. **Требуете ли Вы повышения квалификации Ваших специалистов?**

Нет, повышение квалификации не входит в число приоритетов организаций сферы торговли. С точки зрения их представителей повышение квалификации может проводится и в рамках организации, исходя из ее потребностей.

1. **Как Вы оцениваете сложившуюся в Казахстане практику сертификации специалистов в Вашей профессиональной области?**

Большая часть участников фокус-группы не имеет представления о системе сертификации, сложившейся в их сфере. В любом случае, они в ней абсолютно не заинтересованы и считают ее бесполезным явлением. С их точки зрения, если введут обязательное сертификация профессиональной деятельности, это резко отрицательно скажется на их доходах, так как приведет к удорожанию их услуг, а, следовательно, и к сокращению числа потребителей.

1. **Как Вы считаете, будет ли полезным в Вашей профессиональной деятельности введение обязательных профессиональных стандартов?**

Все приглашенные эксперты единогласно выразили свое мнение против введения обязательных профессиональных стандартов, потому что:

* + Это создаст дополнительную «кормушку» для госорганов к уже имеющимся;
	+ Это будет предполагать дополнительные затраты на сертификацию уже имеющихся сотрудников;
	+ Это вызовет резкое подорожание рабочей силы, имеющей сертификаты соответствия;
	+ В работе это ничем не поможет, так как «грузчик или кассир от этого не станут лучше»;
	+ Профессиональные кадры высшего и среднего звеньев и так имеют дипломы и это является достаточным основанием для работы без дополнительной сертификации.

**Результаты опроса**

Согласно утвержденному плану реализации проекта, вторым этапом комплексного исследования был проведен анкетный опрос выборочной группы экспертов, представленной владельцами торговых предприятий Казахстана.

Имеющие статистически данные позволили применить статистически репрезентативную модель выборки основного массива с расчетом шага выборки (К=N/n=200). Таким образом, при объеме генеральной совокупности в количестве 1322400 единиц торговых предприятий, объем выборки составил 661 респондента. В исследовании был использован метод анкетного опроса.

Полученные в ходе проведенного опроса результаты были сгруппированы в виде таблиц 24 и 25.

Согласно данным приведенным в таблице 24, среди семи групп факторов самыми влиятельными в плане изменения к профессиональным требованиям выступают технологические факторы с общим показателем выборов по варианту «влияют сильно» в 41,5%. Среди них, наиболее значимым, согласно мнению респондентов, является прямое онлайн-информирование клиентов (44,5%), безусловно имеющее следствием быстрое устаревание текущих профессиональных навыков и компетенций, а, следовательно, требующее создание не только действующей на постоянной основе системы переподготовки кадров, но и обновление перечня профессий групп сферы торговли в русле усложняющихся технологических требований соответствия.

Таблица 24 – Распределение ответов респондентов на вопрос о влиянии внешних факторов на изменения к профессиональным требованиям.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Факторы | Уровень влияния (%) |
| Влияет сильно | Влияет средне | Влияет слабо | Совсем не влияет |
| Экономические факторы – 35,1% |
| 1 | Низкая доходность бизнеса в сфере торговли  | 25,7 | 26,8 | 28,7 | 18,8 |
| 2 | Необходимость постоянного изменения формата работы в соответствии со спросом | 54,2 | 25,7 | 11,2 | 8,9 |
| 3 | Стимулирование отрасли со стороны государства | 32,4 | 35,9 | 17,5 | 14,2 |
| 4 | Отсутствие стабильной базы заказчиков (покупателей) и поставщиков | 27,7 | 29,8 | 23,0 | 19,5 |
| 5 | Значительный теневой товарооборот | 35,6 | 31,9 | 18,3 | 14,2 |
| Демографические факторы – 30,4% |
| 1 | Снижение количества молодых людей, приходящих на низкооплачиваемую работу | 44,9 | 32,4 | 15,7 | 7,0 |
| 2 | Отток населения в крупные центры в поисках работы | 21,5 | 24,8 | 33,9 | 19,8 |
| 3 | Приток в сектор людей старших возрастов | 24,7 | 23,0 | 35,6 | 16,8 |
| Технологические факторы – 41,5% |
| 1 | Внедрение современного оборудования | 31,0 | 32,7 | 20,1 | 16,2 |
| 2 | Автоматизация процессов учета, хранения, размещения товаров | 32,4 | 34,2 | 18,3 | 15,1 |
| 3 | Прямое оффлайн-информирование клиентов  | 44,5 | 24,8 | 14,1 | 16,6 |
| 4 | Прямое онлайн-информирование клиентов  | 50,8 | 25,4 | 12,6 | 11,2 |
| 5 | Развитие электронной коммерции | 49,2 | 22,8 | 15,4 | 12,6 |
| 6 | Внедрение систем самообслуживания клиентов | 41,3 | 31,6 | 16,2 | 10,9 |
| Изменение поведения потребителей – 36% |
| 1 | Необходимость работы с каждым потенциальным клиентом | 29,8 | 33,9 | 20,1 | 16,2 |
| 2 | Традиционный подход «цена-качество» по-прежнему наибольшим образом влияет на объем продаж | 35,7 | 37,1 | 13,2 | 14,1 |
| 3 | Клиенты, помимо традиционных цены и качества, обслуживаются там, где выше скорость обслуживания | 42,5 | 29,8 | 17,1 | 10,6 |
| Факторы устойчивого развития – 31,9% |
| 1 | Внедрение систем управления отходами, извлечение дополнительного дохода из отходов | 38,3 | 30,9 | 12,9 | 18,0 |
| 2 | Сотрудничество с местными сообществами в части договоров на поставки местной продукции для формирования постоянной клиентской базы | 28,1 | 33,1 | 18,5 | 20,3 |
| 3 | Сотрудничество с местными сообществами в части благотворительной деятельности для улучшения имиджа | 29,2 | 31,3 | 21,9 | 17,5 |
| Факторы государственного регулирования – 38,8% |
| 1 | Жесткость санитарных норм | 46,4 | 30,3 | 12,4 | 10,9 |
| 2 | Жесткость противопожарных норм | 38,1 | 33,3 | 15,9 | 12,7 |
| 3 | Отсутствие / слабость системы ГОСТов | 30,9 | 37,4 | 14,5 | 17,2 |
| 4 | Нормы налогового и таможенного кодекса, предусматривающие льготы в сфере торговли | 39,6 | 28,7 | 17,4 | 14,2 |
| Факторы системы образования – 22,4% |
| 1 | Необходимость в подготовке кадров в средне-специальных и высших учебных заведениях | 23,0 | 21,8 | 26,0 | 29,2 |
| 2 | Отсутствие системы сертификации и аттестации внутри профессионального сообщества | 23,9 | 24,8 | 28,1 | 23,1 |
| 3 | Отсутствие жестко установленного перечня минимального необходимых квалификационных требований к работникам без образования | 20,4 | 26,8 | 25,0 | 27,8 |
| Составлена разработчиками ОРК |

На втором месте «факторы государственного регулирования», как наиболее значимые в целом их отметили 38,8% опрошенных экспертов. Данный выбор совпадает с мнениями групп экспертов фокус-групповых исследований, проведенных в рамках первого этапа. Фокусированное групповое интервью, как и текущий опрос, позволяют говорить о государственном регулировании как наиболее значимом из внешних факторов для формирования и изменений профессиональных требований групп профессий сферы торговли. Среди них самый высокий показатель выборов по варианту «влияет сильно» дает фактор жесткости санитарных норм – 46,4%. Необходимость жесткого соответствия, подкрепленная весомыми штрафными санкциями, диктует конкретные требования к потенциальному и действующему персоналу фирм вне зависимости от их целесообразности с точки зрения руководства и представителей организаций и предприятий сферы торговли.

Так же в качестве влиятельных факторов была названа группа факторов «изменения поведения потребителей», которая дает показатель в 36% как определяющих изменения к профессиональным требованиям. В рамках данной категории внешних факторов ведущую позицию занимает вариант «клиенты, помимо традиционных цены и качества, обслуживаются там, где выше скорость обслуживания», оказывающий большое влияние на изменение традиционных профессиональных представлений, характеристик и компетентностных требований целого ряда групп профессий сферы торговли – 42,5%.

 Экономические факторы занимают четвертую позицию (35,1%) с наибольшим показателем по «необходимость постоянного изменения формата работы в соответствии со спросом» – 54,2%.

Факторы устойчивого развития на пятом месте с показателем в 31,9% с акцентом на экономическую целесообразность использования специалистов в области внедрения систем управления отходами, извлечение дополнительного дохода из отходов – 38,3%.

Таблица 25 – Ключевые тренды развития, влияющие на сферу торговли

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Ключевые тренды | Уровень актуальности (%) |
| 1 | рост объемов безналичной торговли, в том числе рост оплаты Google Pay и Apple Pay | 46,7 |
| 2 | формирование мультиканального сбыта, т.е. не только в формате оффлайн покупок, но и наличия у каждой сети собственных онлайн-магазинов | 36,2 |
| 3 | расширение спектра услуг торговых сетей в виде доставки продуктов на дом, контроль качества товаров, уменьшение доли контрафакта, рост числа специальных акций | 35,9 |
| 4 | рост продаж через социальные сети и Интернет (электронная коммерция) | 44,9 |
| 5 | формирование собственных торговых брендов у каждой торговой сети | 25,3 |
| 6 | формирование крупных торговых сетей (через слияние региональных ритейлеров), доминирование национальных торговых сетей | 26,2 |
| 7 | наличие тенденции ухода с развивающихся рынков крупных транснациональных сетей и их концентрация в пределах конкретного региона | 10,7 |
| 8 | выстраивание долгосрочных ценностных отношений с покупателем в долгосрочной перспективе благодаря развитию сегмента «Value & Proximity» (VP), который объединяет дискаунтеры и «магазины у дома», но, помимо товаров повседневного спроса, предлагает покупателю дополнительную ценность, например, мини-кофейню или пекарню | 28,3 |
| 9 | коллаборация гипермаркетов с фермерами, в частности передача традиционных площадей под фермерские рынки | 17,5 |
| 10 | автоматизация рутинных действий покупателя в e-commerce, в частности формирование готовых комплектов товаров, потребительских корзин, соответствующих стилю жизни покупателя | 29,7 |
| 11 | максимально возможная автоматизация торгового процесса (формирование «магазинов без касс» и «магазинов без продавцов») и внедрение систем искусственного интеллекта в процессы мерчендайзинга, закупок, продвижения и продаж товаров | 34,6 |
| Составлена разработчиками ОРК |

Демографические факторы дают 30,4% и проявляются преимущественно в снижении количества молодых людей, приходящих на низкооплачиваемую работу (44,9%) и это общая тенденция для большинства отраслей Казахстана.

И в качестве наименее влиятельных факторов эксперты выделили влияние «факторов системы образования», которые расположились на седьмом месте с показателем 22,4%.

В качестве ведущих трендов, влияющих на развитие сферы торговли Казахстана экспертами были названы следующие (таблица 25):

1. рост объемов безналичной торговли, в том числе рост оплаты Google Pay и Apple Pay – 46,7%;
2. рост продаж через социальные сети и Интернет (электронная коммерция) – 44,9%;
3. формирование мультиканального сбыта, т.е. не только в формате оффлайн покупок, но и наличия у каждой сети собственных онлайн-магазинов – 36,2%.

Таким образом, все три ведущих, по мнению экспертов, тренда, определяющих общее направление развития сферы торговли связаны с технологическими инновациями, которые задают необходимость изменений требований к профессиональным компетенциям данной сферы.

В целом же анализ показал, что лидирующие позиции среди трендов сферы торговли занимают внедрение технологических новиков, ведущих к оптимизации, упрощению отдельных процессов. Конечно, данные тенденции могут привести к сокращению доходов и рабочих мест предприятий торговли, но как отметили сами эксперты, они понимают неизбежность данных процессов и предпочитают быть к ним готовыми, а также постараются использовать новые технологические возможности в плане перестройки своей профессиональной деятельности в русле новых технических и технологических тенденций.

Таким образом, обобщая показатели, можно сказать, что с позиций экспертной группы респондентов, наибольшее влияние на изменение профессиональных требований в рамках сферы торговли РК оказывают технологические факторы.

Негативное отношение представителей сферы торговли к идее введения единой системы сертифицирования специалистов и их общая установка на краткосрочность развития бизнеса и желание максимально сократить расходы на его содержание, порождают целый ряд проблем, корни которых уходят в первую очередь в непонимание самих руководителей предприятий сферы торговли того, что для создания стабильного бизнеса необходима четкая система единых требований и стандартов не только в области налогово-юридических и санитарно-нормативных требований, но и в области профессиональных стандартов, которые задают общую логику работы и развития каждой организации и предприятия, решают проблему текучести кадров и отсутствия корпоративной заинтересованности. Не говоря уже о том, что это общемировая тенденция и казахстанский рынок торговли неизбежно придет к реорганизации подходов к подготовке и найму кадров в русле современных тенденций системной логики единого профессионального образца. И данный процесс будет протекать тем успешнее, чем раньше руководители предприятий и организаций торговли поймут целесообразность данных процессов и примут в них активное участие не только как исполнители, но и как непосредственные разработчики и контролирующие органы (через профессиональные сообщества) единой системы сертифицирования специалистов в области торговли в рамках переработанных и актуализированных профессиональных стандартов.

**4.4 Роль отраслевого объединения работодателей в обеспечении спроса предложения отраслевых квалификаций**

Ассоциация торговых предприятий Казахстана - общественное некоммерческое объединение предприятий торговли и сферы услуг Казахстана, функционирующее с 1999 года. На сегодняшний день Ассоциация имеет свои филиалы и представительства в 14 областях, гг. Алматы и Астана, а также в Республике Кыргызстан - в г. Бишкек, России - в г. Омск и КНР - г. Урумчи.

В Ассоциацию входят 25 юридических лиц, объединяющих более 100 тысяч физических лиц.

Президент Ассоциации - Абишев Нурсадык Калиевич; вице - президенты: Ажибаева Жибек Турихановна (г. Астана), Лыткин Владимир Дмитриевич (г. Шу) и Смагин Алексей Петрович (г. Степногорск).

