

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ТОВАРЫ И УСЛУГИ: ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Л.А. Ефимовская,

доцент кафедры торговой политики
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (г. Москва),
кандидат экономических наук
lidy.a.efimovskaya@yandex.ru

М.В. Хайруллина,

профессор кафедры менеджмента, декан факультета бизнеса
Новосибирского государственного технического университета,
доктор экономических наук

В статье рассматриваются основные методические и практические аспекты определения уровней розничных цен на товары и услуги для целей координации работы органов государственной власти и местного самоуправления в рамках ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Приведен перечень инструментов регулирования ценообразования в российских регионах, сформированный в результате совместной работы с Координационным советом по торговле и потребительскому рынку Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Сибирское соглашение».

Ключевые слова: ценообразование, государственное регулирование, социально значимые товары, предельный размер надбавок, методика, розничные цены, инструменты регулирования.

УДК 338.532 ББК 65.256-21

Одна из актуальных социально-экономических проблем российской экономики, особенно в периоды кризисных ситуаций (например, 2008–2009 гг.) — резкий рост цен на продовольственном рынке, обусловленный комплексом факторов национального и мирового значения. Всё это создает предпосылки для более активного вмешательства органов власти и местного самоуправления в экономические процессы с тем, чтобы предотвратить социальную напряженность, способствовать развитию конкуренции, стимулировать бизнес на предложение населению товаров необходимого качества по конкурентоспособным ценам. Одно из направлений такого вмешательства — прямое регулирование уровня розничных цен

История экономики России и других стран знает немало способов и методов государственного регулирования ценообразования: прямых и косвенных; от тотального регулирования при распределительной системе прошлого века с талонами до полной либерализации цен в условиях рыночной модели, льготного режима налогообложения для отдельных групп продовольственных товаров.

На основе обобщения опыта некоторых стран Евросоюза (Франция, Испания, Дания, Швеция, Финляндия, Германия), Швейцарии, Америки, крупнейших стран АТР (Япония, Китай) можно выделить следующие основные инструменты косвенного регулирования цен со стороны государства:

- рестрикционная (сдерживающая) кредитно-денежная политика, связанная с ростом налогов, сокращением государственных расходов и уменьшением инфляции;
- регулирование учётной ставки национальных банков;
- сокращение дефицита государственного бюджета;
- федеральные закупки товаров и услуг;
- налоговая политика (в частности, регулирование ставок косвенных налогов — акцизов и НДС);
- система продовольственной поддержки бедного и нуждающегося населения (в частности, продуктовые талоны);
- поддержка отечественных сельхозпроизводителей, их защита от внешней конкуренции (регулирование ввоза);
- эффективная политика развития конкуренции на товарных рынках;
- содействие развитию личных подсобных хозяйств;
- стимулирование распространения форматов розничной торговли типа «дискаунт».

Наряду с таким достаточно широким перечнем инструментов косвенного регулирования цен, практически в каждой стране применяются инструменты прямого регулирования:

- установление перечня товаров, на которые регулируются цены органами власти;
- мониторинг цен, в том числе со стороны государственных и общественных контролёров;
- «замораживание» и установление фиксированных цен;
- установление минимально допустимых цен;
- установление предельных уровней цен и/или прибыли;

- установление справочных цен, диапазона цен;
- регулирование уровня закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию и сырьё;
- штрафные санкции и другие правовые последствия за нарушение ценовой дисциплины и установленных в законодательном порядке правил ценообразования.

В России широко используется опыт зарубежных стран в сфере регулирования ценообразования, как косвенными, так и прямыми методами, что закреплено законодательно и конкретизировано в правилах, изложенных в Постановлении Правительства РФ от 15 июля 2010 г. № 530 в отношении отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости [1].

