

## О ценообразовании в сфере розничной торговли

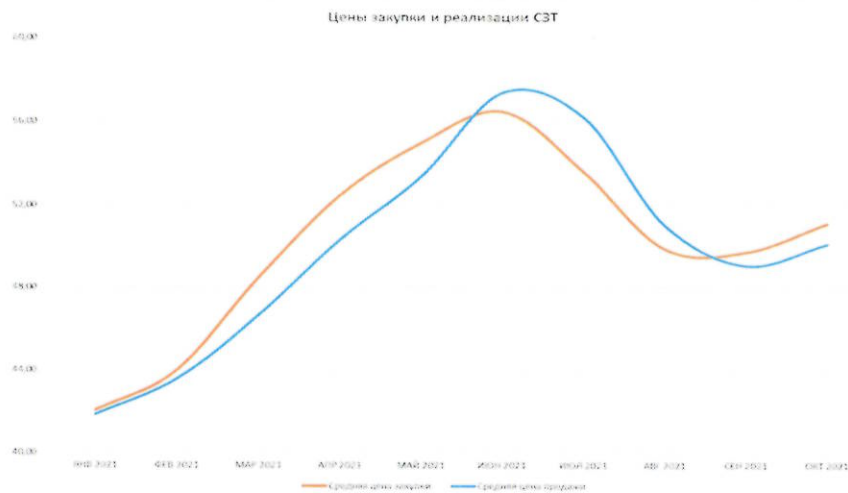
Стоимость продуктов на полках магазинов зависит от множества факторов – курса валют, цен на сырье, упаковку, изменений в логистике, внедрении новых систем контроля и так далее. Часть факторов носят неконтролируемый характер (курсы иностранных валют, погодные условия, влияющие на объем урожая и др.), их невозможно нивелировать. При этом частью факторов, условно говоря «рукотворных», государство и бизнес могут управлять, чтобы если не исключить, то хотя бы отложить их влияние. Это отдельное направление нашего диалога с властями, направленное на сдерживание роста цен.

В целом, сегодня есть объективные причины, по которым растут цены на продукцию у поставщиков торговых сетей. Мы со своей стороны делаем все возможное, чтобы изменение цен на полке проходило максимально комфортно для потребителей, в том числе демпфируем рост закупочных цен за счет экономии собственных затрат.

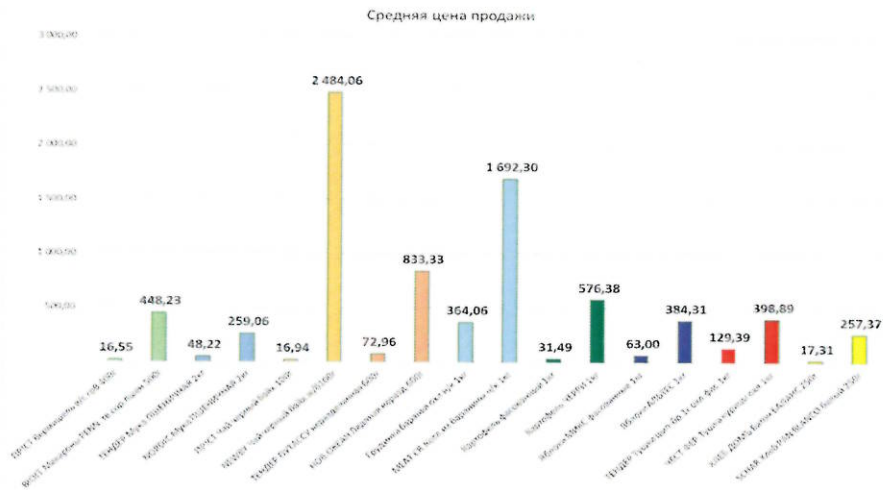
Рентабельность крупнейших торговых сетей по чистой прибыли находится на уровне двух процентов. Это существенно ниже рентабельности ведущих производителей товаров, не говоря уже о рентабельности в других отраслях.

