

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

**КОНТРОЛЬНО-ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ НА ОПТОВОМ РЫНКЕ ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**ЗА 2018-2019 ГОД**

****

МОСКВА 2020

**СОДЕРЖАНИЕ**

I. Общие положения 3

II. Временной интервал исследования   4

III. Продуктовые границы рынка   4

IV. Географические границы рынка 11

V. Определение состава хозяйствующих субъектов 12

VI. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на крупнооптовом рынке   14

VII. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на оптовом рынке   15

VIII. Определение уровня концентрации товарных рынков    16

IX. Определение барьеров входа на рынок   18

X. Оценка состояния конкуренции на товарных рынках 21

1. **Общие положения.**

Федеральная антимонопольная служба в рамках реализации своих полномочий, на основании приказа ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее – Порядок) провела анализ состояния конкуренции на рынке оптовой реализации табачной продукции (сигарет с фильтром, сигарет без фильтра, папирос).

Анализ проводился Контрольно-финансовым управлением ФАС России (далее –Управление) самостоятельно.

Целью исследования является анализ и оценка состояния конкуренции на оптовом рынке табачной продукции и выявление хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, выявление барьеров входа на рынок (выхода с рынка) и проблем, влияющих на развитие конкуренции на рассматриваемом рынке, а также предупреждение и выявление нарушений антимонопольного законодательства.

Анализ и оценка состояния конкуренции на оптовом рынке табачной продукции и установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов (далее – Аналитическое исследование) осуществлялись Управлением в соответствии с:

* Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции);
* Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее - Порядок);
* Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по установлению доминирующего положения хозяйствующего субъекта при рассмотрении заявлений, материалов, дел о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией, утвержденным приказом ФАС России от 25.05.2012 № 345 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по установлению доминирующего положения хозяйствующего субъекта при рассмотрении заявлений, материалов, дел о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией».

Для разработки Аналитического исследования Управление провело комплекс мер по сбору и обработке необходимой информации в соответствии с пунктом 1.5 Порядка.

Для проведения исследования использовалась информация и материалы, полученные ФАС России от:

- Федеральной таможенной службы (ФТС России);

- Федеральной налоговой службы (ФНС России);

- хозяйствующих субъектов, действующих на рынке оптовой реализации табачной продукции.

1. **Временной интервал исследования**

В соответствии с приказом ФАС России от 29.12.2018 № 1929/18 «О плане работы по анализу состояния конкуренции на товарных рынках на 2019-2020 годы» анализируемым временным интервалом исследования оптового рынка табачной продукции принимается период - два календарных года: с 01.01.2018 по 31.12.2018 и с 01.01.2019 по 31.12.2019 (далее – исследуемый период времени).

1. **Продуктовые границы товарного рынка**

Продуктовые границы рынка определены в соответствии с подпунктом «г» пункта 3.4 Порядка по Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008), утверждённым приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст:

**класс 12 - «Изделия табачные».**

В соответствии с пунктом 3.5 Порядка произведен следующий анализ свойств товара, определяющих выбор покупателя.

Согласно Федеральному закону от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» табачными изделиями являются продукты, **полностью или частично изготовленные из табачного листа** в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы **использовать для курения, рассасывания, жевания или нюханья**.

Выделяют следующие виды табачных изделий:

1) сигарета с фильтром — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий, обёрнутого сигаретной бумагой (курительная часть), и фильтра;

2) сигарета без фильтра — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий, обёрнутого сигаретной бумагой (курительная часть);

3) сигара — вид курительного табачного изделия, изготовленного из сигарного и другого сырья для производства табачных изделий и имеющего три слоя: начинку из цельного, трёпаного или резаного сигарного и другого сырья для производства табачных изделий, подвёртку из сигарного и (или) другого сырья для производства табачных изделий и обёртку из сигарного табачного листа. Толщина сигары на протяжении одной трети (или более) её длины должна быть не менее 15 миллиметров (мм);

4) сигарилла (сигарита) — вид курительного табачного изделия, изготовленного из сигарного и другого сырья для производства табачных изделий и имеющего много слоёв: начинку из резаного или рваного сигарного и другого сырья для производства табачных изделий, подвёртку из сигарного и (или) другого сырья для производства табачных изделий и обёртку из сигарного табачного листа, восстановленного табака или специальной бумаги, изготовленной на основе целлюлозы и табака. Сигарилла может не иметь подвёртки. Сигарилла может иметь фильтр. Максимальная толщина сигариллы, имеющей три слоя, не должна превышать 15 мм;