Согласно данному Постановлению, решение об установлении предельно допустимых розничных цен принимается Правительством РФ по результатам анализа рыночной ситуации. Министерство промышленности и торговли РФ отслеживает динамику изменения цен на отдельные группы товаров на основании данных Росстата. Проверка может также начаться на основе обращения любого жителя региона. Если обнаружится, что в большинстве торговых точек в субъекте Федерации розничная цена на товар выросла за 30 дней больше, чем на 30 процентов, то в течение нескольких дней цена на такой товар может быть скорректирована на территории всего региона. При этом учитывается сделанная Минсельхозом оценка ситуации на предприятиях-производителях, выводы о наличии или отсутствии ценового сговора между поставщиками и (или) продавцами со стороны антимонопольной службы. Это и является основой определения предельного значения цены на конкретный товар в конкретном регионе. На это время потребителю гарантируется стабильная цена на необходимый ему продукт питания. Далее предполагается, что через 90 дней (а, может быть, и раньше), когда ограничения перестанут играть стабилизирующую роль, на рынке данного товара могут (и должны) появиться новые поставщики. Они будут вместе с уже существующей розничной торговлей предлагать потребителю продукты питания по приемлемым, обоснованным ценам.

Казалось бы, Постановление включает все необходимые положения, гарантирующие стабильность ценовой ситуации применительно к основным продуктам питания. Однако конкретный механизм его реализации до сих пор не ясен, а практика показывает наличие «белых пятен», не позволяющих государственным органам в полной мере реализовать свою регулируемую функцию в данном вопросе. Кроме того, при наличии правил, не определена конкретная методика установления предельных уровней розничных цен либо торговых надбавок, позволяющая сбалансировать интересы продавцов и покупателей. Такого баланса позволяет достичь не только учёт тенденции развития уровня цен, общественных интересов, но и изменения издержек, необходимости получения соразмерной прибыли продавцами, среди которых много представителей среднего и малого бизнеса — источника развития конкуренции и формирования среднего класса в стране и регионах.

Наличие такой методики позволит более обоснованно и эффективно вести диалог органов государственной власти и местного самоуправления с предприятиями розничной торговли в процессе регулирования социально-экономической ситуации на потребительском рынке.

Основные принципы определения предельных размеров торговых надбавок к ценам на отдельные социально значимые товары основываются на затратном подходе и состоят в следующем [3].

1. Определение размеров предельных торговых надбавок производится на основании расчетных материалов, представленных предприятиями розничной торговли, осуществляющими реализацию социально значимых товаров на территории субъекта Российской Федерации. При этом количество предприятий розничной торговли, представивших расчетные материалы, должно составлять не менее 15% от их числа, расположенных в субъекте Российской Федерации, и включать организации разной формы собственности (государственная, муниципальная, частная, кооперативная, при их наличии в субъекте).

2. Органы государственной власти и местного самоуправления проводят анализ размеров торговых надбавок, применяемых предприятиями розничной торговли, их влияния на результаты финансово-экономического состояния предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию социально значимых товаров в отчетном периоде, и учитывают результаты этого анализа при установлении размеров предельных торговых надбавок.

3. Размеры предельных торговых надбавок на социально значимые товары устанавливаются органами государственной власти и местного самоуправления с учетом:

- возмещения предприятиями розничной торговли экономически обоснованных издержек обращения, связанных с закупкой, хранением и реализацией социально значимых товаров;

- минимального размера прибыли — 20% к текущим расходам, или среднетраслевого уровня прибыли в процентах к обороту.

В целях определения предельных размеров торговых надбавок к ценам на отдельные социально значимые товары рассчитываются следующие показатели:

- доходы от реализации социально значимых товаров;
- объем реализации социально значимых товаров по розничным ценам;
- стоимость закупленных социально значимых товаров в ценах приобретения;
- издержки обращения;
- прибыль от продаж;
- налоги, включаемые в торговую надбавку в соответствии с законодательством РФ.

