

Продажа товаров по акции

Одним из наиболее действенных способов повышения покупательской активности населения является ценовое стимулирование, которое базируется на снижении продавцом установленной им розничной цены на товары, в том числе при проведении распродаж. Рассмотрим нюансы формирования регулируемых законодательством цен на акционные товары.

Требования законодательства

Механизм формирования розничных цен на потребительские товары, в отношении которых производится государственное ценовое регулирование, регламентируется Инструкцией о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов), утв. постановлением МАРТ от 06.08.2021 № 55 (далее – Инструкция № 55), и реализуется с учетом ограничений, определенных нормативными правовыми актами государственных органов, регулирующих цены.

Согласно п. 13 Инструкции № 55 розничные цены на потребительские товары формируются путем применения торговых надбавок к отпускным ценам производителей, импортеров, заготовительных организаций, хранителей товаров из стабилизационных фондов в размерах, не превышающих установленные государственными органами, осуществляющими регулирование цен (тарифов).

При этом розничные цены формируются с учетом НДС, если иное не оговорено законодательством (п. 17 Инструкции № 55).

Справочно. Перечень регулируемых потребительских товаров поименован в приложении 1 к постановлению Совета Министров от 19.10.2022 № 713 «О системе регулирования цен» (далее – Перечень № 713, постановление № 713 соответственно).

Таким образом, регулируемые розничные цены на потребительские товары, включенные в Перечень № 713, складываются:

- из отпускной цены производителя (импортера) без НДС, установленной на условиях франко-назначения (с учетом расходов по доставке до склада розничной организации согласно товарно-транспортной накладной);
- суммы торговой надбавки, исчисленной от отпускной цены на товар импортера (производителя) без НДС;
- суммы НДС по ставке, применяемой при реализации товара на территории Республики Беларусь.

Торговые надбавки (в процентах), применяемые к отпускной цене производителя (импортера) без НДС, устанавливаются розничной организацией самостоятельно с учетом конъюнктуры рынка, не выше предельного максимального значения, указанного в Перечне № 713 (п. 11 постановления № 713).

Справочно. Розничные цены на потребительские товары за принятую единицу измерения округляются до минимальной денежной единицы, находящейся в обращении на территории Республики Беларусь, – 1 коп. (п. 30 Инструкции № 55).

В условиях государственного регулирования цен в случае применения предельного максимального значения надбавки округление всегда следует выполнять в сторону уменьшения, чтобы не допустить превышения установленного ограничения.

«Два товара по цене одного»

Такая маркетинговая акция предусматривает реализацию набора «1 + 1» из двух товаров, один из которых является бонусным, по цене одного товара.

Бонусный товар может быть как идентичным основному, так и иным, но той же торговой марки.

Наборы «1 + 1» часто используются для продвижения нового товара производителя или для информирования покупателя о товаре, сопутствующем уже приобретаемому им. Акция «Два товара по цене одного» позволяет также предложить товары одной торговой марки для нескольких членов семьи покупателя.

Рассмотрим на условном примере алгоритм определения стоимости товара, реализуемого в период проведения акции, цена на который регулируется, и обоснование эффективности такой продажи.

Пример 1. Розничная организация приобретает у юридических лиц и ИП парфюмерно-косметические товары (включая товары для личной гигиены) отечественного и иностранного производства

и осуществляет их продажу через собственные торговые объекты (магазины), расположенные на территории Республики Беларусь.

Руководитель розничной организации своим приказом объявил о проведении в магазинах с 25 по 31 августа 2025 г. акции по продаже в одном чеке двух одинаковых товаров по цене одного.

В таблице приведена последовательность расчета стоимости флакона шампуня для волос емкостью 400 мл с дозатором белорусского производства (далее – шампунь для волос), реализуемого в период проведения акции на условиях продажи в одном чеке двух одинаковых товаров по цене одного.