5) папироса — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий и мундштука в виде свёртка мундштучной бумаги, обёрнутого папиросной (сигаретной) бумагой, соединённой бесклеевым зубчатым швом. В мундштук папиросы может быть вставлен фильтрующий материал;

6) табак для кальяна — вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием кальяна и представляющего собой смесь резаного или рваного сырья для производства табачных изделий с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

7) табак курительный тонкорезаный — вид курительного табачного изделия, предназначенного для ручного изготовления сигарет или папирос и состоящего из резаного, рваного, скрученного или спрессованного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья, соусов и ароматизаторов, в котором не менее 25 процентов веса нетто продукта составляют волокна шириной 1 мм или менее;

8) табак трубочный — вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием курительной трубки и состоящего из резаного, рваного, скрученного или спрессованного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья, соусов и ароматизаторов, в котором более 75 процентов веса нетто продукта составляют волокна шириной более 1 мм;

9) биди — вид курительного табачного изделия, состоящего из смеси измельчённых табачных листьев, табачных жилок и стеблей, завёрнутой в высушенный лист тенду и обвязанной нитью;

10) кретек — вид курительного табачного изделия, состоящего из соусированной и ароматизированной смеси измельчённой гвоздики и резаного сырья для производства табачных изделий, завёрнутой в сигаретную бумагу или высушенный лист кукурузного початка, с фильтром или без фильтра;

11) табак сосательный (снюс) — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для сосания и полностью или частично изготовленного из очищенной табачной пыли и (или) мелкой фракции резаного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

12) табак жевательный — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для жевания и изготовленного из спрессованных обрывков табачных листьев с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

13) табак нюхательный — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для нюханья и изготовленного из тонкоизмельченного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

14) насвай — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для сосания и изготовленного из табака, извести и другого нетабачного сырья.

В соответствии с Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 12.11.2014 № 107 с 15.05.2016 вступил в силу технический регламент Таможенного союза «Технический регламент на табачную продукцию» (далее - Регламент).

Указанный Регламент устанавливает обязательные для применения и исполнения на таможенной территории Таможенного союза требования к табачной продукции, выпускаемой в обращение на таможенной территории Таможенного союза, а также требования к информации (маркировке), наносимой на потребительскую упаковку табачной продукции для обеспечения ее свободного перемещения.

На основании раздела III Регламента признаками, характеризующими табачную продукцию, являются: компонентный состав (наличие табачного листа и (или) других частей табачного растения), его характеристики и способ применения табачной продукции.

На основании раздела II Регламента табачной продукцией признается табачное изделие, упакованное в потребительскую упаковку. При этом в соответствии с Регламентом табачное изделие - это продукт, полностью или частично изготовленный из табачного листа и (или) других частей табачного растения в качестве сырья, приготовленный таким образом, чтобы использовать его для курения.

Следовательно, под способом применения табачной продукции понимается **курение табачного изделия**.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 1 статьи 2 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» (далее – Федеральный закон № 15) **курением табака** признается применение табачных изделий в целях вдыхания дыма, возникающего от их тления.

В результате тления образуется дым, который и поглощается лицом, использующим табачные изделия.

Согласно подпункту 8 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **потреблением табака** признается курение табака, сосание, жевание, нюханье табачных изделий.

Стандартом Совета экономической безопасности (далее - СТ СЭВ 383-87) определены следующие понятия тления и горения (к стандарту отсылает ГОСТ 12.1.033-81 в части данных понятий):

- горение - это экзотермическая реакция окисления вещества, сопровождающаяся по крайней мере одним из трех факторов: пламенем, свечением, выделением дыма;

- тление - это беспламенное горение материала.

В соответствии с подпунктом 3 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **никотинсодержащей продукцией** признаются изделия, которые содержат никотин (в том числе полученный путем синтеза) или его производные, включая соли никотина, предназначены для потребления никотина и его доставки посредством сосания, жевания, нюханья или вдыхания, в том числе изделия с нагреваемым табаком, растворы, жидкости или гели с содержанием жидкого никотина в объеме не менее 0,1 мг/мл, никотинсодержащая жидкость, порошки, смеси для сосания, жевания, нюханья, и не предназначены для употребления в пищу (за исключением медицинских изделий и лекарственных средств, зарегистрированных в соответствии с законодательством Российской Федерации, пищевой продукции, содержащей никотин в натуральном виде, и табачных изделий).