Издержки обращения в торговле по отдельным группам товаров не учитываются. Распределение затрат по товарным группам можно произвести на основе следующих методов:

а) пропорционально доле объема продаж по социально значимым товарам в общем объеме продаж:

$$ИО_{ст} = \frac{ТО_{ст} \times ИО}{ТО^o}, \quad (1)$$

где $ИО_{ст}$ — издержки обращения по социально значимой товарной группе;

$ТО_{ст}$ — объем реализации по социально значимой товарной группе;

$ТО^o$ — общий объем реализованных товаров;

б) исходя из среднего уровня издержек обращения:

$$ИО_{ст} = \frac{ТО_{ст} \times Y_{ио}}{100}, \quad (2)$$

где $Y_{ио}$ — средний уровень издержек обращения по предприятиям торговли, реализующим социально значимые товары;

в) на основе разработки торговых калькуляций по группам товаров с выделением прямых затрат на конкретный вид товаров (например, транспортные расходы).

Остальные виды расходов распределяются пропорционально удельному весу социально значимого товара в общем объеме продаж. На основе данного метода определяется скорректированный уровень издержек обращения:

$$Y_{иос} = Y_{ио} - Y_{иос} \frac{T_{рст} \times 100}{ТО_{ст}}, \quad (3)$$

где $Y_{иос}$ — скорректированный уровень издержек обращения по социально значимой группе товаров;

$Y_{ио}$ — средний уровень издержек обращения по предприятиям розничной торговли, реализующим социально значимые товары;

$T_{рст}$ — транспортные расходы по перевозке социально значимой группы товаров;

$ТО_{ст}$ — объем реализации по социально значимой группе товаров, тыс.р.

Прибыль от продаж по социально значимой группе товаров может быть определена на основе следующих методов:

— исходя из среднего уровня рентабельности по предприятиям розничной торговли, реализующим социально значимые товары:

$$\Pi_{ст} = \frac{ИО_{ст} \times Y_{рст}}{100}, \quad (4)$$

где $\Pi_{ст}$ — прибыль от продаж по социально значимому товару, исходя из среднего уровня рентабельности, тыс.р.;

$Y_{рст}$ — средний уровень рентабельности по предприятиям розничной торговли, реализующим социально значимые товары, в процентах;

— исходя из минимального уровня прибыли от продаж (20 процентов к издержкам обращения по социально значимой группе товаров):

$$\Pi_{ст} = \frac{ИО_{ст} \times 20}{100}, \quad (5)$$

где $\Pi_{ст}$ — прибыль от продаж по социально значимому товару, тыс.р.;

$ИО_{ст}$ — издержки обращения по социально значимому товару, тыс.р.

Расчет предельного размера торговой надбавки по социально значимым товарам, установленной органом государственной власти субъекта РФ и органом местного самоуправления, может быть определен одним из следующих методов:

1. Рассчитывается предельный размер торговой надбавки в процентах к розничной цене товара, исходя из скорректированного уровня издержек обращения (среднего уровня издержек обращения):

$$Y_{мнрц} = Y_{иос} + \bar{Y}_p + \frac{НДС_{\alpha\%} \times (Y_{иос} + Y_p)}{100}, \quad (6)$$

где $Утн_{рц}$ — уровень торговой надбавки к розничной цене товара;

$Y_{иос}$ — скорректированный уровень издержек обращения по социально значимой группе товаров;

Y_p — средний уровень рентабельности по предприятиям розничной торговли, реализующим социально значимые товары.

Затем определяется предельный размер торговой надбавки по социально значимым товарам в процентах к цене приобретения:

$$Y_{мнц} = \frac{Y_{мнрц}}{100 - Y_{мнц}} \times 100, \quad (7)$$

где $Утн_{ц}$ — уровень торговой надбавки к цене приобретения товара.

2. Рассчитывается предельный размер торговой надбавки в процентах к цене приобретения, исходя из издержек обращения и прибыли по социально значимому товару:

$$Y_{мнц} = \frac{ИО_{ст} + \Pi_{ст} + НДС}{ТО_{ст} - (ИО_{ст} + \Pi_{ст} + НДС)} \times 100, \quad (8)$$

где $Утн_{ц}$ — предельный уровень торговой надбавки к цене приобретения социально значимого товара, %;

$ИО_{ст}$ — издержки обращения по социально значимому товару, тыс. р.;

$\Pi_{ст}$ — прибыль от продаж по социально значимому товару, тыс. р.;

$НДС$ — налог на добавленную стоимость по социально значимому товару, тыс. р.

