

Фирменная торговля: нормативное регулирование и ценообразование

Александр ЕВЛАШ,
экономист

Переход к рыночным отношениям требует большой экономической самостоятельности предприятий, возможностей проведения ими различных производственных, сбытовых и финансовых маневров для оперативного реагирования на изменения общественных и индивидуальных потребностей различных слоев населения. Для эффективной работы промышленности большое значение имеет создание сети фирменных магазинов. Организация работы фирменной торговли и пути ее совершенствования в условиях рыночных отношений получают существенное развитие.

Нормативное регулирование фирменной торговли

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, оказанию комплекса других торговых услуг, активизации рекламной деятельности Указом Президента Республики Беларусь от 20 марта 1996 г. № 113 «О развитии фирменной торговли» (далее – Указ № 113) предусмотрена необходимость развития и совершенствования фирменной торговли в Республике Беларусь.

Пунктом 2.1 Указа № 113 установлены основные задачи фирменной торговли, которыми 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 уста-

новки, 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 Министерства торговли Республики Беларусь от 27 октября 1998 г. № 138 (далее – Типовое положение № 138), в соответствии с нормами п. 2 которого **фирменным магазином** считается розничное торговое предприятие:

- учредителем (учредителями) которого является субъект (субъекты) хозяйствования, производящий(ие) 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 (СНиП) для розничной торговли, с площадью торгового зала не менее 100 кв.м.

ценообразование

В исключительных случаях исполнительные комитеты в вправе исходя из ассортимента реализуемых товаров принимать решение о присвоении статуса «фирменный» магазину, площадь торгового зала которого менее 100 кв.м.

- отвечающее требованиям Типового положения № 138.

Создание и функционирование фирменного магазина, как правило, осуществляется в качестве юридического лица, с ведением раздельного от иных видов деятельности его учредителей учета финансово-хозяйственных операций, связанных с деятельностью фирменного магазина. Товарная специализация фирменного магазина определяется его учредителем и согласовывается с исполнительным комитетом 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 Республики Беларусь.

Магазинам, отвечающим всем требованиям, указанным в Типовом положении № 138, решениями исполнительных комитетов местных советов присваивается статус «фирменный магазин». 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, созданные предприятиями, производящими товары народного потребления, не получившие статус «фирменного», считаются ведомственной торговой сетью министерств, концернов, предприятий.

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 Республики Беларусь от 7 апреля 2004 г. № 384, нормативными актами Министерства торговли Республики Беларусь, исполнительных и распорядительных органов по вопросам государственного регулирования торговли, Типовым положением № 138, а расположенный за пределами республики – также законодательством государства по месту нахождения магазина.

Ценообразование при осуществлении фирменной торговли

Юридическое лицо имеет право самостоятельно или по согласованию с покупателем установить цену на товар, если в отношении его в соответствии с законодательством о ценообразовании не применяется государственное ценовое регулирование (ст. 12 Закона Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 «О ценообразовании», далее – Закон № 255-3).

В соответствии с нормами национального законодательства розничные цены на товары, реализуемые субъектами предпринимательской деятельности, осуществляющими розничную торговлю через фирменные магазины, как правило, определяются 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 такого рода, в отношении которых осуществляется государственное регулирование цен.

Формирование розничных цен на социально значимые товары, включенные в Перечень социально значимых товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются Министерством экономики и перечень социально значимых товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются облисполкомами и Минским горисполкомом, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 14 апреля 2011 г. № 495 (далее – постановление № 495), осуществляется с применением предельных торговых надбавок к ценам.

Торговые надбавки

Предельная торговая надбавка – ограничение к регулируемой цене, устанавливаемое государственными органами, осуществляющими регулирование ценообразования в сфере обращения (ст. 3 Закона № 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 регулируются Министерством экономики Республики Беларусь, устанавливаются в процентах и применяются в размерах, указанных в приложении к постановлению Министерства эко-

номики Республики Беларусь от 27 апреля 2011 г. № 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 регулируются Министерством экономики Республики Беларусь на срок не более 90 дней, к отпускным ценам организаций-изготовителей или ценам, сформированным юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, закупившими товары за пределами республики, устанавливаются Министерством экономики Республики Беларусь и применяются в размерах, указанных в постановлении от 2 сентября 2011 г. № 144 «О торговых надбавках на социально значимые товары, цены на которые могут регулироваться Министерством экономики Республики Беларусь в течение срока не более 90 дней». При этом следует отметить, что такие постановления также носят временный характер и действуют в течение 90 дней.