Согласно подпункту 4 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **никотинсодержащей жидкостью** признается любая жидкость с содержанием никотина в объеме не менее 0,1 мг/мл, а также жидкость без содержания никотина или с его минимальным содержанием менее 0,1 мг/мл, предназначенная для использования в устройствах для потребления никотинсодержащей продукции, в том числе в электронных системах доставки никотина.

Согласно подпункту 5 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **пищевой никотинсодержащей продукцией** признается никотинсодержащая продукция, которая предназначена для употребления в пищу и по наименованию либо с использованием визуального, органолептического или аналитического метода может быть идентифицирована как пищевая продукция (за исключением пищевой продукции, содержащей никотин в натуральном виде).

В соответствии с ГОСТ Р 58109-2018 «Жидкости для электронных систем доставки никотина» и ГОСТ Р 57458-2017 «Табак нагреваемый», разработанными Федеральным государственным бюджетным научным учреждением «Всероссийский научно-исследовательский институт табака, махорки и табачных изделий» (ФГБНУ ВНИИТТИ), утвержденными приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, выделяются следующие виды инновационной никотиносодержащей продукции:

-  табак нагреваемый[[1]](#footnote-1), предназначенный для потребления исключительно с устройством для нагревания **путем вдыхания табачного пара, образующегося при его нагревании без горения и тления**;

-  жидкости для электронных систем доставки никотина[[2]](#footnote-2), за исключением жидкостей, содержащих табак или относящихся к лекарственным средствам.

Процесс нагревания специальной жидкости (продукции) и перевод ее в парообразное (мелкодисперсное) состояние не является процессом тления или горения, в результате которого образуется дым.

В результате нагревания специальной жидкости посредством электронных испарителей (электронных сигарет) **не происходит беспламенного горения материала, а жидкость (продукция) лишь изменяет свое агрегатное состояние, превращаясь в пар (аэрозоль)**.

Согласно подпункту 9 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **потреблением никотинсодержащей продукции** признается сосание, жевание, нюханье никотинсодержащих изделий либо вдыхание никотинсодержащего аэрозоля, пара, получаемых путем их нагревания при помощи устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Таким образом, инновационная никотиносодержащая продукция (далее – ИНП) предназначена для потребления исключительно со специальными устройствами, преобразующими данную продукции в пар (аэрозоль) путём нагревания (далее – Системы доставки никотина, СДН), что указывает на **исключительную взаимосвязанность ИНП и СДН**. Объем реализации СНД и ИНП не могут выходить за пределы взаимного спроса на каждый из этих товаров.

В соответствии с подпунктом 12 пункта 1 статьи 2 Федерального закона № 15 **устройствами для потребления никотинсодержащей продукции** признаются электронные или иные приборы, которые используются для получения никотинсодержащего аэрозоля, пара, вдыхаемых потребителем, в том числе электронные системы доставки никотина и устройства для нагревания табака.

Выделяют следующие виды СДН:

1. **Электронная система доставки никотина (ЭСДН)** - электронное устройство, используемое для преобразования жидкости для ЭСДН в аэрозоль, которая вдыхается потребителем.
2. **Электронная система нагревания табака (ЭСНТ)** - приспособление или прибор, предназначенное для использования с табаком нагреваемым и обеспечивающее его прямое или косвенное нагревание без горения или тления для образования табачного пара.

Все эти системы можно объединить по одному общему принципу действия, в связи с чем, в данном аналитическом исследовании используется термин СДН – система доставки никотина, как общее понятие, объединяющее все подобные системы.

Под СДН следует понимать устройство, необходимое для эксплуатации никотиносодержащей продукции с целью получения из наполнителя аэрозоля, вдыхаемого потребителем, в том числе электронный испаритель, электронная сигарета, электронный генератор пара, устройство для нагревания и иные устройства. СДН может быть конструктивно соединена с никотиносодержащей продукцией в одноразовое устройство.

