

## ОБЛАСТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для членов информационно-пропагандистских групп  
(декабрь 2020г.)

*Дополнительная тема*

### **Актуальные вопросы реализации постановления Совета Министров Республики Беларусь от 19 октября 2022 г. №713 «О системе регулирования цен»**

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 октября 2022 г. №713 «О системе регулирования цен» консолидировало ранее действовавшие механизмы ценового регулирования и добавило отдельные механизмы, которые прежде не применялись.

По сути, **создана система ценообразования**, позволяющая не допустить «перекосов» в формировании цены для конечного покупателя.

Это **не механизм фиксации («заморозки») цены**, а именно система, ограничивающая доходность на всех этапах, начиная от производства и заканчивая магазином.

При этом нужно четко понимать, что: рентабельность производителя (*% стоимости, добавляемый к себестоимости производства товара*) – это механизм развития производства; надбавка импортера – механизм покрытия затрат по импорту (*заработная плата, транспортные расходы, обеспечение работы*), а не прибыль, а розничная (оптовая) торговая надбавка – механизм покрытия затрат по реализации товара (*обеспечение работы торговых объектов, заработная плата, электроэнергия и другое*).

Регулируются цены **только на потребительские товары – товары для населения.**

**Справочно:** В соответствии с п.23 постановления из ценового регулирования исключены товары в магазинах *Duty Free*, а также используемые в процессе производства (за исключением отдельных видов сельхозсырья), продукция общепита, военная продукция и бывшие в употреблении товары.

В соответствии с п.7 Министерством сельского хозяйства и продовольствия и МАРТ регулируется **сельскохозяйственная продукция:** молоко-сырье, свинина, крупный рогатый скот, розжь (продовольственная), пшеница (продовольственная), сахарная свекла, сахар, мука, масло сливочное, яйцо куриное **для переработки.**

**В общей цепочке регулирования ситуация выглядит следующим образом:**

**Торговля** – использует при формировании цены **оптовые, торговые надбавки** (без учета оптовой) в размере, установленным постановлением (пункты 1 и 1б).

**Ограничена доходность.** Размер торговой надбавки не равняется уровню дохода, так как не вся масса товара реализуется. Применяются скидки, уценка, на различные товары из товарной группы. Используются различные размеры надбавок в максимальных предельных значениях (например, на один артикул чашек – 10%, на другой – максимальная 30%, фактическая надбавка по чашкам будет рассчитана только по факту реализации с учетом среднего взвешенного показателя).

**Розничная цена** (ее размер) **зависит от: отпускной цены** производителя (импортера, поставщика) и **размера применяемой торговой надбавки.**

В связи с этим в разных торговых организациях – разная розничная цена. Кто-то применяет меньший размер торговой надбавки на одни группы или наименования товаров и компенсирует доходность другими товарами, кто-то за счет более низкой надбавки имеет большую оборачиваемость. Это разные модели торговой политики, которые для разных форматов объектов, их размещения, групп товаров имеет различную эффективность и применяемость.

Как правило, торговая надбавка используется на одном уровне на один и тот же товар на постоянной основе (к примеру, на колбасу вареную 12% не зависимо от поставщика и даты поставки).

Главное влияние на розничную цену оказывает цена поставки товара.

**Производители** – согласовывают **повышение отпускных цен на потребительские товары** (установление отпускных цен на товары) (пункт 2).

**Справочно:** Ранее перечень был ограничен чуть менее 30 наименованиями товаров, главным образом продовольственных.

Применялся **норматив рентабельности (10%)**, но при этом рост затрат приводил к увеличению цены даже при сохранении уровня рентабельности.

Затем был установлен предел увеличения цены. Производители пытались «обходить» ограничение новыми наименованиями товаров (новые фасовки, птица Халяль, жирность масла и т.д.), в связи с чем был введен запрет на новые виды без согласования с комиссией при Совете Министров.

**На местном уровне с облисполкомами** (либо с созданными ими комиссиями с участием представителей профсоюзных организаций) **согласование отпускных цен** проходят юридические лица и индивидуальные предприниматели (за исключением тех, кто

зарегистрирован на республиканском уровне, не входит в холдинги, Управление делами Президента, Белкоопсоюз).