Цели Ассоциации:

* Защита прав предпринимателей и свободы предпринимательской деятельности;
* обеспечение наиболее благоприятных условий для развития рынков предприятий торговли и сферы услуг;
* недопущение фактов необоснованного вмешательства в предпринимательскую деятельность;
* представление и защита общих интересов и интересов каждого субъекта малого и среднего бизнеса;
* решение социально-экономических задач, определяемых потребностями общества и государства.

Ассоциация принимает участие в работе по подготовке проектов законов и иных нормативно-правовых актов, программ социально-экономического развития предпринимательства в составе рабочих групп МНЭ РК, Мажилиса Парламента РК.

Основные мероприятия, проводимые Ассоциацией:

* Ежегодный республиканский конкурс «Сауда Уздиги» является высшей оценкой предпринимательской деятельности, повышение уровня качества и сервиса, выявление лучших руководителей торговых предприятий, внедрение новых современных торговых форматов в отрасли.
* Ежегодный международный бизнес саммит ретейла Казахстана, для привлечения внимания к проблемам и задачам торговых сетей Казахстана, привлечение экспертов, аналитиков стран ЕЭК, ЕС по вопросам розничной торговли.
* Курсы повышения квалификации для ветеринарных врачей, работающих в частных лабораториях санитарно-ветеринарной экспертизы рынков, предприятий торговли.
* Ежегодные международные ярмарки контрактаций по продвижению плодоовощной продукции. Участниками этих мероприятий являются фермеры, оптовые покупатели, переработчики из Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, КНР, России.
* Ежегодный республиканский кулинарный конкурс «Ак Дастархан».

В целом, ассоциация оказывает содействия в организации и развитии делового сотрудничеств с отечественными и зарубежными предприятиями и организациями, а также организовывает и проводит мероприятия, направленные на повышение информированности предпринимателей в разных областях бизнес деятельности.

**4.5 Оценка спроса и предложения на рынке труда и перспективы изменений профессионально-квалификационной структуры отрасли**

В первую очередь, необходимо отметить, что в настоящее время сектор торговли является главной отраслью экономики Казахстана по предоставлению рабочих мест.

Перед отраслью стоят задачи внедрения новых форматов торговли, следует повторить: развитие электронной и биржевой коммерции, внедрения новых стандартов торговых рынков и развитие сети оптово-распределительных центров.

В этих условиях и в перспективе роль этого сектора останется очень высокой.

Согласно данных сайта trudbox.kz общее количество вакансий в сфере торговли на июль 2019г. составляет 9 521 единиц. При этом, как следует из рисунка 3, дефицит в сфере торговли имеется с определенной волатильностью.



Рисунок 3. Количество вакансий помесячно

Необходимо отметить, что большая часть вакансий предлагается в городе Алматы (рисунок 4)



Рисунок 4. Распределение вакансий по городам Казахстана

Эти факты подтверждают выводы статистического анализа данных о концентрации торговых предприятий в г. Алматы и наличии проблем текучести кадров.

В таблице 26 сведены основные вакансии по профессиям и требования к ним.

Таблица 26 – Требования и обязанности основных вакансий в области торговли

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование вакансии | Требования | Обязанности |
| 1 | Ассистент категорийного менеджера отдела продаж (супервайзер категории А) | Умение вести деловую корреспонденцию, в частности писать деловые письма, знание делового этикета и правил ведения переговоров и телефонных разговоров. Системное логическое мышление. Умение в режиме многозадачности приводить хаос в систему, расставляя задачи по приоритетам и выполнять их. Высокая самоорганизованность. Навыки управления людьми и организаторские способности, свободное владение Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint). Умение красиво оформлять аккуратные Word документы и Excel отчеты. Умение видеть суть и выделять конкретику. Навык понятного и краткого изложения сложных вещей в письменном виде, в форме отчета. | Поддержка ежедневной корреспонденции. Ежемесячные отчеты. Выполнение личных поручений руководителя (поиск информации в интернете, сделать заказ в интернет магазине). Контроль соблюдения регламентов и правил другими сотрудниками (преимущественно торговых представителей). Координирует разработку и составление перспективных и текущих планов материально-технического обеспечения и сбыта продукции (продажи товаров, оказания услуг), финансовых планов. Содействие в продажах. Обеспечивает своевременное составление сметно-финансовых и других документов, расчетов, отчетов о выполнении планов материально-технического снабжения, по сбыту готовой продукции (продаже товаров), финансовой деятельности. Осуществляет контроль за финансовыми и экономическими показателями деятельности предприятия, расходованием финансовых средств. Поиск, привлечение заказчиков и поставщиков. Ведение переговоров с заказчиками и поставщиками. |
| 2 | Координатор отдела продаж | Опыт работы в качестве аккаунт-менеджера, менеджера по сопровождению клиентов, координатора, ассистента отдела продаж от 1 годаОпыт работы в 1С или аналогичных программахЗнание Excel на уверенном уровне (простые сводные таблицы, формулы и т.д.)Клиентоориентированность, вовлеченность, инициативность, развитые коммуникативные навыки, грамотная речь, энергичность, оперативность, самостоятельность, открытость | Работать по полному сопровождению контрактаРаботать в базе 1С, вести первичный документооборот по своим клиентам, работать с базами данных, поддерживать их в актуальном состоянииРешать возникающие нестандартные ситуации, вести переговоры с представителями клиентаОказывать поддержку в администрировании офисных процессов |
| 3 | Менеджер по продажам в интернет-магазин | Опыт работы в интернет-магазине, занимающимся торговлей — розничные продажи (можно в call-центре)Высшее образование (лучше техническое, но не обязательно)Уверенность в использовании ПК (Microsoft Office, Internet, желательно знание 1С Управление Торговлей)Умение структурировать информацию, умение работать в многозадачном режимеУмение быстро обучаться новому, стрессоустойчивость, ориентацию на результат, умение работать в команде, гибкость в общении с потенциальными клиентами, находить общий язык с разными людьми, грамотная письменная и устная речь. | Обработка заказов с сайта, заявок с почты, консультации клиентовОформление заказов, помощь клиентам в выборе товараКонсультирование покупателей по ассортименту Интернет-магазинаОтветственность в отношении к работе и исполнение договорённостей. |
| 4 | Контролер торгового зала | Стрессоустойчивость. Внимательность. Бдительность. Корректность и тактичность в общении с людьми. | Контроль обстановки в торговом зале. Обеспечение сохранности товарно-материальных ценностей. Предотвращение попыток хищения. Контроль кассовой зоны. |
| 5 | Менеджер по оптовым продажам | Высшее образование. Опыт работы по профессии 1-3 года | Поиск и привлечение клиентов. Работа с базой данных. Консультация клиента по телефону и в офисе. Заключение контрактов и последующее их ведение. Поступательное развитие собственной наработанной клиентской базы. Подготовка и согласование с заказчиком коммерческих предложений |
| 6 | Специалист / Менеджер по государственным закупкам | Опыт в сфере государственных закупках. Опыт работы с порталами закупок Самрук-Казына и недропользователей. Опыт работы с иными порталами закупок. Продвинутый пользователь ПК. Приветствуются: знание английского, китайского и других иностранных языков. Приветствуются: знание налогового и таможенного законодательства РК. Умение работать в команде. Соблюдать требования и правила компании | Мониторинг и поиск рентабельных тендеров. Участие в тендерах. Поиск добросовестных, надежных поставщиков/производителей. Работам с контрагентами (производители/транспортные компании). Взаимодействие с Заказчиками. Взаимодействие с государственными и надзорными органами в рамках тендерных проектов. Расчет рентабельности согласно требований компании. Сопровождение тендерных проектов под ключ. Составление отчетов по тендерным проектам. Ведение статистики по тендерным проектам. |
| 7 | Работник торгового зала (техник) | Хорошие физические данные (работа предполагает физические нагрузки). Аккуратность. Бережное отношение к товару. | Оперативное выполнение погрузочно-разгрузочных работ в торговом зале. Подготовка товара для размещения его в торговом зале: вынос, распаковка и сборка товара (в том числе комплектующие детали) по инструкции |
| 8 | Менеджер по работе с сетевыми клиентами | Опыт крупных поставок сетям супермаркетов и ключевым клиентам. Знание рынка. Контакты с дистрибьюторами/оптовиками. Навыки планирования продаж. Выдающиеся коммуникативные навыки, умение убеждать. Аналитический склад ума. Умение планировать. Стрессоустойчивость | Поддержание постоянного контакта с существующими клиентами. Поиск новых дистрибьюторов/оптовиков. Планирование объемов продаж, сроков поставок ключевым клиентам. Планирование системы скидок. Отслеживание контрактов, решение спорных вопросов. Ведение переговоров, заключение договоров, формирование заказов. Поддержание контакта и ассортимента на полках покупателя. Предложения по продвижению товара (акции и т. д.) |
| 9 | Территориальный менеджер по продажам | Опыт успешной работы на аналогичной должности. Знание территории. Владения программным продуктом Microsoft: Excel, Power Point, Outlook. Знание теории продаж, навыки ведения сложных переговоров. | Координация и контроль деятельности по сбыту продукции через дистрибьюторов и торговых представителей. Аналитика продаж, проводимых акций, работа с отчётностью. Полевое сопровождение торговой команды дистрибьютора: обучение торгового персонала правилам и техникам продаж. Ведение договорной кампании: локальные сети, клиенты категории В, С. |
| 10 | Торговый представитель | Грамотная речь, умение убеждать. Успешный опыт работы в сфере продаж. Умение работать в команде. Уверенный пользователь ПК. | Ведение клиентской базы. Привлечение и развитие новых клиентов. Планирование и управление продажами. Обработка и формирование заказов. Контроль и организация отгрузки товара покупателям. Сбор информации о клиенте. Ведение внутреннего документооборота, отчетность по стандартам компании. |
| Составлена на основе данных сайта <http://trudbox.kz/> |

**5 Описание выбранной дескрипторов отраслевой рамки квалификаций**

**5.1 Соответствие и пересечения ОКЭД и НКЗ НК РК по основным занятиям в отрасли «торговля»**

Методологической основой определения профессиональной потребности МСБ в оптовой и розничной торговле в Казахстане в разрезе отдельных ее видов является общий классификатор видов экономической деятельности, утвержденный Приказом Комитета технического регулирования и метрологии Министерства индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан от 22 февраля 2019 года № 68-од (ОКЭД).

Поскольку требования ОКЭД являются обязательными для государственных органов, физических и юридических лиц, независимо от ведомственной подчиненности и организационно-правовых форм, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Казахстан.

Согласно данного ОКЭД, оптовая и розничная торговля отнесена к секции **G: Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов.** В эту секцию также включен ремонт автотранспортных средств и мотоциклов.

Как видно из рисунка 5 данная секция поделена на 3 раздела:

* 45 Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт;
* 46 Оптовая торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами;
* 47 Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами.

Раздел 45 включает все работы, относящиеся к продаже и ремонту автомобилей и мотоциклов, в то время как разделы 46 и 47 включают прочие операции по продажам. Различие между разделами 46 (оптовая торговля) и 47 (розничная торговля) основана на наиболее распространенном типе потребителя.

Оптовая торговля – это перепродажа (продажа без изменения) новых или бывших в употреблении товаров розничным торговцам, производственным, торговым, учрежденческим или профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам; деятельность агентов по покупке товаров от имени подобных лиц или компаний, а также по продаже им товаров.

**СЕКЦИЯ G ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ; РЕМОНТ АВТОМОБИЛЕЙ И МОТОЦИКЛОВ**

**45 Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт**

**46 Оптовая торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами**

**47 Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами**

Раздел (квалификация занятий)

Основная группа

Профессиональная группа

45.1 Торговля автомобилями

45.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей

45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями

45.4 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов

46.1 Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе

46.2 Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными

46.3 Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями

46.4 Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения

46.5 Оптовая торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием

46.6 Оптовая торговля прочими машинами, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним

46.7 Прочая специализированная оптовая торговля

46.9 Неспециализированная оптовая торговля

47.1 Розничная торговля в неспециализированных магазинах

47.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах

47.3 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах

47.4 Розничная торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах

47.5 Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах

47.6 Розничная торговля товарами культурно-развлекательного характера в специализированных магазинах

47.7 Розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах

47.8 Розничная торговля в палатках, киосках и на рынках

47.9 Розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков

Рисунок 5 – Основные группы и подгруппы секции G: Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов ОКЭД

Розничная торговля включает перепродажу (продажу без изменения) новых и бывших в употреблении товаров для личного потребления или домашнего пользования магазинами, универмагами, палатками, киосками, фирмами, выполняющими заказы по почте, уличными торговцами или торговцами вразнос, потребительскими кооперативами, фирмами, организующими продажи с аукциона и т.п. Большинство розничных торговцев приобретают право собственности на товары, которыми они торгуют, однако некоторые из них выступают в качестве агента и от имени принципала осуществляют продажи или на условиях консигнации или за вознаграждение.

Как видно из рисунка в 45 разделе выделены 4 профессиональные группы: 45.1 Торговля автомобилями, 45.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей, 45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, 45.4 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов.

Раздел 46 содержит уже 8 профессиональных групп: 46.1 Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе, 46.2 Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными, 46.3 Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями, 46.4 Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения, 46.5 Оптовая торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием, 46.6 Оптовая торговля прочими машинами, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним, 46.7 Прочая специализированная оптовая торговля, 46.9 Неспециализированная оптовая торговля.

В раздел 47 включены 9 профессиональных групп: 47.1 Розничная торговля в неспециализированных магазинах, 47.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах, 47.3 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах, 47.4 Розничная торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, 47.5 Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах, 47.6 Розничная торговля товарами культурно-развлекательного характера в специализированных магазинах, 47.7 Розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах, 47.8 Розничная торговля в палатках, киосках и на рынках, 47.9 Розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков.

В таблице 27 приведены классы и подклассы раздела 45 Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт.

На рисунке 6 приведены основные форматы торговых предприятий по данному разделу.