При этом использованы следующие исходные данные:

- размер торговой надбавки, применяемой при установлении розничной цены на шампунь для волос (при реализации товаров на общих условиях), определен 35% (предельно допустимый размер, предусмотренный п. 200 Перечня № 713);

- в товаросопроводительных документах отпускная цена на шампунь для волос (цена приобретения) указана организацией-производителем на условиях франко-назначения (с учетом расходов по доставке до склада розничной организации) – 4,10 руб. без НДС за 1 флакон (без НДС);

- сумма «входного» НДС по ставке в размере 20%, предъявленного производителем к оплате розничной организации при реализации товара, – 0,82 руб. за 1 флакон;

- удельный вес расходов, связанных с управлением организацией и реализацией парфюмерно-косметических товаров, в торговой надбавке, сложившийся за отчетный период (июнь – июль 2025 г.), с учетом изменений, планируемых в расчетном периоде (август 2025 г.), в среднем составил 40%.

Ставка НДС, применяемая при реализации на территории Республики Беларусь потребительского товара, поименованного в примере (шампунь для волос), установлена в размере 20%.

Примерная форма определения стоимости и обоснования эффективности реализации (с использованием метода обратного счета)

№ п/п	Показатель		Ед. изм.	Значение (расчет)
1	2		3	4
1	Отпускная цена на товар согласно товарно-транспортной накладной без учета НДС (цена приобретения)		руб.	4,10
1.1	ставка НДС, применяемая производителем		%	20
1.2	сумма НДС, предъявленного производителем		руб.	0,82 (4,10 × 20 / 100)
1.3	отпускная цена производителя (импортера) на товар с учетом НДС		руб.	4,92 (4,10 + 0,82)
2	Размер торговой надбавки, применяемой при реализации товара на общих условиях (при установлении розничной цены)		%	35
3	Сумма торговой надбавки, взимаемой при реализации товара на общих условиях (п. 1 × п. 2 / 100)	без учета округлений	руб.	1,435 (4,10 × 35 / 100)
		с учетом округлений	руб.	1,43
4	Розничная цена на товар без НДС (п. 1 + п. 3)			5,53 (4,10 + 1,43)
5	Ставка НДС, применяемая организацией розничной торговли		%	20
6	Сумма НДС в установленной розничной цене на товар (п. 4 × п. 5 / 100)	без учета округлений	руб.	1,106 (5,53 × 20 / 100)
		с учетом округлений	руб.	1,11
7	Розничная цена на товар, применяемая при его реализации в розничной торговой сети на общих условиях, с НДС (п. 4 + п. 6)		руб.	6,64 (5,53 + 1,11)
8	Проверка соблюдения предельной максимальной торговой надбавки (с учетом оптовой надбавки) на товар, установленной законодательством после округления розничной цены (100 × (100 × п. 7 / 120 – п. 1) / п. 1)		%	34,96 < 35 (100 × (100 × 6,64 / 120 – 4,10) / 4,10)
9	Сумма расходов, связанных с управлением организацией и реализацией товара в торговой надбавке, взимаемой при реализации товара со скидкой (без учета НДС) (п. 3 × подп. 9.1 / 100)		руб.	0,57 (1,43 × 40 / 100)
9.1	Удельный вес расходов, связанных с управлением организацией и реализацией парфюмерно-косметических товаров, в торговой надбавке, сложившийся за отчетный период		%	40

1	2	3	4
10	Прибыль + (убыток -) совокупная от реализации двух товаров на условиях акции (п. 7 – п. 6 – п. 9) – (п. 1 x 2)	руб.	-3,24 ((6,64 – 1,11 – 0,57) – (4,10 x 2))
11	Прибыль + (убыток -) от реализации товара (шампунь для волос) по розничной цене, установленной на общих условиях (п. 7 – п. 6 – п. 9 – п. 1)	руб.	+0,86 (6,64 – 1,11 – 0,57 – 4,10)
12	Рентабельность реализации товара по розничной цене, установленной на общих условиях (п. 11 / п. 7 x 100)	%	12,95 (0,86 / 6,64 x 100)

Составил экономист по ценам
(должность)

Иванова
(подпись)

Иванова К.Д.
(фамилия, инициалы)

«15» августа 2025 г.
(дата)

Анализ результатов по обоснованию эффективности реализации шампуня для волос на условиях акции показал, что при продаже двух флаконов в одном чеке по цене одного сумма убытка составит 3,24 руб. (п. 10 таблицы).