Социально значимые товары

В перечень социально значимых товаров, цены на которые регулируются областными исполнительными комитетами местных советов и Минским городским исполнительным комитетом, включены:

свежие картофель и плодоовощная продукция, твердое топливо, топливные брикеты и дрова для населения, товары для детей и др. Решениями областных исполнительных комитетов и Минского городского исполнительного комитета установлены предельные нормативы рентабельности и предельные торговые надбавки (см. табл. 1).

Учитывая приведенные нормы законодательства, рассмотрим порядок формирования розничных цен на товары, в т.ч. социально значимые, реализуемые через фирменные магазины, на условном примере.

ПРИМЕР

Фирменный магазин, учредителями которого являются субъекты хозяйствования, осуществляющие производство и обработку мяса птицы (копчение, вяление, другие виды обработки), реализует населению мясо птицы всех категорий, видов разделки и обработки (свежее, охлажденное, мороженое и др.): кур, цыплят, включая бройлеров, уток, гусей, индейки, цесарки, прочей домашней птицы, произведенное учредителями, в т.ч. приобретенное у других поставщиков (организаций-изготовителей и импортеров). Последовательность формирования фирменным магазином розничных цен на мясо птицы, применяемых при продаже населению, приведена в таблице 2.

Таблица 2

Показатель	Значение (расчет), 1,0 кг	
	Крылышки цыплят-бройлеров копченые, руб.	Цыплята-бройлеры замороженные, руб.
Отпускная цена на товар за принятую единицу измерения, сформированная учредителем (поставщиком), без НДС	25 100	16 200
Торговая надбавка, взимаемая фирменным магазином при осуществлении розничной торговли товаром	8 785 (25 100 · 35%)	3 564 (16 200 · 22%)
Розничная цена на товар, сформированная фирменным магазином, без НДС	33 885 (25 100 + 8 785)	19 764 (16 200 + 3 564)
Сумма НДС, учитываемая фирменным магазином при установлении розничной цены на товар	6 777 (33 885 · 20%)	1 976 (19 764 · 10%)
Розничная цена на товар, сформированная фирменным магазином, с НДС	40 662 (33 885 + 6 777)	21 740 (19 764 + 1 976)
Розничная цена на товар за принятую единицу измерения, применяемая фирменным магазином при его продаже населению	40 650	21 750

Порядок формирования розничных цен на мясо птицы, применяемых фирменным магазином при их продаже населению, следующий:

1. Наименование товара «Цыплята-бройлеры замороженные» включено в перечень социально

значимых товаров (работ, услуг) (позиция 9 «Мясо птицы: куры, цыплята-бройлеры и полуфабрикаты из них на кости» приложения к постановлению № 495), цены на которые регулируются Министерством экономики Республики Беларусь.