Таблица 27 – Классы и подклассы раздела 45 Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Профессиональная группа  | Класс  | Подкласс  |
| 1 | 45.1 Торговля автомобилями | 45.11 Торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами | 45.11.1 Оптовая торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами |
| 45.11.2 Розничная торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 45.11.3 Розничная торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 45.19 Торговля прочими автотранспортными средствами | 45.19.1 Оптовая торговля прочими автотранспортными средствами |
| 45.19.2 Розничная торговля прочими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 45.19.3 Розничная торговля прочими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 2 | 45.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей | 45.20 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей | 45.20.1 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей, за исключением произведенных станциями технического обслуживания, находящимися на придорожной полосе |
| 45.20.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей станциями технического обслуживания, находящимися на придорожной полосе |
| 3 | 45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями | 45.31 Оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями | 45.31.0 Оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями |
| 45.32 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями | 45.32.1 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 45.32.2 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 4 | 45.4 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов | 45.40 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов | 45.40.1 Оптовая торговля мотоциклами, мотороллерами, деталями и принадлежностями к ним |
| 45.40.2 Розничная торговля мотоциклами, мотороллерами, деталями и принадлежностями к ним |
| 45.40.3 Техническое обслуживание и ремонт мотоциклов и мотороллеров |
| Составлена на основе данных ОКЭД Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Автомобильные рынки

Интернет-магазин автомобильных запасных частей

**45.1 Торговля автомобилями**

**45.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей**

**45.3 Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями**

**45.4 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов**

Профессиональная группа

Профессиональная подгруппа

**45.11 Торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами**

**45.19 Торговля прочими автотранспортными средствами**

**45.20 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей**

**45.31 Оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями**

**45.32 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями**

**45.40 Торговля мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями; техническое обслуживание и ремонт мотоциклов**

Формат торговых предприятий

Автосалон официальных дилеров и частные автосалоны

Специализированные магазины автомобильных запасных частей

Технический центр официальных дилеров

Станции технического обслуживания

Рисунок 6 – Основные форматы торговых предприятий 45 раздела

Этот раздел включает:

- оптовую и розничную торговлю новыми и подержанными транспортными средствами: пассажирскими автомобилями, включая специализированные пассажирские автомобили, такие как машины скорой помощи, микроавтобусы и т.д.

- оптовую и розничную торговлю новыми и подержанными транспортными средствами: грузовыми автомобилями, прицепами и полуприцепами; туристическими транспортными средствами, такими как жилые автофургоны и прицепы

- техническое обслуживание и ремонт автомобилей: механический ремонт, ремонт электрооборудования, электронных систем вспрыскивания, текущее обслуживание, ремонт кузова, частей автомобилей, мойка, полировка и т.д., распыление и покраска, ремонт лобовых, ветровых стекол и окон, сидений автомобилей

- ремонт шин и камер, их установку или замену

- антикоррозийную обработку

- установку частей и принадлежностей автомобилей, не являющуюся частью производственного процесса

Наиболее распространенными форматы оптовой и розничной торговли автомобильными средствами являются:

* Автосалон официальных дилеров и частные автосалоны
* Специализированные магазины автомобильных запасных частей
* Интернет-магазин автомобильных запасных частей
* Автомобильные рынки
* Технический центр официальных дилеров
* Станции технического обслуживания

В таблице 28 приведены классы и подклассы раздела 46 Оптовая торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами.

На рисунке 7 приведены основные форматы торговых предприятий по данному разделу.

Этот раздел включает:

- деятельность комиссионных агентов, товарных брокеров и прочих посредников оптовой торговли, осуществляющих сделки от имени или за счет других лиц или фирм

- деятельность, связанную со сведением продавцов с покупателями или с осуществлением коммерческих сделок от имени комитента, в том числе через сеть Интернет

- оптовую торговлю от собственного имени в сфере агропромышленного комплекса, топливом, рудами, металлами и химическими веществами, древесиной и строительными материалами, машинами, оборудованием, судами и летательными аппаратами, мебелью, бытовыми товарами, скобяными и прочими металлическими изделиями и другими продовольственными и непродовольственными товарами потребительского и промышленного назначения.

Таблица 28 – Классы и подклассы раздела 46 Оптовая торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Профессиональная группа | Класс  | Подкласс  |
| 1 | 46.1 Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе | 46.11 Деятельность агентов по оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем, живыми животными, текстильным сырьем и полуфабрикатами | 46.11.0 Деятельность агентов по оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем, живыми животными, текстильным сырьем и полуфабрикатами |
| 46.12 Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами | 46.12.0 Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами |
| 46.13 Деятельность агентов по оптовой торговле древесиной и строительными материалами | 46.13.0 Деятельность агентов по оптовой торговле древесиной и строительными материалами |
| 46.14 Деятельность агентов по оптовой торговле машинами, оборудованием, судами и летательными аппаратами | 46.14.0 Деятельность агентов по оптовой торговле машинами, оборудованием, судами и летательными аппаратами |
| 46.15 Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными и прочими металлическими изделиями | 46.15.0 Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными и прочими металлическими изделиями |
| 46.16 Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха | 46.16.0 Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха |
| 46.17 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями | 46.17.0 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями |
| 46.18 Деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле отдельными видами товаров или группами товаров, не включенными в другие группировки | 46.18.0 Деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле отдельными видами товаров или группами товаров, не включенными в другие группировки |
| 46.19 Деятельность агентов по оптовой торговле товарами широкого ассортимента | 46.19.0 Деятельность агентов по оптовой торговле товарами широкого ассортимента |
| 2 | 46.2 Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными | 46.21 Оптовая торговля зерном, необработанным табаком, семенами и кормами для животных | 46.21.1 Оптовая торговля зерном, семенами и кормами для животных |
| 46.21.2 Оптовая торговля необработанным табаком |
| 46.21.3 Оптовая торговля масличными культурами |
| 46.22 Оптовая торговля цветами и другими растениями | 46.22.0 Оптовая торговля цветами и другими растениями |
| 46.23 Оптовая торговля живыми животными | 46.23.0 Оптовая торговля живыми животными |
| 46.24 Оптовая торговля шкурами и кожей | 46.24.0 Оптовая торговля шкурами и кожей |
| 3 | 46.3 Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями | 46.31 Оптовая торговля фруктами и овощами | 46.31.0 Оптовая торговля фруктами и овощами |
| 46.32 Оптовая торговля мясом и мясными продуктами | 46.32.0 Оптовая торговля мясом и мясными продуктами |
| 46.33 Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами и пищевыми маслами и жирами | 46.33.0 Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами и пищевыми маслами и жирами |
| 46.34 Оптовая торговля напитками | 46.34.1 Оптовая торговля напитками в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 46.34.2 Оптовая торговля напитками в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры |
| 46.35 Оптовая торговля табачными изделиями | 46.35.0 Оптовая торговля табачными изделиями |
| 46.36 Оптовая торговля сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями | 46.36.0 Оптовая торговля сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями |
| 46.37 Оптовая торговля кофе, чаем, какао и специями | 46.37.0 Оптовая торговля кофе, чаем, какао и специями |
| 46.38 Оптовая торговля прочими продуктами питания, включая рыбу, ракообразных и моллюсков | 46.38.1 Оптовая торговля рыбой и рыбными продуктами |
|  | 46.38.9 Оптовая торговля прочими продуктами питания |
| 46.39 Неспециализированная оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями | 46.39.0 Неспециализированная оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями |
| 4 | 46.4 Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения | 46.41 Оптовая торговля текстильными изделиями | 46.41.0 Оптовая торговля текстильными изделиями |
| 46.42 Оптовая торговля одеждой и обувью | 46.42.1 Оптовая торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями |
| 46.42.2 Оптовая торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий |
| 46.42.3 Оптовая торговля обувью |
| 46.43 Оптовая торговля бытовыми электротоварами, радио- и телевизионным оборудованием | 46.43.1 Оптовая торговля бытовыми электротоварами |
| 46.43.2 Оптовая торговля радио- и телевизионным оборудованием |
| 46.44 Оптовая торговля изделиями из керамики и стекла, чистящими средствами | 46.44.0 Оптовая торговля изделиями из керамики и стекла, чистящими средствами |
| 46.45 Оптовая торговля парфюмерными и косметическими средствами | 46.45.0 Оптовая торговля парфюмерными и косметическими средствами |
| 46.46 Оптовая торговля фармацевтическими товарами | 46.46.1 Оптовая торговля фармацевтическими товарами, кроме торговли медицинской техникой и ортопедическими изделиями |
| 46.46.2 Оптовая реализация фармацевтических и медицинских товаров в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи |
| 46.46.3 Оптовая торговля медицинской техникой и ортопедическими изделиями |
| 46.47 Оптовая торговля мебелью, коврами и осветительным оборудованием | 46.47.0 Оптовая торговля мебелью, коврами и осветительным оборудованием |
| 46.48 Оптовая торговля часами и ювелирными изделиями | 46.48.0 Оптовая торговля часами и ювелирными изделиями |
| 46.49 Оптовая торговля прочими непродовольственными товарами потребительского назначения | 46.49.1 Оптовая торговля канцелярскими принадлежностями |
| 46.49.2 Оптовая торговля музыкальными инструментами |
| 46.49.9 Оптовая торговля прочими непродовольственными товарами потребительского назначения, не включенными в другие группировки |
| 5 | 46.5 Оптовая торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием | 46.51 Оптовая торговля компьютерами, периферийным компьютерным оборудованием и программным обеспечением | 46.51.0 Оптовая торговля компьютерами, периферийным компьютерным оборудованием и программным обеспечением |
| 46.52 Оптовая торговля электронным и телекоммуникационным оборудованием и их частями | 46.52.0 Оптовая торговля электронным и телекоммуникационным оборудованием и их частями |
| 6 | 46.6 Оптовая торговля прочими машинами, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним | 46.61 Оптовая торговля сельскохозяйственной техникой, оборудованием, деталями и принадлежностями к ним | 46.61.0 Оптовая торговля сельскохозяйственной техникой, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним |
| 46.62 Оптовая торговля станками | 46.62.0 Оптовая торговля станками |
| 46.63 Оптовая торговля машинами и оборудованием для горнодобывающей промышленности и строительства | 46.63.0 Оптовая торговля машинами и оборудованием для горнодобывающей промышленности и строительства |
| 46.64 Оптовая торговля машинами и оборудованием для текстильной промышленности и швейными и вязальными машинами | 46.64.0 Оптовая торговля машинами и оборудованием для текстильной промышленности и швейными и вязальными машинами |
| 46.65 Оптовая торговля офисной мебелью | 46.65.0 Оптовая торговля офисной мебелью |
| 46.66 Оптовая торговля прочими офисными машинами и оборудованием | 46.66.0 Оптовая торговля прочими офисными машинами и оборудованием |
| 46.69 Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием | 46.69.0 Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием |
| 7 | 46.7 Прочая специализированная оптовая торговля | 46.71 Оптовая торговля твердым, жидким и газообразным топливом и подобными продуктами | 46.71.1 Оптовая торговля сырой нефтью и попутным газом |
| 46.71.2 Оптовая торговля природным (горючим) газом |
| 46.71.3 Оптовая торговля каменным углем |
| 46.71.4 Оптовая торговля лигнитом (бурым углем) |
| 46.71.5 Оптовая торговля авиационным бензином и керосином |
| 46.71.6 Оптовая торговля автомобильным бензином |
| 46.71.7 Оптовая торговля дизельным топливом |
| 46.71.8 Оптовая торговля мазутом топочным |
| 46.71.9 Оптовая торговля прочим топливом |
| 46.72 Оптовая торговля металлами и металлическими рудами | 46.72.1 Оптовая торговля рудами черных и цветных металлов |
| 46.72.2 Оптовая торговля чугуном, сталью и их литьем |
| 46.72.3 Оптовая торговля редкими, редкоземельными и цветными металлами и их литьем |
| 46.72.4 Оптовая торговля драгоценными металлами |
| 46.73 Оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием | 46.73.1 Оптовая торговля листовым стеклом  |
| 46.73.2 Оптовая торговля цементом, песком и гравием |
| 46.73.3 Оптовая торговля изделиями из бетона, цемента, гипса и аналогичных материалов |
| 46.73.4 Оптовая торговля лакокрасочной продукцией, обоями и напольными покрытиями |
| 46.73.5 Оптовая торговля древесиной и продукцией обработки древесины |
| 46.73.6 Оптовая торговля строительными металлическими конструкциями |
| 46.73.7 Оптовая торговля санитарно-техническим оборудованием |
| 46.73.8 Оптовая торговля стеновыми блоками |
| 46.74 Оптовая торговля скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и инвентарем | 46.74.0 Оптовая торговля скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и инвентарем |
| 46.75 Оптовая торговля химической продукцией | 46.75.1 Оптовая торговля химическими веществами и химическими продуктами |
| 46.75.2 Оптовая торговля резинотехническими изделиями |
| 46.75.3 Оптовая торговля минеральными удобрениями |
| 46.75.4 Оптовая торговля пестицидами и прочими агрохимическими продуктами |
| 46.76 Оптовая торговля прочими промежуточными продуктами | 46.76.1 Оптовая торговля пластмассами в первичных формах и синтетическим каучуком |
| 46.76.2 Оптовая торговля прочими промежуточными продуктами |
| 46.76.3 Оптовая торговля драгоценными камнями |
| 46.77 Оптовая торговля отходами и ломом | 46.77.1 Оптовая торговля ломом и отходами черных и цветных металлов |
| 46.77.2 Оптовая торговля ломом драгоценных металлов и драгоценных камней |
| 46.77.9 Оптовая торговля прочими неметаллическими отходами и неметаллическим ломом |
| 8 | 46.9 Неспециализированная оптовая торговля | 46.90 Неспециализированная оптовая торговля | 46.90.1 Оптовая торговля полудрагоценными камнями |
| 46.90.2 Оптовая торговля мореным дубом |
| 46.90.3 Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры |
| 46.90.4 Оптовая торговля оборудованием и материалами, бывшими в употреблении |
| 46.90.8 Специализированная оптовая торговля товарами, не включенными в другие группировки |
| 46.90.9 Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации |
| Составлена на основе данных ОКЭД Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Рисунок 7 – Основные форматы предприятий оптовой торговли