При этом издержки обращения по социально значимому товару можно определить так:

$$ИО_{ст} = \frac{ТО_{ст} \times Y_{иос}}{100}, \quad (9)$$

$$ИО_{ст} = \frac{ТО_{ст} \times Y_{ио}}{100}, \quad (10)$$

где $Y_{иос}$ — скорректированный уровень издержек обращения по социально значимому товару, %;

$Y_{ио}$ — средний уровень издержек обращения по предприятиям розничной торговли, реализующим социально значимые товары, %.

Налог на добавленную стоимость определяется:

$$НДС = \frac{(ИО_{от} + П_{ст}) \times Y_{нос}}{100}, \quad (11)$$

где $Y_{нос}$ — ставка налога на добавленную стоимость по социально значимому товару, %.

Дифференциация торговых надбавок по группам социально значимых товаров осуществляется на основе расчётных материалов, представленных предприятиями розничной торговли.

Средний уровень торговой надбавки по остальным товарам (за исключением социально значимых) определяется следующим образом:

$$\bar{Y}_{mn_0} = \frac{\bar{Y}_{mn} \times 100 - (\bar{Y}_{mn_c}^1 \times Y_{д.в.}_c^1 + \bar{Y}_{mn_c}^2 \times Y_{д.в.}_c^2 + \dots + \bar{Y}_{mn_c}^n \times Y_{д.в.}_c^n)}{Y_{д.в.}_0}$$

где \bar{Y}_{mn_0} — средний уровень торговой надбавки по ассортименту товаров за исключением социально значимых;

\bar{Y}_{mn} — средний уровень торговой надбавки по предприятию розничной торговли;

$\bar{Y}_{mn_c}^1, \bar{Y}_{mn_c}^2, \bar{Y}_{mn_c}^n$ — предельный уровень торговых надбавок по социально значимым товарам;

$Y_{д.в.}_c^1, Y_{д.в.}_c^2, Y_{д.в.}_c^n$ — удельный вес в обороте социально значимых товаров;

$Y_{д.в.}_0$ — удельный вес товаров в обороте, за исключением социально значимых;

n — количество товарных групп (позиций).

Несмотря на необходимость разработки методики определения уровня розничных цен на отдельные виды товаров и услуг, следует отметить, что это лишь один из инструментов регулирования ситуации на рынке потребительских товаров. В целом же регулирование социально-экономических процессов должно включать комплекс мер, направленных на поддержку отечественных сельхозтоваропроизводителей, расширение системы сбыта сельскохозяйственной продукции и сырья, развитие конкуренции [4].

Практика показывает, что цены в цепочке от производителя до реализации потребителю в России возрастают от 2 до 10 раз. А значит необходимо регулирование цен на социально значимую продукцию по всей цепочке их формирования, начиная с закупочных, включая производителей. Важно стимулировать производство качественной сельскохозяйственной продукции, создать условия для конкуренции не за административный ресурс, а за качественный продукт.

Анализ работы органов власти и местного самоуправления в регионах Сибири (на примере Алтайского, Красноярского, Забайкальского краев, Новосибирской, Омской, Томской, Кемеровской, Иркутской областей, Республики Алтай, Республики Хакасия) позволил систематизировать следующие основные направления регулирования ценообразования на продовольственном рынке:

- создание и организация работы специальных региональных (местных) комиссий по проведению мониторинга ценовой ситуации на продовольственном рынке, основная цель которых — анализ причин роста цен, торговой инфраструктуры в разрезе всей ценообразующей цепочки от производства до розничной торговли, разработка своевременных мер по обеспечению социально значимыми продуктами питания всех групп населения;

- заключение соглашений о сотрудничестве органов власти, местного самоуправления с отраслевыми объединениями сельхозпроизводителей, переработчиков и предприятий торговли с целью поддержания цен на социально значимые продукты питания на определённом уровне; реализация таких соглашений предполагает мониторинг цен на всех этапах движения товара, обмен ценовой информацией, взаимодействие с Федеральной антимонопольной службой для проведения контрольных мероприятий и принятия мер антимонопольного реагирования в случаях необоснованного роста цен;

