

СОБЛЮДЕНИЕ НОРМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО ЦЕНООБРАЗОВАНИЮ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ

В нашей республике многие организации-производители имеют фирменные магазины, которые также должны соблюдать все нормы законодательных документов по ценообразованию. Такие нормы будут рассмотрены в данной статье.

Нормы законодательства, регулирующие развитие фирменной торговли

Необходимость развития и совершенствования фирменной торговли в Республике Беларусь, в целях насыщения рынка республики товарами народного потребления, улучшения торгового обслуживания населения, расширения рынков сбыта белорусских товаров, в т.ч. за пределами республики, организации сервисного обслуживания технически сложных товаров отечественного производства, оказания комплекса других торговых услуг, активизации рекламной деятельности предусмотрена Указом Президента РБ от 20.03.1996 № 113 "О развитии фирменной торговли", с учетом последних изменений от 26.07.2004 № 355 (далее – Указ № 113).

В соответствии с подп. 2.1 п. 2 Указа № 113 основными задачами фирменной торговли являются:

- обеспечение высокого уровня торгового обслуживания населения, реализация в широком ассортименте продукции, в т.ч. комплектующих изделий, произведенной учредителями фирменных торговых предприятий, а также сопутствующих товаров, внедрение прогрессивных форм и методов организации торговли;
- изучение покупательского спроса, подготовка предложений отечественным товаропроизводителям по обновлению ассортимента выпускаемых ими товаров, улучшению качества и повышению их конкурентоспособности;
- организация предпродажной подготовки товаров, доставки их покупателям, сборки и установки, гарантийного и послегарантийного

обслуживания, оказание других услуг, связанных с торговым обслуживанием населения.

Особое внимание в развитии и совершенствовании фирменной торговли в Республике Беларусь отводится созданию сети образцовых фирменных торговых предприятий (магазинов, торговых центров, домов торговли (далее – фирменный магазин)), оказывающих весь комплекс современных торговых услуг. В свою очередь типовое положение о фирменном магазине предприятия (объединения) утверждено приказом Минторга РБ от 27.10.1998 № 138, с учетом последних изменений от 14.11.2008 № 171 (далее – Положение № 138), в соответствии с нормами п. 2 которого фирменным магазином считается розничное торговое предприятие:

- учредителем (учредителями) которого является субъект (субъекты) хозяйствования, производящий товары народного потребления;
- имеющее в ассортименте и объеме реализации удельный вес продукции учредителя фирменного магазина, а также других предприятий, вырабатывающих аналогичный ассортимент товаров, не менее 75 % – для непродовольственных магазинов и не менее 50 % – для продовольственных;
- осуществляющее продажу сопутствующих и комплектующих изделий к реализуемым товарам;
- расположенное в специально оборудованном помещении, отвечающем требованиям санитарных норм и правил для розничной торговли, с площадью торгового зала не менее 100 м². В исключительных случаях исполкомы вправе исходя из ассортимента реализуемых товаров принимать решение о присвоении статуса "фирменный" магазину, площадь торгового зала которого менее 100 м².

Создание и функционирование фирменного магазина, как правило, осуществляется

в качестве юридического лица, с ведением отдельного от иных видов деятельности его учредителей учета финансово-хозяйственных операций, связанных с его деятельностью. Товарная специализация фирменного магазина определяется его учредителями и согласовывается с исполнительным комитетом по месту нахождения магазина.

Фирменный магазин в своей деятельности руководствуется законодательством Республики Беларусь, уставом (положением) магазина, Правилами осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания, утвержденными постановлением Совета Министров РБ от 07.04.2004 № 384, с учетом последних изменений от 30.08.2010 № 1257, нормативными актами Минторга РБ, исполнительных и распорядительных органов по вопросам государственного регулирования торговли, Положением № 138, а расположенный за пределами республики – также законодательством государства по месту нахождения магазина. При этом фирменный магазин не имеет права осуществлять оптовую торговлю, за исключением мелкооптовых операций по продаже продукции его учредителей для использования (потребления) на территории РБ.

Магазинам, отвечающим всем требованиям, указанным в Положении № 138, присваивается статус "фирменный магазин" решениями исполкомов. Фирменный магазин вправе пользоваться фирменным наименованием при заключении договоров (контрактов), указывать его на вывесках, бланках, счетах, на упаковке, в рекламных текстах. Фирменный магазин имеет зарегистрированный в установленном порядке знак торгового обслуживания и фирменную одежду для персонала. Фирменный магазин может быть открыт предприятием-изготовителем как по месту нахождения учредителя, так и в других регионах республики, а также за ее пределами. Магазины предприятий, производящих товары народного потребления, не получившие статус "фирменного", считаются ведомственной торговой сетью министерств, концернов, предприятий.

Особенности ценообразования при осуществлении фирменной торговли

В соответствии с нормами национального законодательства розничные цены на товары, реализуемые субъектами предпринимательской деятельности, осуществляющими розничную торговлю через фирменные магазины, опреде-

ляются самостоятельно путем суммирования отпускных (закупочных) цен и торговой надбавки, взимаемой к отпускной (закупочной) цене, в размере, определяемом с учетом конъюнктуры рынка, за исключением социально значимых товаров, в отношении которых осуществляется государственное регулирование цен.