Профессиональная группа

Профессиональная подгруппа

Формат торговых предприятий

**46.1 Оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе**

**46.2 Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными**

**46.3 Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями**

**46.4 Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения**

**46.5 Оптовая торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием**

**46.6 Оптовая торговля прочими машинами, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним**

**46.7 Прочая специализированная оптовая торговля**

**46.9 Неспециализированная оптовая торговля**

46.11 Деятельность агентов по оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем, живыми животными, текстильным сырьем и полуфабрикатами

46.12 Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами

46.13 Деятельность агентов по оптовой торговле древесиной и строительными материалами

46.14 Деятельность агентов по оптовой торговле машинами, оборудованием, судами и летательными аппаратами

46.15 Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными и прочими металлическими изделиями

46.16 Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха

46.17 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями

46.18 Деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле отдельными видами товаров или группами товаров, не включенными в другие группировки

46.19 Деятельность агентов по оптовой торговле товарами широкого ассортимента

46.21 Оптовая торговля зерном, необработанным табаком, семенами и кормами для животных

46.22 Оптовая торговля цветами и другими растениями

46.23 Оптовая торговля живыми животными

46.24 Оптовая торговля шкурами и кожей

46.41 Оптовая торговля текстильными изделиями

46.42 Оптовая торговля одеждой и обувью

46.43 Оптовая торговля бытовыми электротоварами, радио- и телевизионным оборудованием

46.44 Оптовая торговля изделиями из керамики и стекла, чистящими средствами

46.45 Оптовая торговля парфюмерными и косметическими средствами

46.46 Оптовая торговля фармацевтическими товарами

46.47 Оптовая торговля мебелью, коврами и осветительным оборудованием

46.48 Оптовая торговля часами и ювелирными изделиями

46.49 Оптовая торговля прочими непродовольственными товарами потребительского назначения

46.31 Оптовая торговля фруктами и овощами

46.32 Оптовая торговля мясом и мясными продуктами

46.33 Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами и пищевыми маслами и жирами

46.34 Оптовая торговля напитками

46.35 Оптовая торговля табачными изделиями

46.36 Оптовая торговля сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями

46.37 Оптовая торговля кофе, чаем, какао и специями

46.38 Оптовая торговля прочими продуктами питания, включая рыбу, ракообразных и моллюсков

46.39 Неспециализированная оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями

46.51 Оптовая торговля компьютерами, периферийным компьютерным оборудованием и программным обеспечением

46.52 Оптовая торговля электронным и телекоммуникационным оборудованием и их частями

46.61 Оптовая торговля сельскохозяйственной техникой, оборудованием, деталями и принадлежностями к ним

46.62 Оптовая торговля станками

46.63 Оптовая торговля машинами и оборудованием для горнодобывающей промышленности и строительства

46.64 Оптовая торговля машинами и оборудованием для текстильной промышленности и швейными и вязальными машинами

46.65 Оптовая торговля офисной мебелью

46.66 Оптовая торговля прочими офисными машинами и оборудованием

46.69 Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием

46.71 Оптовая торговля твердым, жидким и газообразным топливом и подобными продуктами

46.72 Оптовая торговля металлами и металлическими рудами

46.73 Оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием

46.74 Оптовая торговля скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и инвентарем

46.75 Оптовая торговля химической продукцией

46.76 Оптовая торговля прочими промежуточными продуктами

46.77 Оптовая торговля отходами и ломом

46.90 Неспециализированная оптовая торговля

Дистрибьюторы товаров промышленного назначения

Торговые дома

Товарные биржи, брокерские конторы

Коммерческо-посреднические фирмы

Торговые рынки, коммивояжеры

Аутлет центр

Оптово-распределительный центр

Cash&Carry

Наиболее распространенными форматы оптовой торговли являются:

* Дистрибьюторы товаров промышленного назначения
* Торговые дома
* Товарные биржи, брокерские конторы
* Коммерческо-посреднические фирмы
* Оптово-распределительный центр
* Торговые рынки, коммивояжеры
* Cash&Carry
* Аутлет центр

Оптовая торговля осуществляется в стационарных торговых объектах и торговых рынках. При наличии обособленных мест допускается оптовая торговля овощной и плодоовощной продукцией с транспортных средств.

По широте ассортимента товаров оптовая торговля подразделяется на специализированную и универсальную. Специализированная оптовая торговля ориентируется на торговлю определенными видами товаров. Универсальная оптовая торговля ориентируется на торговлю несколькими видами товаров.

Торговый объект, при осуществлении оптовой торговли, в зависимости от специфики ассортимента и конкретных условий функционирования размещается как в зонах производства товара, так и в центрах их массового потребления.

При осуществлении оптовой торговли допускается осуществление расчетов по заключенным договорам купли-продажи в безналичном порядке.

По согласованию с участниками оптовых торгов (собственниками товара), при осуществлении оптовой торговли допускаются аукционные и конкурсные торги.

При осуществлении оптовой торговли субъекты торговой деятельности обеспечивают:

1) продажу, закупку, хранение товаров;

2) создание организационных условий для ведения оптовой торговли, заключения торговых сделок;

3) обеспечение контроля качества реализуемых товаров;

4) обеспечение субъектов оптовой торговли весоизмерительным оборудованием и другими видами услуг;

5) создание и обеспечение функционирования инженерной инфраструктуры, техническое обслуживание холодильного, торгового и иного оборудования и механизмов;

6) охрану торгового объекта и безопасность ведения оптовой купли-продажи.

В таблице 29 приведены классы и подклассы раздела 47 Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами.

На рисунке 8 приведены основные форматы торговых предприятий по данному разделу.

Таблица 29 – Классы и подклассы раздела 47 Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Профессиональная группа | Класс  | Подкласс  |
| 1 | 47.1 Розничная торговля в неспециализированных магазинах | 47.11 Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями | 47.11.1 Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м  |
| 47.11.2 Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями, в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.19 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах | 47.19.1 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м  |
| 47.19.2 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 2 | 47.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах | 47.21 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах | 47.21.1 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.21.2 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.22 Розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах | 47.22.1 Розничная торговля домашней птицей, дичью и изделиями из них в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.22.2 Розничная торговля домашней птицей, дичью и изделиями из них в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.22.3 Прочая розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.22.4 Прочая розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.23 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах | 47.23.1 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.23.2 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.24 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах | 47.24.1 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.24.2 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.25 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах | 47.25.1 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.25.2 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.26 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах | 47.26.1 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.26.2 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.29 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах | 47.29.1 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.29.2 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 3 | 47.3 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах | 47.30 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах | 47.30.1 Розничная торговля моторным топливом в специализированных магазинах, за исключением находящихся на придорожной полосе |
| 47.30.2 Розничная торговля смазочными материалами в специализированных магазинах |
| 47.30.3 Розничная торговля моторным топливом в специализированных магазинах, находящихся на придорожной полосе |
| 4 | 47.4 Розничная торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах | 47.41 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах | 47.41.1 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.41.2 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.42 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах | 47.42.1 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.42.2 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.43 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах | 47.43.1 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.43.2 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 5 | 47.5 Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах | 47.51 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах | 47.51.1 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.51.2 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.52 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах  | 47.52.1 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.52.2 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)  |
| 47.53 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах | 47.53.1 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.53.2 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.54 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах | 47.54.1 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.54.2 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.59 Розничная торговля мебелью, осветительным оборудованием и прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах | 47.59.1 Розничная торговля мебелью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.59.2 Розничная торговля музыкальными инструментами и партитурами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.59.3 Розничная торговля мебелью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.59.4 Розничная торговля музыкальными инструментами и партитурами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.59.5 Розничная торговля осветительными приборами и бытовыми товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.59.9 Розничная торговля осветительными приборами и бытовыми товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 6 | 47.6 Розничная торговля товарами культурно-развлекательного характера в специализированных магазинах | 47.61 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах | 47.61.1 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.61.2 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.62 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах | 47.62.1 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.62.2 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.63 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах | 47.63.1 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.63.2 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)  |
| 47.64 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах | 47.64.1 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.64.2 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.65 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах | 47.65.1 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.65.2 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 7 | 47.7 Розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах | 47.71 Розничная торговля одеждой в специализированных магазинах | 47.71.1 Розничная торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.71.2 Розничная торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.71.3 Розничная торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.71.4 Розничная торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.72 Розничная торговля обувью и кожаными изделиями в специализированных магазинах | 47.72.1 Розничная торговля обувью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.72.2 Розничная торговля кожаными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.72.3 Розничная торговля обувью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.72.4 Розничная торговля кожаными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.73 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах | 47.73.1 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.73.2 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.74 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах | 47.74.1 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.74.2 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.75 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах | 47.75.1 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.75.2 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.76 Розничная торговля цветами, комнатными растениями, семенами, удобрениями, домашними животными и кормами для домашних животных в специализированных магазинах | 47.76.1 Розничная торговля цветами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.76.2 Розничная торговля семенами и удобрениями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.76.3 Розничная торговля домашними животными и кормами для домашних животных в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.76.4 Розничная торговля цветами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.76.5 Розничная торговля семенами и удобрениями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.76.6 Розничная торговля домашними животными и кормами для домашних животных в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.77 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах | 47.77.1 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.77.2 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.78 Прочая розничная торговля новыми товарами в специализированных магазинах | 47.78.1 Розничная торговля фотографическим, оптическим и точным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.78.2 Розничная торговля велосипедами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.78.3 Розничная торговля фотографическим, оптическим и точным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.78.4 Розничная торговля велосипедами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.78.5 Прочая розничная торговля в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 47.78.9 Прочая розничная торговля в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.79 Розничная торговля подержанными товарами в магазинах | 47.79.1 Розничная торговля подержанными товарами в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м |
| 47.79.2 Розничная торговля подержанными товарами в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) |
| 8 | 47.8 Розничная торговля в палатках, киосках и на рынках | 47.81 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в торговых палатках, киосках и на рынках | 47.81.1 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в торговых палатках, ларьках и киосках |
| 47.81.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями на рынках |
| 47.82 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями в торговых палатках, киосках и на рынках | 47.82.1 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями в торговых палатках, ларьках и киосках |
| 47.82.2 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями на рынках |
| 47.89 Розничная торговля прочими товарами в палатках, киосках и на рынках | 47.89.1 Розничная торговля прочими товарами в торговых палатках, ларьках и киосках |
| 47.89.2 Розничная торговля прочими товарами на рынках |
| 9 | 47.9 Розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков | 47.91 Розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет | 47.91.0 Розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет |
| 47.99 Прочая розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков | 47.99.1 Развозная и разносная розничная торговля |
| 47.99.2 Розничная торговля через сетевой маркетинг |
| 47.99.9 Прочая розничная торговля вне магазинов |
| Составлена на основе данных ОКЭД Комитета по статистике <https://www.stat.gov.kz/> |

Профессиональная группа

Профессиональная подгруппа

Формат торговых предприятий

**47.1 Розничная торговля в неспециализированных магазинах**

**47.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах**

**47.3 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах**

**47.4 Розничная торговля компьютерами и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах**

**47.5 Розничная торговля прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах**

**47.6 Розничная торговля товарами культурно-развлекательного характера в специализированных магазинах**

**47.8 Розничная торговля в палатках, киосках и на рынках**

**47.7 Розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах**

**47.9 Розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков**

47.11 Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями

47.19 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах

47.21 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах

47.22 Розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах

47.23 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах

47.24 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах

47.25 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах

47.26 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах

47.29 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах

47.30 Розничная торговля топливом в специализированных магазинах

47.41 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах

47.42 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах

47.43 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах

47.51 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах

47.52 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах

47.53 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах

47.54 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах

47.59 Розничная торговля мебелью, осветительным оборудованием и прочими бытовыми товарами в специализированных магазинах

47.61 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах

47.62 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах

47.63 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах

47.64 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах

47.65 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах

47.71 Розничная торговля одеждой в специализированных магазинах

47.72 Розничная торговля обувью и кожаными изделиями в специализированных магазинах

47.73 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах

47.74 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах

47.75 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах

47.76 Розничная торговля цветами, комнатными растениями, семенами, удобрениями, домашними животными и кормами

47.77 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах

47.78 Прочая розничная торговля новыми товарами в специализированных магазинах

47.81 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в торговых палатках, киосках и на рынках

47.82 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями в торговых палатках, киосках и на рынках

47.89 Розничная торговля прочими товарами в палатках, киосках и на рынках

47.91 Розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет

47.99 Прочая розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков или рынков

Универсальные магазины, супермаркеты

Специализированные продовольственные магазины

Павильоны, киоски, автолавка

Магазин convenient store

Неспециализированные непродовольственные магазины

Специализированные непродовольственные магазины

Бутик

Интернет-магазины

Универсальный торговый рынок

Рисунок 8 – Основные форматы предприятий розничной торговли

Этот раздел включает перепродажу (продажу без видоизменения) новых и подержанных товаров для личного потребления или домашнего использования

Розничная торговля классифицируется прежде всего по типу места торговли (розничная торговля в магазинах; розничная торговля вне магазинов).

Розничная торговля классифицируется прежде всего по типу места торговли (розничная торговля в магазинах: группы 47.1-47.7; розничная торговля вне магазинов: группы 47.8 и 47.9). Розничная торговля, осуществляемая через магазины, включает розничную торговлю подержанными товарами (класс 47.79). Для розничной торговли через магазины существует дальнейшее разделение на специализированную (группы 47.2 - 47.7) и неспециализированную розничную торговлю (группа 47.1). Специализированная розничная торговля новыми товарами далее классифицируется в зависимости от вида реализуемого товара. Данный раздел также включает розничную торговлю в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше). При этом, магазины могут быть арендованными. Торговля вне магазинов подразделяется в соответствии с видами торговли, такая как розничная торговля в палатках и на рынках (группа 47.8) и прочие виды розничной торговли, осуществляемые вне магазинов, например, выполнение заказов по почте, доставка товаров на дом, посредством торговых автоматов и т.д. (группа 47.9).

Наиболее распространенными форматы оптовой торговли являются:

* Универсальные магазины, супермаркеты
* Специализированные продовольственные магазины
* Специализированные непродовольственные магазины
* Неспециализированные непродовольственные магазины
* Бутик
* Интернет-магазины
* Универсальный торговый рынок
* Магазин convenient store
* Павильоны, киоски, автолавка

Розничная торговля осуществляется через стационарные, нестационарные торговые объекты и торговые рынки.