При этом сумма прибыли от реализации на общих условиях одного флакона шампуня для волос, т.е. по первоначальной розничной цене, составит 0,86 руб. (п. 11 таблицы) при рентабельности от его реализации в размере почти 13% (п. 12 таблицы).

Отрицательный результат от проведения акции объясняется тем, что стоимость двух одинаковых флаконов шампуня для волос (в которую включен также НДС), выставленная к оплате производителем (поставщиком), значительно превышает розничную цену, установленную на один флакон шампуня.

Возмещение (компенсация) убытков от проведения акции по продаже в одном чеке двух одинаковых товаров по цене одного может быть осуществлено, например, за счет увеличения розничных цен на другие товары, не участвующие в акции, пользующиеся повышенным спросом со стороны значительного числа покупателей, готовых к их приобретению по высоким ценам.

Приведенная форма составления экономических расчетов и обоснования эффективности реализации носит рекомендательный характер. Розничные организации определяют форму таких расчетов самостоятельно. С учетом сложившейся практики в расчет могут добавляться другие необходимые реквизиты или исключаться приведенные.

Реализация разных товаров со скидкой на один

Нормы действующего законодательства, регулирующего порядок ценообразования в Республике Беларусь, не запрещают организациям розничной торговли предоставлять покупателям скидки на товары, в отношении которых осуществляется государственное регулирование цен.

Согласно п. 261 Инструкции № 55 решение о предоставлении покупателям скидок с розничных цен, но не ниже фиксированных и предельных минимальных, определенных государственными органами, юридические лица и ИП принимают самостоятельно в соответствии с разработанным ими порядком применения скидок, если иное не предусмотрено законодательством.

Справочно. Скидка – снижение продавцом установленной им цены товаров, продукции общественного питания (абз. 13 п. 2 Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утв. постановлением Совета Министров от 22.07.2014 № 703 (далее – Правила № 703).

Информация о размере скидок доводится до сведения покупателей в процентном отношении к цене товаров без учета скидок либо в абсолютном выражении в денежных единицах на ценниках или иными доступными способами (п. 112 Правил № 703).

В случае если скидка с цены на товар предоставляется при выполнении конкретного условия, покупателя необходимо ознакомить с ценой на товар как без ее учета, так и с учетом, с указанием размера и ограничений предоставления (п. 113 Правил № 703).

Пунктом 114 Правил № 703 определено, что при проведении согласованных с поставщиком товаров распродаж размер торговой надбавки в стоимостном выражении (разницы между ценой реализации товаров без учета НДС и ценой приобретения этих товаров без учета НДС) не должен превышать ее размера, применяемого на эти товары на дату, предшествующую дате начала проведения распродажи, в том же торговом объекте.

При предоставлении скидок с розничных цен документ, обосновывающий расчет цен с учетом скидок, повторно не составляется (ч. 2 п. 261 Инструкции № 55).

Учитывая приведенные нормы законодательства, рассмотрим на условном примере особенности розничной торговли на условиях предоставления скидки на второй товар меньшей стоимости при продаже в одном чеке двух разных товаров.

Пример 2. Руководитель розничной организации своим приказом объявил о проведении в магазинах с 25 по 31 августа 2025 г. акции по продаже в одном чеке двух разных пар обуви на условиях предоставления скидки в размере 50% с установленных розничных цен на второй товар меньшей стоимости.

Розничная цена:

- на ботинки женские – 216,00 руб. за пару (с НДС по ставке в размере 20%);
- на кроссовки женские – 144,00 руб. (с НДС по ставке в размере 20%);

Размер торговой надбавки, применяемой при формировании розничных цен (при реализации женской обуви на общих условиях), определен на уровне 55% (предельно допустимый размер, предусмотренный п.п. 144, 148 Перечня № 713 соответственно).