Перечень товаров, цены на которые регулируются Минэкономики РБ, облисполкомами и Мингорисполкомом, определен постановлением Совета Министров РБ от 14.04.2011 № 495 "Об утверждении перечней товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются Министерством экономики, Министерством здравоохранения, облисполкомами и Минским горисполкомом, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь" (далее – постановление № 495), в рамках предоставленных им полномочий по регулированию цен на социально значимые товары (п. 2 Указа Президента РБ от 25.02.2011 № 72 "О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь" (далее – Указ № 72)).

В свою очередь формирование розничных цен на социально значимые товары, включенные в перечень, определяемый постановлением № 495, осуществляется с применением предельных торговых надбавок к ценам. Предельная торговая надбавка – ограничение к регулируемой цене, устанавливаемое государственными органами, осуществляющими регулирование ценообразования в сфере обращения (ст. 3 Закона РБ от 10.05.1999 № 255-3 "О ценообразовании", с учетом последних изменений от 31.12.2009 № 114-3 (далее – Закон № 255-3)).

В настоящее время предельные максимальные торговые надбавки (с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам организаций-производителей или ценам, сформированным юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, закупившими товар за пределами республики, на социально значимые товары, цены на которые могут регулироваться Минэкономики РБ, устанавливаются Минэкономики РБ и применяются в размерах (в процентах), указанных в приложении к постановлению Минэкономики РБ от 27.04.2011 № 66 "О торговых надбавках к ценам на социально значимые товары и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь".

Предельные максимальные торговые надбавки (с учетом оптовой надбавки) на социально значимые товары, цены на которые могут

регулироваться Минэкономки РБ в течение срока не более 90 дней, к отпускным ценам организаций-изготовителей или ценам, сформированным юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, закупившими товары за пределами республики, устанавливаются Минэкономки РБ и применяются в размерах, указанных в приложении к постановлению от 02.09.2011 № 144 (далее – постановление № 144). При этом следует отметить, что постановление № 144 также носит временный характер и действует в течение 90 дней.

В состав социально значимых товаров, цены на которые регулируются облисполкомами и Мингорисполкомом, включены: свежие картофель и плодоовощная продукция, твердое топливо, топливные брикеты и дрова для населения и товары для детей. В свою очередь предельные торговые надбавки (с учетом оптовой надбавки) на указанные социально значимые товары, цены на которые регулируются облисполкомами и Мингорисполкомом, применяются в размерах (в процентах) к отпускным ценам организаций-изготовителей или ценам, сформированным юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, закупившими товар за пределами республики, утвержденных решениями соответствующих местных органов управления:

– Мингорисполкома от 16.06.2011 № 1745 "О регулировании цен на социально значимые товары";

– Минского облисполкома от 06.05.2011 № 582 "Об установлении предельных нормативов рентабельности и предельных торговых надбавок";

– Брестского облисполкома от 12.05.2011 № 450 "О регулировании цен на социально значимые товары", с учетом последних изменений от 09.06.2011 № 578;

– Витебского облисполкома от 06.05.2011 № 285 "О порядке регулирования цен (тарифов) на товары (работы, услуги)", с учетом последних изменений от 02.09.2011 № 580;

– Гомельского облисполкома от 30.05.2011 № 627 "О регулировании цен (тарифов) на товары (работы, услуги) и признании утратившими силу некоторых решений Гомельского областного исполнительного комитета";

– Решение Гродненского облисполкома от 30.06.2011 № 479 "О регулировании цен (тарифов) на товары (работы, услуги)";

– Могилевского облисполкома от 14.06.2011 № 9-39 "О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) на территории Могилевской области".

Примеры формирования розничных цен на товары фирменными магазинами

Пример 1.

Рыбный фирменный магазин "А", учредителями которого являются субъекты хозяйствования, осуществляющие обработку рыбы пищевой (копчение, вяление, сушение, другие виды обработки), осуществляет реализацию населению рыбы и морепродуктов пищевых, произведенных учредителями, в т.ч. приобретенных у других поставщиков (организаций-изготовителей и импортеров).

Последовательность формирования розничных цен на рыбу и морепродукты пищевые отечественного и иностранного производства, применяемых фирменным магазином "А" при их продаже населению, приведена в таблице.