Места размещения нестационарных торговых объектов утверждаются местными исполнительными органами.

Розничная торговля вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами регулируется в соответствии с Правилами розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами, утвержденными постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 сентября 2005 года № 918.

Следующим шагом является определение уровня соответствия профессий в выявленных форматах предприятий и профессий, отраженных в НКЗ НК РК 01-2017. Их перечень приведен в таблице 30.

Таблица 30 – Группы занятий из НКЗ НК РК 01-2017, относящиеся к торговой отрасли

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень | Подгруппа  | Малая группа | Начальная группа | Профессии |
| 1 | 14 Руководители (управляющие) специализированных подразделений по услугам проживания, питания, торговли и другим сферам услуг | 142 Руководители (управляющие) специализированных подразделений по услугам розничной и оптовой торговли | 1420 Руководители (управляющие) специализированных подразделений по услугам розничной и оптовой торговли | 1420-0 Руководители (управляющие) специализированных подразделений по услугам розничной и оптовой торговли |
| 2 | 24 Специалисты-профессионалы в сфере бизнеса и администрирования | 243 Специалисты-профессионалы по связям с общественностью, сбыту и маркетингу продукции и услуг | 2431 Специалисты-профессионалы по рекламе, маркетингу и связям с общественностью | 2431-1 Аналитики по маркетингу и исследованию рынка  |
| 2431-2 Специалисты-профессионалы по рекламе и продвижению продукции  |
| 2431-3 Специалисты-профессионалы по связям с общественностью  |
| 2432 Специалисты-профессионалы по логистике | 2432-0 Специалисты-профессионалы по логистике  |
| 2433 Специалисты-профессионалы по продажам специализированной продукции | 2433-1 Специалисты-профессионалы по продажам технической продукции  |
| 2433-2 Специалисты-профессионалы по продажам медицинской и фармацевтической продукции  |
| 2433-3 Специалисты-профессионалы по продажам продукции информационно-коммуникационных технологий  |
| 2433-4 Специалисты-профессионалы по продажам финансовых продуктов  |
| 2433-9 Другие специалисты-профессионалы по продажам специализированной продукции, н.в.д.г. |
| 3 | 33 Вспомогательный профессиональный персонал по экономической и административной деятельности | 331 Вспомогательный профессиональный персонал в сфере финансовой деятельности, учета и обработки числовой информации  | 3311 Дилеры и брокеры по купле-продаже на финансовых, валютных и товарных рынках  | 3311-4 Брокеры на товарной бирже |
| 3313 Счетоводы и помощники бухгалтеров  | 3313-0 Счетоводы и помощники бухгалтеров |
| 332 Вспомогательный профессиональный персонал по закупкам и продажам товаров | 3322 Агенты по коммерческим продажам | 3322-1 Агенты по сервисному обслуживанию клиентов  |
| 3322-2 Агенты по продажам и изучению потребителей  |
| 3322-9 Другие агенты по коммерческим продажам, н.в.д.г.  |
| 3323 Закупщики и снабженцы | 3323-1 Закупщики  |
| 3323-2 Снабженцы  |
| 3324 Торговые брокеры | 3324-0 Торговые брокеры |
| 333 Агенты по коммерческим услугам | 3331 Агенты по таможенной очистке и сопровождению грузов и товаров  | 3331-0 Агенты по таможенной очистке и сопровождению грузов и товаров |
| 3334 Агенты по операциям с недвижимостью и другой собственностью | 3334-0 Агенты по операциям с недвижимостью и другой собственностью  |
| 3339 Агенты по коммерческим услугам, н.в.д.г. | 3339-1 Аукционисты  |
| 3339-2 Рекламные агенты  |
| 3339-9 Другие агенты по коммерческим услугам, н.в.д.г. |
| 334 Вспомогательный профессиональный персонал, занятый в административно-управленческой деятельности | 3349 Другой вспомогательный профессиональный персонал, занятый в административно-управленческой деятельности, н.в.д.г. | 3349-0 Другой вспомогательный профессиональный персонал, занятый в административно-управленческой деятельности, н.в.д.г. |
| 4 | 43 Служащие в сфере обработки числовой информации и учета материальных ценностей | 431 Служащие, обрабатывающие числовую информацию | 4311 Служащие по бухгалтерским операциям и учету | 4311-1 Учетчики  |
| 4311-2 Служащие по ведению бухгалтерских регистров  |
| 4311-3 Служащие по аудиту  |
| 4311-4 Служащие по учету рабочего времени и расчету заработной платы  |
| 4311-5 Служащие по оплате  |
| 4311-9 Другие служащие по бухгалтерским операциям и учету, н.в.д.г. |
| 432 Служащие, занятые учетом материалов и транспортных перевозок | 4321 Служащие на складе  | 4321-0 Служащие на складе  |
| 5 | 52 Продавцы и работники продаж  | 521 Продавцы магазинов  | 5210 Супервайзеры, продавцы в магазинах и их помощники | 5210-1 Супервайзеры в магазинах  |
| 5210-2 Продавцы магазинов и их помощники  |
| 522 Кассиры и продавцы билетов  | 5220 Кассиры и продавцы билетов | 5220-1 Супервайзеры касс  |
| 5220-2 Билетные кассиры  |
| 5220-3 Офисные кассиры (рестораны, казино, другие)  |
| 5220-9 Другие кассиры и продавцы билетов, н.в.д.г.  |
| 523 Модели, демонстраторы товаров и другие работники продаж  | 5231 Манекенщики и другие живые модели  | 5231-0 Манекенщики и другие живые модели  |
| 5232 Демонстраторы товаров, в том числе на дому  | 5232-0 Демонстраторы товаров, в том числе на дому  |
| 5233 Специалисты по телефонным продажам  | 5233-0 Специалисты по телефонным продажам  |
| 5239 Продавцы и работники продаж, н.в.д.г. | 5239-1 Продавцы на заправочных станциях  |
| 5239-2 Работники линии раздачи питания  |
| 5239-9 Другие продавцы и работники продаж, н.в.д.г. |
| 9 | 95 Уличные торговцы и рабочие, оказывающие различные уличные услуги | 952 Торговцы на улицах и рынках  | 9520 Торговцы на улицах и рынках  | 9520-0 Торговцы на улицах и рынках |
| Составлена на основе НК РК Классификатор занятий // <https://www.enbek.gov.kz/ru/taxonomy/term/39> |

В таблицах А1-А6 приложения А приведены основные профессии согласно их подгрупп от 142, 243, до 95.

В малой группе 142 «Руководители (управляющие) специализированных подразделений по услугам розничной и оптовой торговли» выделяются 14 профессий (занятий).

В малой группе 243 «Специалисты-профессионалы по связям с общественностью, сбыту и маркетингу продукции и услуг» выделяются 37 профессий (занятий).

В малой группе 332 «Вспомогательный профессиональный персонал по закупкам и продажам товаров» выделяются 50 профессий (занятий).

В малых группах 431 «Служащие, обрабатывающие числовую информацию» и 432 «Служащие, занятые учетом материалов и транспортных перевозок» выделяются 41 смежных профессий (занятий).

В малых группах 521 «Продавцы магазинов», 522 «Кассиры и продавцы билетов», 523 «Модели, демонстраторы товаров и другие работники продаж» выделяются 45 профессий (занятий).

В целом, необходимо отметить, что действующие классификаторы (ОКЭД, НКЗ) достаточно полно определяют современные направления развития оптовой и розничной торговли и профессии, их уровень и специализацию навыков.

Однако, следует отметить, что в силу неразвитости отдельных направлений рынка (в частности, фондового рынка, товарных бирж и др.) популярностью не пользуются такие вспомогательные профессии как брокер, дилер, прокурист, трейдер и др.

НКЗ включает много дублирующих профессий, которые не пользуются востребованностью на рынке труда.

Считаем завышенными уровень компетенций таких профессий как промоутер (3311-9-003), мерчендайзер (3323-1-005) и заниженными по профессии супервайзер касс (5220-1-001).

Кроме того, не рассматриваются профессии, которые являются смежными и сквозными для малого и среднего бизнеса в целом.

Исходя из этого, в дальнейшем описание отраслевой рамки квалификации в сфере торговли будет проводиться по указанным выше профессиям.

**5.2 Описание отраслевой рамки квалификации в сфере «Торговля» по уровням квалификации в соответствии с Национальной рамкой квалификаций**

В результате анализа НКЗ был определен следующий перечень из147 профессий в сфере торговли:

1. Директор (заведующий) организации розничной торговли 1420-0-001
2. Директор (заведующий) торгового дома 1420-0-002
3. Директор аукциона 1420-0-003
4. Заведующий станцией заправки топливом 1420-0-010
5. Заведующий товарным комплексом 1420-0-011
6. Начальник отдела (в торговле) 1420-0-014
7. Начальник службы оптовой и розничной торговли 1420-0-015
8. Руководитель (в коммерческой деятельности) 1420-0-016
9. Руководитель (управляющий) в торговле 1420-0-017
10. Аналитик-маркетолог 2431-1-002
11. Маркетолог 2431-1-004
12. Специалист по маркетингу 2431-1-005
13. Специалист по прогнозам рынка 2431-1-006
14. Специалист по ценовому маркетинговому исследованию 2431-1-007
15. Менеджер по продукции 2431-2-002
16. Менеджер по управлению онлайн-продажами 2431-2-003
17. Специалист по рекламе 2431-2-004
18. Агент по связям с общественностью 2431-3-001
19. Аналитик по обслуживанию клиентов 2431-3-002
20. Бренд-менеджер 2431-3-003
21. Менеджер по продажам продуктов и решений информационных технологий 2433-1-003
22. Менеджер по продажам решений и сложных технических систем 2433-1-004
23. Менеджер по продажам услуг телекоммуникаций 2433-1-005
24. Специалист по продажам технических товаров 2433-1-006
25. Торговый представитель по продаже технических товаров 2433-1-007
26. Торговый представитель по промышленным товарам 2433-1-008
27. Специалист по продажам медицинских товаров 2433-2-001
28. Специалист по продажам фармацевтических товаров 2433-2-002
29. Торговый представитель (медицинские и фармацевтические товары) 2433-2-003
30. Агент по маркетингу информационных технологий 2433-3-001
31. Инженер по сбыту компьютеров 2433-3-002
32. Специалист по предпродажам 2433-3-003
33. Специалист по продажам компьютеров 2433-3-004
34. Торговый представитель по информационно-коммуникационным технологиям 2433-3-005
35. Специалист по продажам казначейских сертификатов 2433-4-001
36. Специалист по продажам финансовых продуктов 2433-4-002
37. Промышленный агент 2433-9-001
38. Специалист по продажам ветеринарной продукции 2433-9-002
39. Специалист по продажам пестицидов (в том числе биопестицидов и биоагентов) 2433-9-003
40. Торговый представитель (публикационные товары) 2433-9-004
41. Торговый представитель (спортивные товары) 2433-9-005
42. Агент по торговым операциям 3311-4-001
43. Брокер на товарной бирже 3311-4-002
44. Брокер товарных фьючерсов 3311-4-003
45. Индент-агент 3311-4-005
46. Консультант по торговым операциям 3311-4-006
47. Трейдер на товарной бирже 3311-4-007
48. Дилер 3311-9-001
49. Прокурист 3311-9-002
50. Промоутер 3311-9-003
51. Трейдер 3311-9-004
52. Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов 3322-1-002
53. Агент по сервисному обслуживанию клиентов 3322-1-003
54. Агент по продажам и изучению потребителей 3322-2-001
55. Коммивояжер 3322-2-002
56. Агент по коммерческим продажам 3322-9-003
57. Агент торговый 3322-9-004
58. Инспектор торговый 3322-9-005
59. Агент по закупкам 3323-1-001
60. Аналитик по закупкам 3323-1-002
61. Закупщик 3323-1-003
62. Координатор по процедурам закупок 3323-1-004
63. Мерчендайзер 3323-1-005
64. Представитель по поставкам 3323-1-006
65. Специалист по организации закупок 3323-1-007
66. Специалист по процедурам закупок 3323-1-008
67. Специалист по техническим закупкам 3323-1-009
68. Товаровед (по закупкам) 3323-1-010
69. Агент по материально-техническому снабжению 3323-2-001
70. Агент по снабжению 3323-2-002
71. Представитель по снабжению 3323-2-003
72. Брокер по транспортировке товаров 3324-0-001
73. Торговый брокер 3324-0-002
74. Агент (торгово-коммерческий) 3331-0-001
75. Агент по доставке грузов 3331-0-002
76. Агент по таможенной очистке грузов 3331-0-003
77. Агент по таможенному и транспортно-экспедиторскому обслуживанию 3331-0-004
78. Таможенный агент 3331-0-005
79. Товарный агент (железнодорожный, судовой и т.д.) 3331-0-006
80. Транспортный экспедитор 3331-0-007
81. Экспедитор 3331-0-008
82. Экспедитор по перевозке грузов 3331-0-009
83. Аукционист 3339-1-001
84. Продавец рекламных площадей 3339-2-001
85. Работник служб сбыта (время трансляции) 3339-2-002
86. Рекламный агент 3339-2-003
87. Рекламный представитель 3339-2-004
88. Агент по обслуживанию клиентов 3339-9-001
89. Метрдотель (администратор торгового зала) 3349-0-014
90. Служащий по учету 4311-1-002
91. Учетчик 4311-1-004
92. Калькулятор 4311-9-001
93. Служащий торгов 4311-9-007
94. Диспетчер по отпуску готовой продукции 4321-0-004
95. Контролёр при погрузке и выгрузке товара 4321-0-005
96. Приемщик грузов 4321-0-006
97. Служащий по поставкам 4321-0-012
98. Служащий по снабжению 4321-0-013
99. Служащий склада 4321-0-014
100. Товаровед 4321-0-015
101. Бригадир в магазине 5210-1-001
102. Бригадир в супермаркете 5210-1-002
103. Консультант- продавец 5210-2-001
104. Помощник продавца магазина 5210-2-002
105. Продавец (предприятие оптовой торговли) 5210-2-003
106. Продавец (предприятие розничной торговли) 5210-2-004
107. Продавец магазинов 5210-2-005
108. Продавец-кассир 5210-2-006
109. Продавец-флорист 5210-2-007
110. Супервайзер касс 5220-1-001
111. Кассир (билетный) 5220-2-001
112. Кассир по выдаче билетов (развлекательные и спортивные мероприятия) 5220-2-002
113. Контролер-кассир 5220-2-003
114. Кассир казино 5220-3-001
115. Офисный кассир 5220-3-004
116. Кассир багажный, товарный (грузовой) 5220-9-001
117. Кассир на парковке 5220-9-002
118. Кассир на станции обслуживания 5220-9-003
119. Демонстратор одежды 5231-0-001
120. Демонстратор пластических поз 5231-0-002
121. Демонстратор причесок 5231-0-003
122. Манекенщик 5231-0-004
123. Модель для съемок в рекламе 5231-0-005
124. Супермодель 5231-0-006
125. Топ-модель 5231-0-007
126. Фотомодель 5231-0-008
127. Демонстратор товара 5232-0-001
128. Продавец на вечеринках 5232-0-002
129. Торговец, предлагающий товары по месту жительства 5232-0-003
130. Торговец, предлагающий услуги по месту жительства 5232-0-004
131. Торговый представитель, предлагающий товары по месту жительства 5232-0-005
132. Продавец в сфере телемаркетинга 5233-0-001
133. Продавец контактного центра 5233-0-002
134. Продавец контактного центра по работе с клиентами 5233-0-003
135. Продавец через интернет 5233-0-004
136. Торговец, предлагающий товары или услуги по телефону 5233-0-005
137. Продавец на станциях по заправке топливом 5239-1-001
138. Служащий на станции обслуживания 5239-1-002
139. Служащий станции обслуживания на пристани 5239-1-003
140. Работник салатного бара 5239-2-001
141. Раздатчик в столовой 5239-2-002
142. Продавец в ломбарде 5239-9-001
143. Продавец в пункте проката 5239-9-002
144. Бакалейщик 9520-0-001
145. Киоскер 9520-0-002
146. Контролер рынка 9520-0-003
147. Лоточник 9520-0-004