Таблица 1

		Решения					
Решениями установлены	<p>Минского городского исполнительного комитета № 1745 «О регулировании цен (тарифов) на товары (работы, услуги)»</p> <p>Минского областного исполнительного комитета от 6 мая 2011 г. № 582 «Об установлении предельных нормативов рентабельности и предельных торговых надбавок»</p> <p>Брестского областного исполнительного комитета от 12 мая 2011 г. № 450 «О регулировании цен на социально значимые товары»</p> <p>Витебского областного исполнительного комитета № 285 «О порядке регулирования цен (тарифов) на товары (работы, услуги)»</p> <p>Гомельского областного исполнительного комитета от 30 мая 2011 г. № 627 «О регулировании цен на товары (работы, услуги) и признании утратившими силу некоторых решений Гомельского областного исполнительного комитета»</p> <p>Гродненского облисполкома от 30 июня 2011 г. № 479 «О регулировании цен (тарифов) на товары (работы, услуги)»</p> <p>Могилевского областного исполнительного комитета от 14 июня 2011 г. № 9-39 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) на территории Могилевской области»</p>						
Предельные нормативы рентабельности, используемые для определения суммы прибыли, подлежащей включению	<p>в регулируемые цены (тарифы) на товары (работы, услуги)</p> <p>в регулируемые цены (тарифы) на товары (работы, услуги)</p> <p>в регулируемые цены (тарифы) на социально значимые товары</p> <p>в регулируемые цены (тарифы) на товары (работы, услуги), производимые юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, в т.ч. занимающими доминирующее положение на товарных рынках Минской области</p>						
Предельные торговые надбавки	<p>максимальные (с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам организаций или ценам, формируемым на товарных рынках Минской области</p> <p>к ценам на товары, реализуемые на территории Минской области</p> <p>(с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам производителей или ценам, формируемым на товарных рынках Минской области</p> <p>(с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам производителей или ценам, формируемым на товарных рынках Минской области</p> <p>(с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам производителей или ценам, формируемым на товарных рынках Минской области</p>						

В свою очередь, предельная максимальная торговая надбавка на «Цыплята-бройлеры замороженные» установлена в размере 22% (позиция 3 «Мясо птицы, охлажденное или замороженное: куры, цыплята-бройлеры и полуфабрикаты из них на кости» приложения к постановлению № 66).

Наименование товара «Крылышки цыплят-бройлеров копченые» не включены в перечень социально значимых товаров (работ, услуг) (приложение к постановлению № 495). В связи с этим, размер торговой надбавки, применяемой при формировании розничной цены на указанный товар «Крылышки цыплят-бройлеров копченые», определяется фирменным магазином самостоятельно (условно 35%) с учетом сложившейся конъюнктуры рынка.

2. Наименование товара «Цыплята-бройлеры замороженные» включено в перечень продовольственных товаров, определенных Указом Президента Республики Беларусь от 21 июня 2007 г. № 287 «О налогообложении продовольственных товаров и товаров для детей». При его ввозе на таможенную территорию Республики Беларусь и (или) при реализации на территории Республики Беларусь (коды товара по ЕТН ВЭД ТС 0207 «Мясо и пищевые субпродукты домашней птицы, свежие, охлажденные или замороженные») применяется ставка НДС в размере 10%.

При реализации товара «Крылышки цыплят-бройлеров копченые» в розничной торговле применяется ставка НДС в размере 20% (п. 1.3 ст. 102 Налогового Кодекса Республики Беларусь, далее – НК).

С учетом конъюнктуры рынка

При установлении уровня торговых надбавок на продовольственные товары с учетом конъюнктуры рынка необходимо тщательно изучать реально складывающуюся ситуацию на потребительском рынке конкретных регионов по определенным продуктам и ассортиментным группам (динамику и структуру реализации различных продовольственных товаров, наличия складских запасов в торговле и у организаций-изготовителей или импортеров), изменение покупательского спроса на разные группы и наименования продуктов, соответствия уровня розничных цен на продукты питания различных товарных групп платежеспособности населения. Изменение размера торговых надбавок с учетом конъюнктуры рынка не должно приводить к необоснованному росту розничных цен на продовольственные товары и приросту инфляции, уменьшению товарооборота в натуральном выражении в торговых объектах, росту складских запав

сов, превышению допустимых сроков реализации продуктов питания (письмо Министерства экономики Республики Беларусь от 14 октября 2009 г. № 12-05-10/5400 «О предельных торговых надбавках на продовольственные товары»).

Округление розничных цен

Розничные цены на мясо птицы, применяемые фирменным магазином при их продаже населению, округляются за принятую единицу измерения (килограмм). При этом значения в сумме до 25 руб. отбрасываются, от 25 руб. включительно до 75 руб. округляются до 50 руб., от 75 руб. включительно и выше округляются до 100 руб. Цены на товары, реализуемые по отпускным ценам с добавлением предельных торговых надбавок, округляются после начисления этих надбавок и НДС (рекомендации Министерства торговли Республики Беларусь о порядке округления розничных цен (тарифов) см. стр. 59).