Таким образом, в отличие от традиционных курительных и некурительных табачных изделий (табак жевательный, сосательный и нюхательный) табак нагреваемый и жидкости для электронных систем доставки никотина используются исключительно при помощи СДН и в результате их применения образуется не табачный дым, а табачный пар (аэрозоль), вырабатывающийся в результате нагревания табачной смеси (никотиносодержащей жидкости) без ее горения (тления).

В настоящее время на рынке обращаются следующие виды инновационной никотиносодержащей продукции:

- стики с нагреваемым табаком (используются исключительно с ЭСНТ);

- картриджи с никотиносодержащей жидкостью (используются исключительно с ЭСДН);

- никотиносодержащие жидкости (используются исключительно с ЭСДН);

- одноразовые электронные сигареты (СДН конструктивно соединена с продукцией в одноразовое устройство).

Общими принципами, которые позволяют классифицировать такую продукцию как отдельную категорию и выделить ее из иных потребительских товаров, являются:

* наличие никотина;
* образование аэрозоля, содержащего никотин или соли никотина, вдыхаемого потребителем;
* отсутствие горения (тления) табака, способ потребления - нагревание;
* использование со специальными устройствами – системами доставки никотина.

Указанные продукты, могут содержать или не содержать табак, но все они содержат никотин и по этому объединяющему признаку их можно отнести к одному виду продукции – никотиносодержащей, однако все инновационные никотиносодержащие продукты отличаются способом потребления. От традиционных курительных табачных изделий эта продукция отличается тем, что она потребляется путем вдыхания аэрозоля или пара, образующихся не в результате горения и тления, а в результате нагревания табачной смеси или никотиносодержащей жидкости и, следовательно, эта продукция не сопоставима по своим техническим характеристикам и свойствам с традиционными курительными табачными изделиями.

Таким образом, инновационную никотиносодержащую продукцию и СДН нельзя признать табачной продукцией, и их оборот, следовательно, не регулируется требованиями Регламента.

Кроме того, инновационная никотиносодержащая продукция не сопоставима с традиционными табачными изделиями и по цене.

Так, в соответствии со сведениями о минимальных и максимальных розничных ценах на табачные изделия, размещенными на сайте ФНС России, средняя цена за пачку сигарет составляет 125 рублей.

При этом средняя цена инновационной никотиносодержащей продукции[[3]](#footnote-3) за единицу продукции составляет 200 рублей, а СДН – 2400 рублей.

Таким образом, цена за единицу инновационной никотиносодержащей продукции, которая по сути не является для покупателя конечным продуктом, позволяющим удовлетворить его потребность в получении никотина, без использования СДН превышает 10 процентов от цены традиционных курительных изделий, которые являются продуктом, готовым к потреблению.

Конечный потребитель использует инновационные никотиносодержащие продукты и СДН в сборке и все они **на уровне потребления** сопоставимы по удовлетворению потребности человека. Однако и на оптовом, и на розничном рынках изделия в сборке, системы доставки никотина и никотиносодержащая продукция обращаются по законам спроса, не представляя собой сопоставимые изделия или их совокупность в отличие от сигарет с фильтром, сигарет без фильтра и папирос, которые являются изделиями в сборке и конечным продуктом.

В соответствии с пунктом 3.7 Порядка, учитывая функциональное назначение, применение, качественные и технические характеристики, а также условия реализации, можно определить **табачную продукцию как товар, не имеющий заменителей**, что подтверждается результатами«теста гипотетического монополиста», проведенногов период с 21.05.2020 по 05.06.2020.

Основная часть потребителей табачной продукции (**64** %) ответили, что не готовы перейти на потребление инновационной никотиносодержащей продукции в случае повышения цены на табачную продукцию на 5-10 %, при сохранении неизменными цен на инновационную никотиносодержащую продукцию.

Подавляющее большинство (**97** %) потребителей инновационной никотиносодержащей продукции также не готовы перейти на табачную продукцию при повышении цены на инновационную никотиносодержащию продукцию на 5-10 %, при сохранении неизменными цен на табачную продукцию.

**50 %** потребителей двух видов продукции (большая часть) ответили, что не готовы отказаться от потребления одного из них, в случае повышения цен сразу на оба вида продукции.

**40** **%** потребителей двух видов продукции (большая часть) ответили, что не готовы перейти на потребление одного вида продукции в случае повышения цены другого.