В результате анализа текущей ситуации в сфере торговли и обсуждения с экспертами и работодателями в рамках фокус-группы и социологического опроса был определен дополнительный перечень профессий, актуальный на современном этапе, однако отсутствующий в НКЗ:

1. Менеджер по работе с ключевыми клиентами
2. Супервайзер отдела оптовой продажи
3. Менеджер по продаже автомобилей
4. Менеджер по электронной торговле
5. CRM-маркетолог
6. IT-аналитик электронной торговли
7. Специалист E-commerce
8. Продавец провизор

**Перечень профессиональных стандартов с указанием карточек профессий**

В ОКЭД сфере «Торговля» отнесена отдельная секция G, которая состоит из 3 разделов:

* 45 Оптовая и розничная торговля автомобилями и мотоциклами и их ремонт
* 46 Оптовая торговля, за исключением автомобилей и мотоциклов
* 47 Розничная торговля, кроме торговли автомобилями и мотоциклами

Общее количество подклассов составляет 195 единиц (приложение Б).

Из предлагаемых 14 профессиональных стандартов по сектору «Торговля» 10 профессиональных стандартов соответствуют 5-му знаку ОКЭД (таблица 31).

Таблица 31 – Перечень ПС с указанием карточек профессий по сектору «Торговля»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование профессионального стандарта | Карточки профессий |
|  | Активные продажи | Менеджер по работе с ключевыми клиентами Категорийный специалист (категорийный менеджер) |
|  | Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами | Брокер на товарной бирже (финансовый)МаклерТрейдер |
|  | Деятельность агентов по оптовой торговле товарами широкого ассортимента | Агент по коммерческим продажамСлужащий информационной службы по работе с клиентами |
|  | Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения | Торговый представитель по продаже технических товаров Специалист по продажам технических товаров |
|  | Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями | Продавец (предприятие оптовой торговли)Супервайзер отдела оптовой продажи |
|  | Оптовая торговля фармацевтическими товарами, кроме торговли медицинской техникой и ортопедическими изделиями | Служащий складаТорговый представитель (медицинские и фармацевтические товары) Специалист по продажам фармацевтических товаров |
|  | Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры | КладовщикТовароведЗаведующий складомСпециалисты-профессионалы по рекламе и продвижению продукции |
|  | Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) | Администратор залаИнспектор-ревизор (финансовый)Консультант-продавец |
|  | Розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет | Оператор связи центра продажПродавец через ИнтернетМенеджер по управлению онлайн-продажами |
|  | Розничная торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) | Менеджер по продаже автомобилей Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов |
|  | Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше) | Агент торговыйМерчендайзер Продавец–кассир |
|  | Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м | Продавец (предприятие розничной торговли)Аналитик по закупкамСлужащий по поставкам |
|  | Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м | Продавец-провизорФармацевт (провизор) |
|  | Предоставление услуг в сфере электронной торговли | Менеджер по электронной торговлеCRM-маркетологIT-аналитик электронной торговлиСпециалист E-commerce |

По 4 стандартам было принято решение изменить наименование. Профессиональный стандарт «Активные продажи» связан с бурным развитием дистрибьюторской деятельностью, что не находит отражение в существующем ОКЭД.

С этим обстоятельством связан профессиональным стандарт «Предоставление услуг в сфере электронной торговли».

Стандарты «Оптовая торговля непродовольственными товарами потребительского назначения», «Оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями» соответствуют 3-му знаку ОКЭД, поскольку именно на этом уровне определяется формат торговых организаций – оптово-розничные центры, крупые оптовые ритейлы и пр.

С учетом параметров технического задания по проекту, и с учетом результатов анализа отрасли и социологического опроса работодателей в сфере торговли, для разработки профессиональных стандартов определены следующие приоритетные профессии:

1. Менеджер по работе с ключевыми клиентами
2. Категорийный специалист (категорийный менеджер)
3. Брокер на товарной бирже (финансовый)
4. Маклер
5. Трейдер
6. Агент по коммерческим продажам
7. Служащий информационной службы по работе с клиентами
8. Торговый представитель по продаже технических товаров
9. Специалист по продажам технических товаров
10. Продавец (предприятие оптовой торговли)
11. Супервайзер отдела оптовой продажи
12. Служащий склада
13. Торговый представитель (медицинские и фармацевтические товары)
14. Специалист по продажам фармацевтических товаров
15. Кладовщик
16. Товаровед
17. Заведующий складом
18. Специалисты-профессионалы по рекламе и продвижению продукции
19. Администратор зала
20. Инспектор-ревизор (финансовый)
21. Консультант-продавец
22. Оператор связи центра продаж
23. Продавец через Интернет
24. Менеджер по управлению онлайн-продажами
25. Менеджер по продаже автомобилей
26. Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов
27. Агент торговый
28. Мерчендайзер
29. Продавец–кассир
30. Продавец (предприятие розничной торговли)
31. Аналитик по закупкам
32. Служащий по поставкам
33. Продавец-провизор
34. Фармацевт (провизор)
35. Менеджер по электронной торговле
36. CRM-маркетолог
37. IT-аналитик электронной торговли
38. Специалист E-commerce

Для новых, специфичных в отрасли профессий и занятий, составляемые в дополнение к основным для уточнения их места в отраслевой рамки квалификаций разработана карта квалификационных уровней (Рисунок 9). В таблице 32 представлены уровни образовательной рамки квалификации в сфере торговле с описанием знаний, умений, компетенций.

Мерчендайзер

Продавец через Интернет

Торговый представитель (медицинские и фармацевтические товары)

Служащий информационной службы по работе с клиентами

Продавец-провизор

Агент по коммерческим продажам

Торговый представитель по продаже технических товаров

Служащий по поставкам

Аналитик по закупкам

Продавец (предприятие оптовой торговли)

Оператор связи центра продаж

Служащий склада

Консультант-продавец

Продавец –кассир

Продавец (предприятие розничной торговли)

Экспедитор

Агент торговый

Кладовщик

Менеджер по управлению онлайн-продажами

Специалист по продажам фармацевтических товаров

Заведующий складом

Товаровед

Супервайзер отдела оптовой продажи

Администратор зала

CRM-маркетолог

Инспектор-ревизор (финансовый)

Менеджер по продаже автомобилей

Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов

Менеджер по электронной торговле

IT-аналитик электронной торговли

Фармацевт (провизор)

Категорийный специалист

Менеджер по работе с ключевыми клиентами

Брокер на товарной бирже (финансовый)

Специалист E-commerce

Специалист по продажам технических товаров

Трейдер

Маклер

Специалист по рекламе

**2 уровень ОРК**

**3 уровень ОРК**

**4 уровень ОРК**

**5 уровень ОРК**

**6 уровень ОРК**

Рисунок 9 – КПК в ОРК с отражением возможных путей профессионального развития

Таблица 32 – Описание отраслевой рамки квалификаций

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уровень НРК  | Уровень ОРК  | Знания  | Умения и навыки  | Личностные и профессиональные компетенции  | Пути достижения квалификации соответствующего подуровня  | Рекомендуемые наименования должностей |
| 2 | 2.1 | Базовые знания о предмете труда, средствах и способах достижения результат при выполнении простых типовых задач | Выполняет задания по заданному алгоритму действий, демонстрирует навыки контроля и коррекции своих действий в простых производственных ситуациях | Самостоятельность: работа под руководством при наличии некоторой самостоятельности в знакомых ситуациях; обучение под руководством. Ответственность: за результаты выполнения простых заданий. Сложность: решение простых типовых задач. | Практический опыт и/или профессиональная подготовка (краткосрочные курсы на базе организации образования или обучение на предприятии) при наличии общего среднего образования, но не ниже основного среднего | Продавец (предприятие оптовой торговли) |
| 2.2 | Служащий склада |
| 2.3 | Кладовщик |
| 2.4 | Консультант-продавец |
| 2.5 | Оператор связи центра продаж |
| 2.6 | Агент торговый |
| 2.7 | Продавец-кассир |
| 2.8 | Продавец (предприятие розничной торговли) |
| 3 | 3.1 | Базовые, общеобразовательные и практико-ориентированные знания в профессиональной области | Решение типичных профессиональных задач в стандартных условиях | Деятельность с определенной долей самостоятельности исходя из поставленной задачи | Основные среднее образование и техническое и профессиональное образование (повышенный уровень) или общее среднее образование и практический опыт и/или профессиональная подготовка (курсы на базе организации образования по программам профессиональной подготовки до одного года или обучение на предприятии) | Агент по коммерческим продажам |
| 3.2 | Служащий информационной службы по работе с клиентами |
| 3.3 | Торговый представитель по продаже технических товаров  |
| 3.4 | Торговый представитель (медицинские и фармацевтические товары)  |
| 3.5 | Продавец через Интернет |
| 3.6 | Мерчендайзер  |
| 3.7 | Аналитик по закупкам |
| 3.8 | Агент по поставкам |
| 3.9 | Продавец-провизор |
| 4 | 4.1 | Профессиональны е (теоретические и практические) знания и опыт | Решение типовых профессиональных задач широкого спектра в предсказуемых условиях, требующих самостоятельного анализа учебной и трудовой ситуации, ее возможных изменений и действий | Самостоятельность: исполнительско-управленческая деятельность по реализации задач под руководством, предусматривающая самостоятельное определение задач, организацию и контроль реализации ее подчиненными работниками.Ответственность: за результаты работы. Сложность: решение простых типовых задач, требующих самостоятельного анализа рабочих ситуаций при реализации основных функций. | Техническое и профессиональное образование повышенного уровня (дополнительная профессиональная подготовка), практический опыт | Специалист по продажам фармацевтических товаров |
| 4.2 | Товаровед |
| 4.3 | Заведующий складом |
| 4.4 |
| Специалист по продажам фармацевтических товаров |
| 5 | 5.1 | Широкий диапазон теоретических и практических знаний в профессиональной области | Самостоятельная разработка и выдвижение различных вариантов решения профессиональных задач с применением теоретических и практических знаний | Самостоятельность: управленческая деятельность в рамках профессиональной деятельности и стратегии деятельности предприятия. Ответственность: за оценку и совершенствование собственного труда, собственное обучение и обучение других. Сложность: решение практических задач на основе выбора способов решения в различных изменяющихся условиях рабочих ситуаций. | Послесреднее образование, (прикладной бакалавриат), практический опыт; | Супервайзер |
| 5.2 | Администратор торгового зала |
| 5.3 | Ревизор |
| 5.4 | Менеджер по продаже автомобилей  |
| 5.5 | Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов  |
| 5.6 | Фармацевт (провизор) |
| 5.7 | Менеджер по электронной торговле |
| 5.8 | CRM-маркетолог |
| 5.9 | IT-аналитик электронной торговли |
| 6 | 6.1 | Широкий диапазон теоретических и практических знаний в профессиональной области | Самостоятельная разработка и выдвижение различных вариантов решения профессиональных задач с применением теоретических и практических знаний | Самостоятельность: управленческая деятельность в рамках стратегии деятельности предприятия, предполагающая согласование работ с другими участками. Ответственность: за планирование и разработку процессов деятельности, которые могут привести к существенным изменениям или развитию, ответственность за повышение профессионализма работников. Сложность: деятельность, направленная на решение задач, предполагающих выбор и многообразие способов решения. | Бакалавр, практический опыт | Менеджер по работе с ключевыми клиентами  |
| 6.2 | Категорийный специалист (категорийный менеджер) |
| 6.3 | Брокер на товарной бирже (финансовый) |
| 6.4 | Маклер |
| 6.5 | Трейдер |
| 6.6 | Специалист по продажам технических товаров |
| 6.7 | Специалисты- профессионалы по рекламе и продвижению продукции |
| 6.8 | Специалист–профессионал E-commerce  |