Предельные цены

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 предельных розничных цен. **Предельная цена (тариф)** – регулируемая цена (тариф), величина которой ограничена верхним и (или) нижним пределами (ст. 3 Закона № 255-3). В настоящее время установлены предельные максимальные розничные цены на сахар-песок белый без добавок и утверждена Инструкция о порядке установления и применения розничных цен на сахар-песок белый без добавок постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 25 апреля 2011 г. № 62 (далее – Инструкция № 62, постановление № 62).

Инструкции № 62 распространяет свое действие на все юридические лица и индивидуальных предпринимателей, занимающихся производством и (или) реализацией сахара-песка белого без добавок на территории Республики Беларусь (далее – поставщики) и регулирует порядок установления и применения розничных цен на сахар-песок белый без добавок весовой и расфасованный в потребительскую упаковку развесом 500 г и более (за исключением реализуемого для промышленной переработки).

Розничные цены на сахар-песок белый без добавок формируются поставщиками с учетом конъюнктуры рынка, но не выше предельных максималь-

ценообразование

ных розничных цен, установленных в приложении к постановлению № 62, и применяются при реализации сахара-песка белого без добавок населению.

Предельные минимальные цены на производимые и (или) реализуемые на территории Республики Беларусь алкогольные напитки крепостью свыше 28% (приложение 1) и спирт этиловый из пищевого сырья (приложение 2) установлены постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 31 марта 2011 г. № 49 «Об установлении предельных минимальных цен на алкогольную продукцию крепостью свыше 28% и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства экономики Республики Беларусь» (далее – постановление № 49).

Постановлением № 49 также определено, что формирование цен на эти товары производится с учетом конъюнктуры рынка, но не ниже предельных минимальных цен, предусмотренных приложениями 1 и 2 к постановлению № 49, с пересчетом цен пропорционально крепости продукции и емкости потребительской тары. При этом оптовые и торговые надбавки к отпускным ценам на алкогольные напитки крепостью свыше 28% применяются с учетом конъюнктуры рынка.

Фиксированные розничные цены

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 табачные изделия и на напитки оригинальные алкогольные, производимые и реализуемые без потребительской тары, государственное регулирование которых производится Министерством экономики Республики Беларусь, в рамках предоставленных ему полномочий по регулированию цен на товары по перечню, определяемому в приложении 1 к Указу Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2011 г. № 72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь».

Постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 28 октября 2011 г. № 177 «О ценах на табачные изделия» (далее – постановление № 177) установлены розничные цены на табачные изделия,

реализуемые на территории Республики Беларусь (приложение 1 к постановлению № 177) и торговые скидки с розничных цен на табачные изделия, реализуемые на территории Республики Беларусь (приложение 2 к постановлению № 177). Розничные цены распространяются на табачные изделия, производимые и (или) реализуемые на территории Республики Беларусь всеми юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями независимо от подчиненности и форм собственности.

Цены на табачные изделия сформированы с учетом НДС и применяются юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими розничную торговлю, при реализации табачных изделий населению.

При поставках табачных изделий с участием нескольких оптовых организаций скидка, предназначенная для оптовых организаций, делится по соглашению сторон.

На табачные изделия производства открытого акционерного общества «Гродненская табачная фабрика «Неман», реализуемые через торговые объекты, расположенные в пунктах пропуска через Государственную границу Республики Беларусь: сигары, сигариллы, сигаретный и трубочный табак иностранного производства, реализуемые на территории Республики Беларусь, применяются свободные отпускные и розничные цены, сформированные с учетом конъюнктуры рынка.

Реализация фирменным магазином 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, производится фирменным магазином по фиксированным розничным ценам с учетом НДС в рублях за единицу измерения, утвержденным постановлением № 177, без взимания торговой надбавки. При этом торговые скидки с установленных фиксированных розничных цен остаются в распоряжении фирменного магазина и являются источником покрытия расходов, связанных с реализацией сигарет населению и получением прибыли от их реализации.

В заключение следует 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.