В товаросопроводительных документах отпускные цены на реализуемые товары указаны поставщиками (организациями-производителями) на условиях франко-назначения (с учетом расходов по доставке до склада розничной организации):

- на ботинки женские – 116,13 руб. (без НДС);
- на кроссовки женские – 77,42 руб. (без НДС).

Удельный вес расходов, связанных с управлением розничной организацией и реализацией обуви, в торговой надбавке, сложившийся за отчетный период (июнь – июль 2025 г.), с учетом изменений, планируемых в расчетном периоде (август 2025 г.), в среднем составил 40%.

Приведем последовательность определения (расчета) стоимости двух разных пар обуви (ботинки женские и кроссовки женские отечественного производства), реализуемых в период проведения акции с предоставлением скидки 50% на второй товар меньшей стоимости, и обоснование эффективности такой реализации (с применением метода обратного счета).

Примерная форма определения стоимости и обоснования эффективности реализации

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Значение (в расчете на 1 пару обуви)	
			ботинки	кроссовки
1	2	3	4	5
1	Розничная цена на товар (с НДС), применяемая при его реализации в розничной торговой сети на общих условиях	руб.	216,00	144,00
2	Ставка НДС	%	20	20
2.1	сумма НДС в розничной цене на товар (п. 1 х п. 2 / (100 + п. 2))	руб.	36,00 (216,00 x 20 / 120)	24,00 (144,00 x 20 / 120)
3	Размер скидки с установленной розничной цены на второй товар меньшей стоимости, предоставляемой покупателям по условиям акции	%	–	50
4	Сумма скидки с установленной розничной цены на товар (п. 1 х п. 3 / 100)	руб.	–	72,00 (144,00 x 50 / 100)
5	Розничная цена на товар, применяемая на условиях акции, с учетом НДС (п. 1 – п. 4)	руб.	216,00	72,00 (144,00 – 72,00)
6	Сумма НДС в розничной цене на товар, применяемой на условиях акции (п. 5 х п. 2 / (100 + п. 2))	руб.	36,00 (216,00 x 20 / 120)	12,00 (72,00 x 20 / 120)
7	Сумма НДС, приходящегося на сумму скидки с розничной цены на товар, применяемой на условиях акции (гр. 5 п. 4 х п. 2 / (100 + п. 2))	руб.	–	12,00 (72,00 x 20 / 120)
8	Розничная цена на товар, применяемая на условиях акции (без учета НДС)	руб.	180,00 (216,00 – 36,00)	60,00 (72,00 – 12,00)
9	Отпускная цена на товар, установленная производителем согласно ТТН, без учета НДС (цена приобретения)	руб.	116,13	77,42
9.1	Размер торговой надбавки, применяемой при реализации товара на общих условиях (при установлении розничной цены)	%	55	55
9.1.1	Сумма торговой надбавки, взимаемой при реализации товара на общих условиях	руб.	63,871 ((216,00 – 36,00) x x 55 / 155)	42,5806 ((144,00 – 24,00) x x 55 / 155)
	– без учета округлений ((п. 1 – подп. 2.1) x подп. 9.1 / (100 + подп. 9.1))	руб.	63,87	42,58
9.1.2	Проверка соблюдения предельной максимальной торговой надбавки (с учетом оптовой надбавки) на товар, установленной законодательством после округления розничной цены (подп. 9.1.1 / п. 9 x 100)	%	54,9987 < 55 (63,87 / 116,13 x 100)	54,9987 < 55 (42,58 / 77,42 x 100)
10	Сумма торговой надбавки, взимаемой при продаже товара на условиях акции (п. 8 – п. 9)	руб.	63,87 (180,00 – 116,13)	-17,42 (60,00 – 77,42)