Приложения

Приложение А

Таблица А1 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 142

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 1420-0-001  | Директор (заведующий) организации розничной торговли  |
|  | 1420-0-002  | Директор (заведующий) торгового дома  |
|  | 1420-0-003  | Директор аукциона  |
|  | 1420-0-004  | Директор магазина  |
|  | 1420-0-005  | Директор малого предприятия, патрон (управляющий) (в торговле)  |
|  | 1420-0-006  | Заведующий домом быта (моды)  |
|  | 1420-0-007  | Заведующий отделом (в торговле)  |
|  | 1420-0-008  | Заведующий предприятием розничной торговли  |
|  | 1420-0-009  | Заведующий секцией (в торговле)  |
|  | 1420-0-010  | Заведующий станцией заправки топливом  |
|  | 1420-0-011  | Заведующий товарным комплексом  |
|  | 1420-0-012  | Начальник (директор) арсенала  |
|  | 1420-0-013  | Начальник лаборатории (в торговле)  |
|  | 1420-0-014  | Начальник отдела (в торговле)  |
|  | 1420-0-015  | Начальник службы оптовой и розничной торговли  |
|  | 1420-0-016  | Руководитель (в коммерческой деятельности)  |
|  | 1420-0-017  | Руководитель (управляющий) в торговле  |
|  | 1420-0-018  | Руководитель категорийного менеджмента  |
|  | 1420-0-019  | Руководитель универсама  |

Таблица А2 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 243

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 2431-1-002  | Аналитик-маркетолог  |
|  | 2431-1-003  | Консультант по маркетингу  |
|  | 2431-1-004  | Маркетолог  |
|  | 2431-1-005  | Специалист по маркетингу  |
|  | 2431-1-006  | Специалист по прогнозам рынка  |
|  | 2431-1-007  | Специалист по ценовому маркетинговому исследованию  |
|  | 2431-1-008  | Спортивный маркетолог  |
|  | 2431-1-009  | Телемаркетолог  |
|  | 2431-2-001  | Консультант по работе с мультимедийными изданиями  |
|  | 2431-2-002  | Менеджер по продукции  |
|  | 2431-2-003  | Менеджер по управлению онлайн-продажами  |
|  | 2431-2-004  | Специалист по рекламе  |
|  | 2431-3-001  | Агент по связям с общественностью  |
|  | 2431-3-002  | Аналитик по обслуживанию клиентов  |
|  | 2431-3-003  | Бренд-менеджер  |
|  | 2433-1-003  | Менеджер по продажам продуктов и решений информационных технологий  |
|  | 2433-1-004  | Менеджер по продажам решений и сложных технических систем  |
|  | 2433-1-005  | Менеджер по продажам услуг телекоммуникаций  |
|  | 2433-1-006  | Специалист по продажам технических товаров  |
|  | 2433-1-007  | Торговый представитель по продаже технических товаров  |
|  | 2433-1-008  | Торговый представитель по промышленным товарам  |
|  | 2433-2-001  | Специалист по продажам медицинских товаров  |
|  | 2433-2-002  | Специалист по продажам фармацевтических товаров  |
|  | 2433-2-003  | Торговый представитель (медицинские и фармацевтические товары)  |
|  | 2433-3-001  | Агент по маркетингу информационных технологий  |
|  | 2433-3-002  | Инженер по сбыту компьютеров  |
|  | 2433-3-003  | Специалист по предпродажам  |
|  | 2433-3-004  | Специалист по продажам компьютеров  |
|  | 2433-3-005  | Торговый представитель по информационно-коммуникационным технологиям  |
|  | 2433-4-001  | Специалист по продажам казначейских сертификатов  |
|  | 2433-4-002  | Специалист по продажам финансовых продуктов  |
|  | 2433-4-003  | Финансовый специалист  |
|  | 2433-9-001  | Промышленный агент  |
|  | 2433-9-002  | Специалист по продажам ветеринарной продукции  |
|  | 2433-9-003  | Специалист по продажам пестицидов (в том числе биопестицидов и биоагентов)  |
|  | 2433-9-004  | Торговый представитель (публикационные товары)  |
|  | 2433-9-005  | Торговый представитель (спортивные товары)  |

Таблица А3 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 331-334

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 3311-4-001  | Агент по торговым операциям  |
|  | 3311-4-002  | Брокер на товарной бирже (финансовый)  |
|  | 3311-4-003  | Брокер товарных фьючерсов  |
|  | 3311-4-004  | Джоббер  |
|  | 3311-4-005  | Идент-агент  |
|  | 3311-4-006  | Консультант по торговым операциям  |
|  | 3311-4-007  | Трейдер на товарной бирже (финансовый)  |
|  | 3311-9-001  | Дилер  |
|  | 3311-9-002  | Прокурист  |
|  | 3311-9-003  | Промоутер  |
|  | 3311-9-004  | Трейдер  |
|  | 3322-1-001  | Агент по обслуживанию клиентского счета  |
|  | 3322-1-002  | Агент по послепродажному сервисному обслуживанию клиентов  |
|  | 3322-1-003  | Агент по сервисному обслуживанию клиентов  |
|  | 3322-2-001  | Агент по продажам и изучению потребителей  |
|  | 3322-2-002  | Коммивояжер  |
|  | 3322-9-003  | Агент по коммерческим продажам  |
|  | 3322-9-004  | Агент торговый  |
|  | 3322-9-005  | Инспектор торговый  |
|  | 3323-1-001  | Агент по закупкам  |
|  | 3323-1-002  | Аналитик по закупкам  |
|  | 3323-1-003  | Закупщик  |
|  | 3323-1-004  | Координатор по процедурам закупок  |
|  | 3323-1-005  | Мерчендайзер  |
|  | 3323-1-006  | Представитель по поставкам  |
|  | 3323-1-007  | Специалист по организации закупок  |
|  | 3323-1-008  | Специалист по процедурам закупок  |
|  | 3323-1-009  | Специалист по техническим закупкам  |
|  | 3323-1-010  | Товаровед (по закупкам)  |
|  | 3323-2-001  | Агент по материально-техническому снабжению  |
|  | 3323-2-002  | Агент по снабжению  |
|  | 3323-2-003  | Представитель по снабжению  |
|  | 3324-0-001  | Брокер по транспортировке товаров  |
|  | 3324-0-002  | Торговый брокер  |
|  | 3331-0-001  | Агент (торгово-коммерческий)  |
|  | 3331-0-002  | Агент по доставке грузов  |
|  | 3331-0-003  | Агент по таможенной очистке грузов  |
|  | 3331-0-004  | Агент по таможенному и транспортно-экспедиторскому обслуживанию  |
|  | 3331-0-005  | Таможенный агент  |
|  | 3331-0-006  | Товарный агент (железнодорожный, судовой и т.д.)  |
|  | 3331-0-007  | Транспортный экспедитор  |
|  | 3331-0-008  | Экспедитор  |
|  | 3331-0-009  | Экспедитор по перевозке грузов  |
|  | 3339-1-001  | Аукционист  |
|  | 3339-2-001  | Продавец рекламных площадей  |
|  | 3339-2-002  | Работник служб сбыта (время трансляции)  |
|  | 3339-2-003  | Рекламный агент  |
|  | 3339-2-004  | Рекламный представитель  |
|  | 3339-9-001  | Агент по обслуживанию клиентов  |
|  | 3349-0-014  | Метрдотель (администратор торгового зала)  |

Таблица А4 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 43

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 4311-1-002  | Служащий по учету  |
|  | 4311-1-003  | Техник по учету  |
|  | 4311-1-004  | Учетчик  |
|  | 4311-2-001  | Бухгалтерский служащий  |
|  | 4311-2-002  | Бухгалтерский служащий по первичному учету  |
|  | 4311-2-003  | Бухгалтерский служащий, ведущий главную книгу  |
|  | 4311-3-001  | Помощник по аудиту  |
|  | 4311-3-002  | Служащий по аудиту  |
|  | 4311-4-002  | Служащий по расчету зарплаты  |
|  | 4311-4-003  | Табельщик  |
|  | 4311-4-004  | Таксировщик  |
|  | 4311-4-005  | Тарификатор  |
|  | 4311-4-006  | Техник по труду  |
|  | 4311-5-001  | Служащий по платежам  |
|  | 4311-5-002  | Служащий по счетам к оплате  |
|  | 4311-9-001  | Калькулятор  |
|  | 4311-9-002  | Нарядчик  |
|  | 4311-9-003  | Оператор по сметам  |
|  | 4311-9-004  | Служащий по анализу бухгалтерских счетов  |
|  | 4311-9-005  | Служащий по переводу денег  |
|  | 4311-9-007  | Служащий торгов  |
|  | 4311-9-008  | Учётчик затрат  |
|  | 4312-3-001  | Брокерский служащий  |
|  | 4321-0-001  | Весовщик  |
|  | 4321-0-002  | Дежурный по товарной конторе  |
|  | 4321-0-003  | Делопроизводитель по учёту запасов  |
|  | 4321-0-004  | Диспетчер по отпуску готовой продукции  |
|  | 4321-0-005  | Контролёр при погрузке и выгрузке товара  |
|  | 4321-0-006  | Приемщик грузов  |
|  | 4321-0-007  | Приемщик золота стоматологических организаций (подразделений)  |
|  | 4321-0-008  | Приемщик-раздатчик золотосодержащих препаратов  |
|  | 4321-0-009  | Распределитель работ  |
|  | 4321-0-010  | Служащий по вычислению стоимостных затрат  |
|  | 4321-0-011  | Служащий по инвентаризации  |
|  | 4321-0-012  | Служащий по поставкам  |
|  | 4321-0-013  | Служащий по снабжению  |
|  | 4321-0-014  | Служащий склада  |
|  | 4321-0-015  | Товаровед  |
|  | 4321-0-016  | Учетчик по отгрузке товаров (на складе)  |
|  | 4321-0-017  | Учётчик по складу  |
|  | 4321-0-018  | Учетчик-маркировщик  |

Таблица А5 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 52

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 5210-1-001  | Бригадир в магазине  |
|  | 5210-1-002  | Бригадир в супермаркете  |
|  | 5210-2-001  | Консультант- продавец  |
|  | 5210-2-002  | Помощник продавца магазина  |
|  | 5210-2-003  | Продавец (предприятие оптовой торговли)  |
|  | 5210-2-004  | Продавец (предприятие розничной торговли)  |
|  | 5210-2-005  | Продавец магазинов  |
|  | 5210-2-006  | Продавец-кассир  |
|  | 5210-2-007  | Продавец-флорист  |
|  | 5220-1-001  | Супервайзер касс  |
|  | 5220-2-001  | Кассир (билетный)  |
|  | 5220-2-002  | Кассир по выдаче билетов (развлекательные и спортивные мероприятия)  |
|  | 5220-2-003  | Контролер-кассир  |
|  | 5220-3-001  | Кассир казино  |
|  | 5220-3-002  | Кассир общепита  |
|  | 5220-3-003  | Кассир ресторана  |
|  | 5220-3-004  | Офисный кассир  |
|  | 5220-9-001  | Кассир багажный, товарный (грузовой)  |
|  | 5220-9-002  | Кассир на парковке  |
|  | 5220-9-003  | Кассир на станции обслуживания  |
|  | 5231-0-001  | Демонстратор одежды  |
|  | 5231-0-002  | Демонстратор пластических поз  |
|  | 5231-0-003  | Демонстратор причесок  |
|  | 5231-0-004  | Манекенщик  |
|  | 5231-0-005  | Модель для съемок в рекламе  |
|  | 5231-0-006  | Супермодель  |
|  | 5231-0-007  | Топ-модель  |
|  | 5231-0-008  | Фотомодель  |
|  | 5232-0-001  | Демонстратор товара  |
|  | 5232-0-002  | Продавец на вечеринках  |
|  | 5232-0-003  | Торговец, предлагающий товары по месту жительства  |
|  | 5232-0-004  | Торговец, предлагающий услуги по месту жительства  |
|  | 5232-0-005  | Торговый представитель, предлагающий товары по месту жительства  |
|  | 5233-0-001  | Продавец в сфере телемаркетинга  |
|  | 5233-0-002  | Продавец контактного центра  |
|  | 5233-0-003  | Продавец контактного центра по работе с клиентами  |
|  | 5233-0-004  | Продавец через интернет  |
|  | 5233-0-005  | Торговец, предлагающий товары или услуги по телефону  |
|  | 5239-1-001  | Продавец на станциях по заправке топливом  |
|  | 5239-1-002  | Служащий на станции обслуживания  |
|  | 5239-1-003  | Служащий станции обслуживания на пристани  |
|  | 5239-2-001  | Работник салатного бара  |
|  | 5239-2-002  | Раздатчик в столовой  |
|  | 5239-9-001  | Продавец в ломбарде  |
|  | 5239-9-002  | Продавец в пункте проката  |

Таблица А6 – Спектр профессий (занятий) подгруппы 95

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Код НКЗ | Наименование профессии (занятия) |
|  | 9520-0-001  | Бакалейщик  |
|  | 9520-0-002  | Киоскер  |
|  | 9520-0-003  | Контролер рынка  |
|  | 9520-0-004  | Лоточник  |

Приложение Б

Подклассы по 5-значной кодировки в секции «Торговля»