Индекс цен в Пятерочке стабильно ниже индекса продовольственной корзины Росстата, прямое сравнение показывает, что мы держим цены ниже рынка.

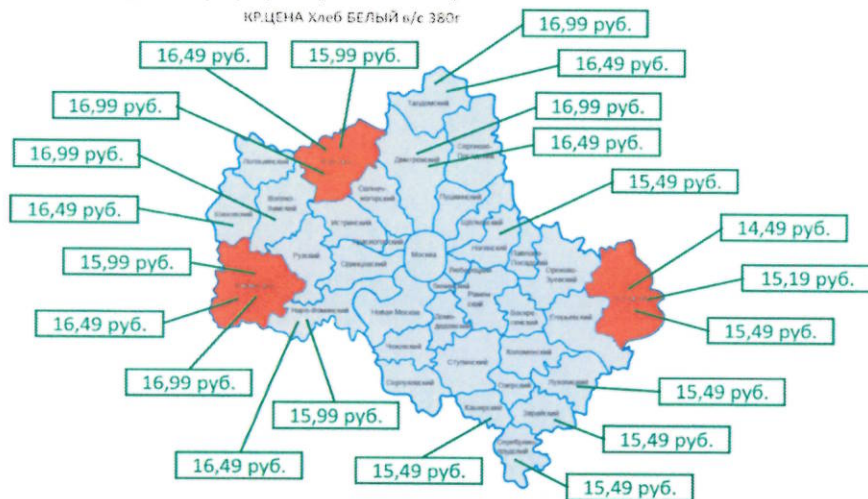
Постоянно продаем социально значимые товары с минимальной или даже отрицательной наценкой. В сложные моменты в прошлом году дважды обнуляли наценку на социально-значимые товары.



При этом под действующее определение СЗТ подпадают все товары в категориях, включая премиальный сегмент, это искажает статистику. Нужно закрепить определение «товара первой цены», то есть самого дешевого из представленных. Для примера – в наших торговых сетях представлены разные виды черного чая, стоимость которых варьируется от 17 до 2500 рублей. Разница в цене этих товаров составляет более 15 тысяч процентов, и естественно, что подсчет средней стоимости товара в категории не будет отражать реальное положение дел на полке.



При этом розничные цены могут отличаться даже в магазинах одного района. Это является обычной практикой ценообразования во всех торговых сетях: цена на товары в конкретном магазине формируется в зависимости от стоимости аренды, локации, логистики и других факторов. Такая разница говорит не о злоупотреблениях со стороны ритейлеров, а лишь подтверждает рыночный характер формирования цен.



Свободное ценообразование позволяет сетям субсидировать самые дешевые товары за счет более дорогих, поэтому у государства нет необходимости в прямом регулировании цен на полке и перестраивании сложившихся рыночных отношений. Отраслевое и экспертное сообщество, а также сами ФОИВ согласны с тем, что соглашения о стабилизации цен возможны только как экстраординарная мера и не могут быть постоянной частью государственной политики. Прямое регулирование цены на один товар приводит к перекосам в других категориях, открывает простор для спекуляций недобросовестным участникам рынка (пример: перекупщики держали закупленный по регулируемой цене сахар на складах до окончания соглашения), и в конечном счете ставит нас на путь планового хозяйства с вытекающим отсюда дефицитом.

Решение ситуации с ростом цен упирается в покупательную способность населения, для нормализации ситуации необходимо стимулировать спрос. В краткосрочной перспективе, если говорить о соглашениях по сдерживанию роста цен, их действие может быть эффективно только в случае, если они будут затрагивать ограниченный набор товаров. Среди других краткосрочных механизмов, которые позволят снизить ценовое давление – меры таможенно-тарифного регулирования, ограничения экспорта сырья при ажиотажном спросе на мировых рынках, заградительные и демпферные пошлины.

Если говорить о долгосрочных перспективах, то действенным инструментом могут стать адресные меры поддержки малоимущих, а также комплексный мониторинг ситуации на мировых рынках и цен на сельхозсырье, и оперативные меры поддержки производителей.