**Главный принцип – по месту государственной регистрации.**

**Алгоритм согласования**, которое сейчас является административной процедурой (пункт 8.8<sup>1</sup> единого перечня административных процедур) следующий:

1. Предприятие обращается в облисполком с пакетом документов.

2. Материалы рассматриваются структурным подразделением по отраслевому направлению деятельности для дачи заключения по целесообразности согласования.

3. Вопрос вносится на решение комиссии, которая принимает итоговое решение о возможности согласования (отказа) в повышении цены или установлении цены на новый товар.

Срок рассмотрения до 10 рабочих дней, на товары со сроком хранения до 30 дней – 5 рабочих дней.

4. Ответ направляется производителю.

5. В течение двух дней информируется МАРТ о принятом решении.

У МАРТа появилось право **вносить предписание о признании утратившим силу решения о повышении и установлении цены, если не выполняется установленный параметр по индексу потребительских цен.**

***Справочно:** Основаниями для отказа в согласовании отпускных цен на потребительские товары в соответствии с частью первой настоящего пункта являются:*

***непредставление** заявителем **документов** и (или) **сведений**, предусмотренных в соответствии с законодательством об административных процедурах;*

*наличие **неполных** или **недостовверных данных** в документах и (или) сведениях, представленных заявителем для получения согласования;*

***недостаточное экономическое обоснование** предлагаемой отпускной цены на потребительский товар.*

Пунктом 3 предусмотрены случаи, когда производителям **согласование цен не требуется:**

**3.1. истечения сроков** проведения мероприятий, направленных на продвижение потребительских товаров (**акции, скидки и другое**), определенных в договорах либо положениях о проведении мероприятий, при условии установления отпускных цен на уровне, действовавшем до проведения указанных мероприятий;

**3.2. поставки** потребительских товаров по договорам с **новыми покупателями** или изменения условий поставки потребительских товаров **при установлении цен не выше цен, применяемых на дату вступления в силу настоящего постановления**, в соответствии с **прейскурантом** (иным аналогичным документом) и положением о скидках;

**3.3. повышения декларируемых, фиксированных, предельных цен (тарифов), регулируемых государственными органами (организациями), на материальные ресурсы (сырье, материалы, комплектующие и другое) и (или) услуги, фактически использованные при производстве потребительских товаров, а также ставок налогов и иных обязательных платежей, включаемых в себестоимость продукции, пропорционально их увеличению в соответствии с удельным весом данных расходов в себестоимости продукции;**

**3.4. установления отпускных цен на новые потребительские товары\*** при условии применения **норматива рентабельности**, используемого для определения суммы прибыли, подлежащей включению в отпускные цены на такие товары, в размере **не более 10 процентов**.

**Справочно:** \*Для целей настоящего пункта под **новыми потребительскими товарами понимаются:**

*новая продукция (впервые произведенная продукция) – продукция, впервые произведенная изготовителем и (или) не имеющая аналогов на территории Республики Беларусь;*

*новый вид продукции – продукция, уже производимая, но получившая новое обозначение или определение (наименование) в связи со значительной степенью усовершенствования или модификацией ее свойств, параметров, признаков или характеристик, а также измененной областью применения, новым или в значительной степени отличающимся (не менее чем на 30 процентов по сравнению с ранее выпускавшейся продукцией) составом применяемых материалов или компонентов, которая подвергалась значительной степени технологических изменений и (или) изменению классификационного кода единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза на уровне любого из первых четырех знаков, произошедшее в результате переработки (обработки).*

**Импортёры.** Цены на потребительские товары формируются импортёрами, исходя из **контрактных цен, таможенных платежей, транспортных расходов, иных расходов**, связанных с выполнением установленных законодательством требований при импорте товаров, расходов по обязательному страхованию с применением **предельной максимальной надбавки импортёра (пункт 5)**.

**Государственный таможенный комитет организывает мониторинг стоимости ввозимых потребительских товаров** и на его основании представляет в МАРТ еженедельно (*не позднее вторника, следующего за отчетной неделей*) диапазон стоимости ввозимых потребительских товаров

Цена на импортный товар будет зависеть от цены поставки и курса валюты. Постановлением регулируется размер надбавки импортёра и возложена обязанность обосновывать цену для исключения выбора поставок через «лишние звенья», которые приведут к удорожанию.