- договорённость органов власти и местного самоуправления с крупными сетевыми структурами по применению минимальных

торговых надбавок на социально значимые продукты питания, расширению их ассортимента за счёт продукции малых производителей (в частности, малых хлебопекарных предприятий);

- проведение социальных акций, ярмарок «выходного дня» с привлечением максимально возможного количества товаропроизводителей, крестьянских / фермерских хозяйств, что способствует снижению цен в среднем на 20–25%; акции по предоставлению скидок на основные продовольственные товары с использованием специальных ценников, информационных стендов и пр.;

- реализация мер по замещению ввозимой социальной значимой продукции из-за пределов региона продукцией собственных производителей, в том числе на основе целевых инвестиционных проектов (например, в Красноярском крае);

- системная работа по наращиванию объёмов производства продукции АПК в целях повышения конкуренции и стабилизации цен на рынке социально значимых товаров (инвестирование средств в создание и развитие молокоперерабатывающих предприятий различной мощности); государственная поддержка АПК через: повышение ставок субсидий на производство молока, реализуемое населением для промышленной переработки; выделение средств личным подсобным хозяйствам на заготовку и приобретение кормов для скота; кредитование субъектов малого предпринимательства и выдачу поручительств региональных гарантийных фондов поддержки в части проектного развития переработки сельскохозяйственной продукции, возмещение затрат по оплате первоначального взноса по лизингу;

- закуп продовольственной пшеницы в региональные фонды в целях создания необходимых запасов и обеспечения потребности населения региона в хлебе по доступным ценам;

- развитие межрегиональных связей с целью установления прямых контактов с предприятиями — производителями продовольственных товаров;

- систематическое информирование населения через средства массовой информации о ситуации на потребительском рынке с целью предупреждения ажиотажного спроса;

- государственное субсидирование торговых предприятий на уровне регионов через частичное возмещение транспортных расходов по доставке товаров первой необходимости в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности с целью обеспечения доступности продовольственных товаров первой необходимости по низким ценам населению данных районов;

- организация деятельности «губернских магазинов» и рынков (по примеру Кемеровской области), в которых предельные розничные цены на утверждённый ассортиментный перечень на 10–15% ниже среднерыночных; открытие специализированных магазинов и постоянно действующих торговых площадок для реализации собственной продукции местными производителями (сельскохозяйственными производителями, фермерами, предприятиями пищевой промышленности); открытие магазинов и отделов социальной направленности для реализации продуктов питания ветеранам, малоимущим и социально незащищённым гражданам;

- развитие сектора дискаунтной торговли с ассортиментом товаров, пользующихся наибольшим спросом и реализуемых по относительно низким ценам [2];

- создание муниципалитетами дополнительных рабочих мест на действующих розничных рынках для реализации товаров местных товаропроизводителей;

- внедрение муниципальных дисконтных карт для малоимущих слоёв населения в предприятиях торговли, открытие магазинов-дискаунтеров в сельских населённых пунктах;

- разработка и реализация программных мер в сфере заготовительной деятельности по закупке сельскохозяйственной продукции, дикорастущего сырья специально созданными заготовительными пунктами и магазинами потребительской кооперации.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 15 июля 2010 г. № 530 «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения». — <http://base.garant.ru/12177401/>.
2. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова Л.А. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. — М.: ГОУ ВПО «РЭА им.Г.В.Плеханова», 2009. — 236 с.
3. Методические рекомендации по определению уровня розничных цен на отдельные виды товаров и услуг / Л.А. Ефимовская, М.В. Хайруллина и др. — Новосибирск: Координационный совет по торговле и потребительскому рынку МАСС; СибУПК, 2011. — 49 с.
4. Хайруллина М.В., Заяц Т.И. Регулирование розничной торговли в рыночной институциональной среде. — Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. — 211 с.