1	2	3	4	5
10.1	Размер торговой надбавки, применяемой при продаже товара на условиях акции (п. 10 / п. 9 x 100)	%	55 (63,87 / 116,13 x 100)	-22,5 (-17,42 / 77,42 x 100)
11	Стоимость двух товаров, реализуемых на условиях акции, с учетом НДС (гр. 4 п. 5 + гр. 5 п. 5)	руб.	288,00 (216,00 + 72,00)	
12	Сумма НДС в стоимости двух товаров, реализуемых на условиях акции (п. 11 x п. 2 / (100 + п. 2))	руб.	48,00 (288,00 x 20 / 120)	
13	Стоимость двух товаров, реализуемых на условиях акции, без учета НДС (п. 11 – п. 12)	руб.	240,00 (288,00 – 48,00)	
14	Стоимость двух товаров по отпускным ценам, установленным производителем, без учета НДС (гр. 4 п. 9 + гр. 5 п. 9)	руб.	193,55 (116,13 + 77,42)	
15	Сумма торговой надбавки (совокупной), взимаемой при реализации двух товаров на условиях акции (п. 13 – п. 14)	руб.	46,45 (240,00 – 193,55)	

Составил экономист по ценам
(должность)

Иванова
(подпись)

Иванова И.Ф.
(фамилия, инициалы)

«25» августа 2025 г.
(дата)

При анализе экономических расчетов и обосновании эффективности реализации отметим следующее:

1) размер торговой надбавки, применяемой при реализации двух товаров на условиях акции (п. 15 / п. 14 x 100), – 24% (46,45 / 193,55 x 100);

2) сумма торговой надбавки (совокупной), взимаемой при реализации двух товаров в розничной торговой сети на общих условиях (гр. 4 п. 1 + гр. 5 п. 1 – гр. 4 подп. 2.1 – гр. 5 подп. 2.1 – п. 14), – 106,45 руб. (216,00 + 144,00 – 36,00 – 24,00 – 193,55);

3) сумма торговой надбавки (совокупной), приходящейся на сумму скидки с розничной цены на товар, применяемой по условиям акции, – 60,00 руб. (106,45 – 46,45);

4) сумма расходов, связанных с управлением организацией и реализацией товара в торговой надбавке, взимаемой при реализации товара со скидкой (без учета НДС), – 18,58 руб. (46,45 x 40 / 100);

5) прибыль + (убыток –) совокупная от реализации двух товаров на условиях акции – +27,87 руб. (46,45 – 18,58);

6) рентабельность реализации двух товаров на условиях акции – 9,68% (27,87 / 288,00 x 100);

7) скидка с установленной розничной цены на товар меньшей стоимости, предоставляемая покупателям за счет снижения торговой надбавки (совокупной), и суммы НДС в розничной цене на товар меньшей стоимости – 72,00 руб. (60,00 + 12,00).

На основании приведенного анализа сделаем следующие выводы:

Во-первых, скидка в размере 50% с розничной цены на второй товар меньшей стоимости (п. 3 таблицы) на сумму 72,00 руб. (п. 4 таблицы) пре-

доставляется розничной организацией покупателям за счет снижения в первую очередь торговой надбавки (совокупной) на сумму 60,00 руб., а также снижения суммы НДС в розничной цене на второй товар меньшей стоимости с 24,00 до 12,00 руб., т.е. на 12,00 руб. (п.п. 6, 7 таблицы).

В целом состав и структура скидки с розничной цены на второй товар меньшей стоимости, предоставляемой покупателям за счет снижения торговой надбавки (совокупной) и суммы НДС в розничной цене на товар меньшей стоимости, отражены выше: 72,00 руб. (60,00 + 12,00).

В свою очередь, размер предоставленной скидки (50%) с розничной цены на второй товар меньшей стоимости (кроссовки женские) должен обеспечивать безубыточную реализацию двух товаров (1 пары женской обуви и 1 пары кроссовок женских).

Во-вторых, расчеты показывают, что в случае применения скидки имеет место положительный финансовый результат.

Совокупная прибыль от реализации двух разных товаров на таких условиях (при сохранении планового объема их продаж) составляет 27,87 руб. при рентабельности реализации 9,68%.

В-третьих, в случае если розничная цена второго товара, реализуемого на условиях акции со скидкой 50%, почти не отличается от цены первого товара, существует вероятность получения отрицательного результата (убытка) от проведения акции. Чтобы этого не произошло, следует пересмотреть размер предоставляемой скидки, снизив ее, например, до 10% или 20%.

ГАЛИНА КЕВРА,
экономист, преподаватель БГТУ