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, рожь (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 16*).

**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 8.81 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.

1. Ответ направляется производителю.
2. 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* ***недостоверных******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).*

**Импортеры.** Цены на потребительские товары **формируются** импортерами, **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 импортера** *(пункт 5)*.

**Государственный таможенный комитет организовывает 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 импортера и возложена обязанность обосновывать цену для исключения выбора поставок через «лишние звенья», которые приведут к удорожанию.

Главное управление торговли и услуг облисполкома