

Возможно ли развитие без роста цен?



Эдуард Семенов
экономический аналитик

19 февраля агентство "Прайм" опубликовало интервью заместителя главы Федеральной антимонопольной службы Андрея Цыганова, в котором он заявил о необходимости постоянного повышения цен на продовольственные товары. Эти слова вызвали массу откликов и возмущённых комментариев специалистов и просто граждан.

Цыганов сказал следующее: «Понятно совершенно, что для потребителя плохо, когда цены растут. Но потребитель тоже должен понимать, что если цены будут все время низкими, то развития не будет. Производитель должен получать адекватную прибыль, чтобы ему хватало для того, чтобы поддерживать свое производство и самое главное, чтобы развивать его».

К высказыванию чиновника есть несколько вопросов.

Во-первых, из рассуждений Андрея Цыганова совершенно непонятно, о каких именно ценах он говорил: то ли это цены производителя, то ли торговли. Похоже, что г-н Цыганов плохо понимает разницу между этими двумя видами деятельности. Известно, что российские производители продовольствия не выходят непосредственно на рядового покупателя. Продовольственные товары реализуются в основном через торговые сети, которые производством продовольствия не занимаются.

Во-вторых, цена на любой товар обязательно включает в себя маржу, по-другому, прибыль производителя и продавца. Именно прибыль является источником развития субъектов экономики – производителя товара и его продавца. Сегодня как раз рост прибыли является основной причиной роста цен на товары. Ведь затраты на производство (себестоимость) если и растут, то отнюдь не стремительно. Увеличение же маржи продавца чаще всего порождёно жадностью и монополизмом продавцов, а не улучшением качества их товаров или потребностями их развития. Такой рост цен не имеет под собой экономического обоснования, поэтому должен строго пресекаться. Именно для этого существуют контрольные органы государства за деятельностью торговых компаний (в России это как раз Федеральная антимонопольная служба).

В-третьих, что ещё более важно, в современной экономике и при условии наличия честной и открытой конкуренции на рынке между продавцами постоянный рост цен на потребительские товары практически невозможен. Это относится к случаям как стремительного, так и ползучего роста цен. То есть, за счёт потребителей постоянно увеличивать поступления денежных средств путём повышения цен невозможно в силу снижения при этом конкурентоспособности товаров.

Как показывает зарубежный опыт, в условиях цивилизованного рынка такие попытки резко взвинчивать цены на товары для частных потребителей сейчас быстро пресекаются.

Можно вспомнить, например, печальную судьбу американца Мартина Шкрели. В 2015 году под предлогом необходимости финансировать научные разработки новых медикаментов Шкрели необоснованно повысил цены на лекарства Thiola и Daraprim в размере от 2000% до 5500%. Это вызвало гневную реакцию потребителей и политиков, а самого Шкрели стали называть «лицом жадности» и «самым ненавистным» гражданином Америки. Вскоре удача в бизнесе отвернулась от Шкрели, и началось расследование его финансовых махинаций. И именно аморальное завышение цен на жизненно необходимые лекарства лишило Шкрели шансов на смягчение наказания. Он был приговорён к максимальному сроку – семи годам тюремного заключения.

Но откуда тогда торговым компаниям получить средства для своего развития? Ответим. В условиях современной экономики компания, которая стремится к развитию своей деятельности, уже не может ограничиваться только выручкой от реализации своей продукции и услуг. Этих средств уже недостаточно. Как опять же показывает зарубежный опыт, для этих целей в мировой экономике существуют финансовые рынки, на которых компании привлекают средства инвесторов. По примеру американских, европейских, китайских, южнокорейских компаний, и российские торговые компании, занимающиеся реализацией продовольственных товаров, для получения средств на развитие должны становиться публичными компаниями. Затем им предстоит выходить на рынки заимствований со своими финансовыми инструментами (в первую очередь, акциями) и развиваться уже именно за счёт средств инвесторов, полученных путём продажи своих акций.

Разумеется, сделать это сложнее, чем просто повышать цены на продовольственные товары, как это привыкли сегодня делать российские компании (как оказалось, при красноречивой поддержке ФАС). Для привлечения средств инвесторов тогда ведь придётся перестраивать организацию своей деятельности, делать прозрачной отчётность, отказаться от серых схем, нести ответственность перед инвесторами. Да и необходимо потребовать от Банка России создать, наконец, в России цивилизованные и масштабные финансовые рынки заимствований, чего ЦБ упорно не желает делать.

В любом случае, ФАС может сыграть положительную роль в развитии торгового сектора экономики России, сдерживая рост цен на продовольствие и призывая компании привлекать средства инвесторов для снижения дефицита финансовых средств, как это делается во всём мире. Вместо этого, как следует из заявления Цыганова, ФАС подстрекает торговые компании на дальнейший и необоснованный рост цен, что провоцирует рост общественного недовольства и может привести к массовым протестам уже и без того обзлётанных жителей России.