1. 45.11.1 Оптовая торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами
2. 45.11.2 Розничная торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м
3. 45.11.3 Розничная торговля автомобилями и легкими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
4. 45.19.1 Оптовая торговля прочими автотранспортными средствами
5. 45.19.2 Розничная торговля прочими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м
6. 45.19.3 Розничная торговля прочими автотранспортными средствами в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
7. 45.20.1 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей, за исключением произведенных станциями технического обслуживания, находящимися на придорожной полосе
8. 45.20.2 Техническое обслуживание и ремонт автомобилей станциями технического обслуживания, находящимися на придорожной полосе
9. 45.31.0 Оптовая торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями
10. 45.32.1 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в торговых объектах с торговой площадью менее 2000 кв.м
11. 45.32.2 Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
12. 45.40.1 Оптовая торговля мотоциклами, мотороллерами, деталями и принадлежностями к ним
13. 45.40.2 Розничная торговля мотоциклами, мотороллерами, деталями и принадлежностями к ним
14. 45.40.3 Техническое обслуживание и ремонт мотоциклов и мотороллеров
15. 46.11.0 Деятельность агентов по оптовой торговле сельскохозяйственным сырьем, живыми животными, текстильным сырьем и полуфабрикатами
16. 46.12.0 Деятельность агентов по оптовой торговле топливом, рудами, металлами и химическими веществами
17. 46.13.0 Деятельность агентов по оптовой торговле древесиной и строительными материалами
18. 46.14.0 Деятельность агентов по оптовой торговле машинами, оборудованием, судами и летательными аппаратами
19. 46.15.0 Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными и прочими металлическими изделиями
20. 46.16.0 Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха
21. 46.17.0 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями
22. 46.18.0 Деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле отдельными видами товаров или группами товаров, не включенными в другие группировки
23. 46.19.0 Деятельность агентов по оптовой торговле товарами широкого ассортимента
24. 46.21.1 Оптовая торговля зерном, семенами и кормами для животных
25. 46.21.2 Оптовая торговля необработанным табаком
26. 46.21.3 Оптовая торговля масличными культурами
27. 46.22.0 Оптовая торговля цветами и другими растениями
28. 46.23.0 Оптовая торговля живыми животными
29. 46.24.0 Оптовая торговля шкурами и кожей
30. 46.31.0 Оптовая торговля фруктами и овощами
31. 46.32.0 Оптовая торговля мясом и мясными продуктами
32. 46.33.0 Оптовая торговля молочными продуктами, яйцами и пищевыми маслами и жирами
33. 46.34.1 Оптовая торговля напитками в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
34. 46.34.2 Оптовая торговля напитками в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры
35. 46.35.0 Оптовая торговля табачными изделиями
36. 46.36.0 Оптовая торговля сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями
37. 46.37.0 Оптовая торговля кофе, чаем, какао и специями
38. 46.38.1 Оптовая торговля рыбой и рыбными продуктами
39. 46.38.9 Оптовая торговля прочими продуктами питания
40. 46.39.0 Неспециализированная оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями
41. 46.41.0 Оптовая торговля текстильными изделиями
42. 46.42.1 Оптовая торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями
43. 46.42.2 Оптовая торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий
44. 46.42.3 Оптовая торговля обувью
45. 46.43.1 Оптовая торговля бытовыми электротоварами
46. 46.43.2 Оптовая торговля радио- и телевизионным оборудованием
	* 1. Оптовая торговля изделиями из керамики и стекла, чистящими средствами
47. 46.45.0 Оптовая торговля парфюмерными и косметическими средствами
48. 46.46.1 Оптовая торговля фармацевтическими товарами, кроме торговли медицинской техникой и ортопедическими изделиями
49. 46.46.2 Оптовая реализация фармацевтических и медицинских товаров в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи
50. 46.46.3 Оптовая торговля медицинской техникой и ортопедическими изделиями
51. 46.47.0 Оптовая торговля мебелью, коврами и осветительным оборудованием
52. 46.48.0 Оптовая торговля часами и ювелирными изделиями
53. 46.49.1 Оптовая торговля канцелярскими принадлежностями
54. 46.49.2 Оптовая торговля музыкальными инструментами
55. 46.49.9 Оптовая торговля прочими непродовольственными товарами потребительского назначения, не включенными в другие группировки
56. 46.51.0 Оптовая торговля компьютерами, периферийным компьютерным оборудованием и программным обеспечением
57. 46.52.0 Оптовая торговля электронным и телекоммуникационным оборудованием и их частями
58. 46.61.0 Оптовая торговля сельскохозяйственной техникой, оборудованием и деталями и принадлежностями к ним
59. 46.62.0 Оптовая торговля станками
60. 46.63.0 Оптовая торговля машинами и оборудованием для горнодобывающей промышленности и строительства
61. 46.64.0 Оптовая торговля машинами и оборудованием для текстильной промышленности и швейными и вязальными машинами
62. 46.65.0 Оптовая торговля офисной мебелью
63. 46.66.0 Оптовая торговля прочими офисными машинами и оборудованием
64. 46.69.0 Оптовая торговля прочими машинами и оборудованием
65. 46.71.1 Оптовая торговля сырой нефтью и попутным газом
66. 46.71.2 Оптовая торговля природным (горючим) газом
67. 46.71.3 Оптовая торговля каменным углем
68. 46.71.4 Оптовая торговля лигнитом (бурым углем)
69. 46.71.5 Оптовая торговля авиационным бензином и керосином
70. 46.71.6 Оптовая торговля автомобильным бензином
71. 46.71.7 Оптовая торговля дизельным топливом
72. 46.71.8 Оптовая торговля мазутом топочным
73. 46.71.9 Оптовая торговля прочим топливом
74. 46.72.1 Оптовая торговля рудами черных и цветных металлов
75. 46.72.2 Оптовая торговля чугуном, сталью и их литьем
76. 46.72.3 Оптовая торговля редкими, редкоземельными и цветными металлами и их литьем
77. 46.72.4 Оптовая торговля драгоценными металлами
78. 46.73.1 Оптовая торговля листовым стеклом
79. 46.73.2 Оптовая торговля цементом, песком и гравием
80. 46.73.3 Оптовая торговля изделиями из бетона, цемента, гипса и аналогичных материалов
81. 46.73.4 Оптовая торговля лакокрасочной продукцией, обоями и напольными покрытиями
82. 46.73.5 Оптовая торговля древесиной и продукцией обработки древесины
83. 46.73.6 Оптовая торговля строительными металлическими конструкциями
84. 46.73.7 Оптовая торговля санитарно-техническим оборудованием
85. 46.73.8 Оптовая торговля стеновыми блоками
86. 46.74.0 Оптовая торговля скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и инвентарем
87. 46.75.1 Оптовая торговля химическими веществами и химическими продуктами
88. 46.75.2 Оптовая торговля резинотехническими изделиями
89. 46.75.3 Оптовая торговля минеральными удобрениями
90. 46.75.4 Оптовая торговля пестицидами и прочими агрохимическими продуктами
91. 46.76.1 Оптовая торговля пластмассами в первичных формах и синтетическим каучуком
92. 46.76.2 Оптовая торговля прочими промежуточными продуктами
93. 46.76.3 Оптовая торговля драгоценными камнями
94. 46.77.1 Оптовая торговля ломом и отходами черных и цветных металлов
95. 46.77.2 Оптовая торговля ломом драгоценных металлов и драгоценных камней
96. 46.77.9 Оптовая торговля прочими неметаллическими отходами и неметаллическим ломом
97. 46.90.1 Оптовая торговля полудрагоценными камнями
98. 46.90.2 Оптовая торговля мореным дубом
99. 46.90.3 Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации в торговых объектах с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше), включая оптово-продовольственные распределительные центры
100. 46.90.4 Оптовая торговля оборудованием и материалами, бывшими в употреблении
101. 46.90.8 Специализированная оптовая торговля товарами, не включенными в другие группировки
102. 46.90.9 Оптовая торговля широким ассортиментом товаров без какой-либо конкретизации
103. 47.11.1 Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
104. 47.11.2 Розничная торговля преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями, в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
105. 47.19.1 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
106. 47.19.2 Прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
107. 47.21.1 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
108. 47.21.2 Розничная торговля фруктами и овощами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
109. 47.22.1 Розничная торговля домашней птицей, дичью и изделиями из них в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
110. 47.22.2 Розничная торговля домашней птицей, дичью и изделиями из них в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
111. 47.22.3 Прочая розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
112. 47.22.4 Прочая розничная торговля мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
113. 47.23.1 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
114. 47.23.2 Розничная торговля рыбой, ракообразными и моллюсками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
115. 47.24.1 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
116. 47.24.2 Розничная торговля хлебобулочными, мучными и сахаристыми кондитерскими изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
117. 47.25.1 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
118. 47.25.2 Розничная торговля напитками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
119. 47.26.1 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
120. 47.26.2 Розничная торговля табачными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
121. 47.29.1 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
122. 47.29.2 Прочая розничная торговля продуктами питания в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
123. 47.30.1 Розничная торговля моторным топливом в специализированных магазинах, за исключением находящихся на придорожной полосе
124. 47.30.2 Розничная торговля смазочными материалами в специализированных магазинах
125. 47.30.3 Розничная торговля моторным топливом в специализированных магазинах, находящихся на придорожной полосе
126. 47.41.1 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
127. 47.41.2 Розничная торговля компьютерами, периферийным оборудованием и программным обеспечением в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
128. 47.42.1 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
129. 47.42.2 Розничная торговля телекоммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
130. 47.43.1 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
131. 47.43.2 Розничная торговля аудио- и видеоаппаратурой в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
132. 47.51.1 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
133. 47.51.2 Розничная торговля текстильными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
134. 47.52.1 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
135. 47.52.2 Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
136. 47.53.1 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
137. 47.53.2 Розничная торговля коврами, ковровыми изделиями, настенными и напольными покрытиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
138. 47.54.1 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
139. 47.54.2 Розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
140. 47.59.1 Розничная торговля мебелью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
141. 47.59.2 Розничная торговля музыкальными инструментами и партитурами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
142. 47.59.3 Розничная торговля мебелью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
143. 47.59.4 Розничная торговля музыкальными инструментами и партитурами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
144. 47.59.5 Розничная торговля осветительными приборами и бытовыми товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
145. 47.59.9 Розничная торговля осветительными приборами и бытовыми товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
146. 47.61.1 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
147. 47.61.2 Розничная торговля книгами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
148. 47.62.1 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
149. 47.62.2 Розничная торговля газетами, журналами и канцелярскими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
150. 47.63.1 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
151. 47.63.2 Розничная торговля аудио и видеозаписями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
152. 47.64.1 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
153. 47.64.2 Розничная торговля спортивным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
154. 47.65.1 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
155. 47.65.2 Розничная торговля играми и игрушками в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
156. 47.71.1 Розничная торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
157. 47.71.2 Розничная торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
158. 47.71.3 Розничная торговля трикотажными и чулочно-носочными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
159. 47.71.4 Розничная торговля одеждой, кроме трикотажных и чулочно-носочных изделий, в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
160. 47.72.1 Розничная торговля обувью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
161. 47.72.2 Розничная торговля кожаными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
162. 47.72.3 Розничная торговля обувью в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
163. 47.72.4 Розничная торговля кожаными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
164. 47.73.1 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
165. 47.73.2 Розничная торговля фармацевтическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
166. 47.74.1 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
167. 47.74.2 Розничная торговля медицинскими и ортопедическими товарами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
168. 47.75.1 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
169. 47.75.2 Розничная торговля косметическими товарами и туалетными принадлежностями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
170. 47.76.1 Розничная торговля цветами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
171. 47.76.2 Розничная торговля семенами и удобрениями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
172. 47.76.3 Розничная торговля домашними животными и кормами для домашних животных в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
173. 47.76.4 Розничная торговля цветами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
174. 47.76.5 Розничная торговля семенами и удобрениями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
175. 47.76.6 Розничная торговля домашними животными и кормами для домашних животных в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
176. 47.77.1 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
177. 47.77.2 Розничная торговля часами и ювелирными изделиями в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
178. 47.78.1 Розничная торговля фотографическим, оптическим и точным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
179. 47.78.2 Розничная торговля велосипедами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
180. 47.78.3 Розничная торговля фотографическим, оптическим и точным оборудованием в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
181. 47.78.4 Розничная торговля велосипедами в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
182. 47.78.5 Прочая розничная торговля в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
183. 47.78.9 Прочая розничная торговля в специализированных магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
184. 47.79.1 Розничная торговля подержанными товарами в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью менее 2000 кв.м
185. 47.79.2 Розничная торговля подержанными товарами в магазинах, являющихся торговыми объектами, с торговой площадью более 2000 кв.м (2000 кв.м и выше)
186. 47.81.1 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями в торговых палатках, ларьках и киосках
187. 47.81.2 Розничная торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями на рынках
188. 47.82.1 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями в торговых палатках, ларьках и киосках
189. 47.82.2 Розничная торговля одеждой, обувью и текстильными изделиями на рынках
190. 47.89.1 Розничная торговля прочими товарами в торговых палатках, ларьках и киосках
191. 47.89.2 Розничная торговля прочими товарами на рынках
192. 47.91.0 Розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет
193. 47.99.1 Развозная и разносная розничная торговля
194. 47.99.2 Розничная торговля через сетевой маркетинг
195. 47.99.9 Прочая розничная торговля вне магазинов



1. В каком состоянии электронные драйверы экономики Казахстана?// https://bnews.kz [↑](#footnote-ref-1)
2. Лысенко Ю. В., Таипова Э. Х., Лысенко М. В. Экономика предприятия торговли и общественного питания. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – С-Пб: Питер, 2013. – 416с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Кошкина С. Н., Минаева Р. Г. Регулирование занятости и трудовой мобильности на предприятиях торговли // СТЭЖ. 2008. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-zanyatosti-i-trudovoy-mobilnosti-na-predpriyatiyah-torgovli (дата обращения: 25.08.2019). [↑](#footnote-ref-3)
4. На модернизацию пяти рынков Алматы выделят 1 млрд тенге //https://inbusiness.kz/ru/news/na-modernizaciyu-pyati-rynkov-almaty-vydelyat-1-mlrd-tenge [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://kursiv.kz/news/tendencii-i-issledovaniya/2018-03/riteyl-zhiv-obzor-roznichnoy-torgovli-v-kazakhstane> [↑](#footnote-ref-5)
6. https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/retail-distribution-industry-outlook.html# [↑](#footnote-ref-6)
7. https://www.sostav.ru/publication/shest-trendov-razvitiya-roznichnoj-torgovli-v-rossii-35312.html [↑](#footnote-ref-7)
8. https://vc.ru/trade/54436-glavnye-trendy-roznichnoy-torgovli-2019-goda [↑](#footnote-ref-8)
9. «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам развития бизнес-среды и регулирования торговой деятельности» // [https://vitaminka.kz](https://vitaminka.kz/) [↑](#footnote-ref-9)
10. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\_data/file/304238/nos-quality-criteria-2011.pdf [↑](#footnote-ref-10)
11. https://rasci.in/National-Occupational-Standards.php [↑](#footnote-ref-11)
12. https://www.ukstandards.org.uk/Pages/Home.aspx [↑](#footnote-ref-12)
13. https://www.professionalacademy.com/retail-apprenticeships [↑](#footnote-ref-13)
14. http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD.pl?Function=getVD&TVD=122372&CVD=122373&CPV=6&CST=01012011&CLV=1&MLV=4 [↑](#footnote-ref-14)
15. https://nsdcindia.org/nos-listing/32 [↑](#footnote-ref-15)