№ п/п	Показатель	Значение (расчет), руб./кг		
		рыба скумбрия		морская капуста
		холодного копчения	свежемороженая	
1	Отпускная цена на товар за принятую единицу измерения, сформированная учредителем (поставщиком), без НДС (согласно графе 11 ТТН-1)	21 130	17 560	7530
2	Торговая надбавка, взимаемая фирменным магазином "А" при осуществлении розничной торговли товаром	8452 ((21 130 / 100) × 40 %)	4039 ((17 560 / 100) × 23 %)	3012 ((7530 / 100) × 40 %)
3	Розничная цена на товар за принятую единицу измерения, сформированная фирменным магазином "А", без НДС	29 582 (21 130 + 8452)	21 599 (17 560 + 4039)	10 542 (7530 + 3012)
4	Сумма НДС, учитываемая фирменным магазином "А" при установлении розничной цены на товар	2958 ((29 582 / 100) × 10)	2160 ((21 599 / 100) × 10)	1054 ((10 542 / 100) × 10)
5	Розничная цена на товар за принятую единицу измерения, применяемая фирменным магазином "А" при его продаже населению	32 540 (29 582 + 2958)	23 759 (21 599 + 2160)	11 596 (10 542 + 1054)
6	Розничная цена на товар за принятую единицу измерения, применяемая фирменным магазином "А" при его продаже населению (с учетом округлений)	32 540	23 760	11 600

Порядок формирования розничных цен на рыбу и морепродукты пищевые, применяемых фирменным магазином "А" при их продаже населению, следующий.

Рыба свежемороженая скумбрия включена в перечень социально значимых товаров (работ, услуг), указанных в приложении к постановлению № 495 (позиция 2 "Рыба свежемороженая (кроме деликатесных)", на которые Минэкономики РБ может вводиться временное регулирование цен на срок не более 90 дней. В свою очередь предельная торговая надбавка на рыбу свежемороженую скумбрия установлена в размере 23 % (позиция 7 "Рыба свежая (семейство карповых); рыба свежемороженая в тушках, с головой и без, потрошенная и непотрошенная (семейства карповых, тресковых, сельдевых, скумбриевых, аргентиновых); рыба соленая (семейство сельдевых)" приложения к постановлению № 144). Рыба скумбрия холодного копчения и морская капуста не включены в перечень социально значимых товаров (работ, услуг), указанных в приложениях к постановлению № 495. В связи с этим размер торговой надбавки, применяемой при формировании розничных цен на указанные рыбу и морепродукты, определяется фирменным магазином "А" самостоятельно (условно 40 %), с учетом сложившейся конъюнктуры рынка.

Рыба свежемороженая скумбрия и морская капуста включены в перечень продовольственных товаров, определенных Указом № 287, по которым применяется ставка НДС в размере 10 % при их ввозе на таможенную территорию РБ и (или) при реализации на территории РБ (коды товара по ЕТН ВЭД ТС – 0303 74 "Рыба мороженая – скумбрия и 1212 20 000 9 "Морская капуста прочая"). При реализации перерабатываемой на территории РБ рыбы скумбрия холодного копчения ставка НДС применяется в размере 10 %, код товара по ЕТН ВЭД ТС – 0305 49 300 0.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь государственное регулирование розничных цен на товары, реализуемые из розничной торговли, в т.ч. фирменными магазинами, осуществляется и в форме установления фиксированных розничных цен. Фиксированная цена (тариф) – регулируемая цена (тариф), устанавливаемая субъектом ценообразования в твердо выраженной денежной величине (ст. 3 Закона № 255-3). В настоящее время фиксированные розничные цены установлены на сахар-песок белый без добавок и табачные изделия, государственное регулирование которых производится Минэкономики РБ, в рамках предоставленных ему полномочий по регулированию цен на товары по перечню, определяемому в приложении 1 к Указу № 72.

Пример 2.

Фирменный магазин "А", учредителем которого является общество с ограниченной ответственностью "Табак-Инвест", осуществляет реализацию населению табачных изделий, произведенных учредителем, в т.ч. приобретенных у других поставщиков (организаций-изготовителей и импортеров), на условиях предоставления торговых скидок с фиксированных розничных цен.

В этом случае реализация табачных изделий, произведенных учредителем, в т.ч. приобретенных у других поставщиков (организаций-изготовителей и импортеров), на условиях предоставления торговых скидок с фиксированных розничных цен производится фирменным магазином "А" по фиксированным розничным ценам с учетом НДС в рублях за единицу измерения, предусмотренным в главе 3 прейскуранта, утвержденного постановлением Минэкономики РБ от 29.03.2010 № 61, с учетом последних изменений от 19.09.2011 № 152, без взимания торговой надбавки. При этом торговые скидки с установленных фиксированных розничных цен остаются в распоряжении фирменного магазина "А" и являются источником покрытия расходов, связанных с реализацией сигарет населению и получением прибыли от их реализации.

Реализация фирменными магазинами товаров, приобретенных у торговых организаций, осуществляющих оптовую торговлю (далее – оптовые организации), которые закупили эти товары у поставщиков (организаций-изготовителей или импортеров) на условиях предоставления оптовой скидки, осуществляется с применением торговой надбавки, взимаемой к отпускным ценам, утвержденным поставщиками и помещенным в прейскурант. При этом оптовая продажа этих товаров осуществляется оптовыми организациями без взимания оптовой надбавки.

В заключение следует также отметить, что фирменные магазины имеют право предоставлять покупателям скидки со сформированных розничных цен (за исключением товаров, на которые установлены фиксированные розничные цены). В этом случае указанные магазины самостоятельно разрабатывают и утверждают порядок предоставления скидок, в котором предусматриваются условия их предоставления и конкретные размеры.

Галина Кевра, канд. экон. наук, доцент