 Таким образом, по результатам проведенного опроса «тест гипотетического монополиста», в соответствии с пунктом 3.8 Порядка, Управление приходит к выводу, что табачная продукция и инновационная никотиносодержащая продукция не является взаимозаменяемыми товарами.

**Табачная продукция - это табачное изделие, упакованное в потребительскую тару.**

Товар, подлежащий исследованию, определен как **табачная продукция (табачные изделия в штуках)**.

Объем предложения на федеральном оптовом рынке табачных изделий складывается из объемов производства табачных изделий в Российской Федерации (далее - РФ) и импорта табачных изделий в РФ (коды 2402 и 2403 Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (далее - ТН ВЭД) в соответствии с Федеральным законом от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» и Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза»), уменьшенных на величину экспорта.

**По данным ФАС России, доля предложения сигарет с фильтром, без фильтра, папирос** (определены под кодами 12.00.11.130, 12.00.11.140 Классификатора и кодом 2402 20 ТН ВЭД) **на федеральном оптовом рынке от общего объема предложения на оптовом рынке табачной продукции в Российской Федерации устойчиво превышала 98 % на временном интервале предыдущего исследования (2016 год),** также это подтверждается данными по производству табачных изделий и статистики по импорту и экспорту табачных изделий Федеральной таможенной службы (информация имеется в открытом доступе на сайте www.customs.gov.ru).

Таким образом, в качестве товара на оптовом рынке табачной продукции с ошибкой не выше 2 % можно рассматривать набор в виде сигарет с фильтром, без фильтра и папирос, так как субрынок остальных видов табачных изделий не может оказать влияние на развитие конкуренции на оптовом рынке табачной продукции в целом. При этом взаимозаменяемость марок (брендов) указанных табачных изделий не рассматривается, т.к. анализу подлежит только оптовый рынок, для которого взаимозаменяемость марок (брендов) табачных изделий не существенна, поскольку обычно закупается партия табачных изделий, а ассортимент внутри партии определяется статистикой спроса.

**Таким образом продуктовые границы рынка в настоящем исследовании определены, как оптовый рынок табачной продукции (сигареты с фильтром, без фильтра и папиросы).**

Анализируемый вид деятельности – **оптовая реализация табачной продукции независимым покупателям хозяйствующими субъектами, осуществляющими их производство/импорт, и/или иными хозяйствующими субъектами, входящими в одну группу лиц с производителем/импортером, а также отдельными хозяйствующими субъектами – федеральными дистрибуторами и/или иными хозяйствующими субъектами, входящими в одну группу лиц с федеральными дистрибуторами.**

1. **Географические границы товарного рынка**

Географические границы оптового рынка табачной продукции определены, в соответствии с пунктом 4.5 Порядка, как территория местоположения приобретателей продукции на указанном рынке. Анализ данного товарного рынка проводился в географических границах Российской Федерации. Данное решение основывается на следующих заключениях.

Несколько крупнейших вертикально-интегрированных компаний[[4]](#footnote-4) (Japan Tobacco International (Джапан Тобакко Интернэшнл) – 40,68 %\* за 2018 год и 40,15 %\* за 2019 год, Philip Morris International (Филип Моррис Интернэшнл) – 25,52 %\* за 2018 год и 24,53 %\* за 2019 год, British American Tobacco Russia (Бритиш Американ Тобакко Россия) – 19,91 %\* за 2018 год и 22,22 %\* за 2019 год, Imperial Brands (Империал Брэндс) (в начале 2016 года переименовано из Imperial Tobacco Group) – 9,22 %\* за 2018 год и 10,25 %\* за 2019 год **(далее – Крупнейшие компании отрасли),** осуществляющих свою деятельность на территории РФ, **обеспечивают практически весь объем производства сигарет, поступающих на оптовый рынок** (совокупная доля – 95,33 %\* за 2018 год и 97,16 %\* за 2019 год)**.** Сфера деятельности этих компаний распространяется на всю территорию Российской Федерации и за ее пределы (экспорт).

Поскольку в настоящее время между государствами-членами Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС) нет единых принципов ведения налоговой политики в области косвенных налогов, то величина акцизов на табачную продукцию также, как и НДС, не гармонизирована, поэтому единый рынок обращения табачной продукции в рамках таможенного союза между Арменией, Белоруссией, Казахстаном, Киргизстаном и Россией не рассматривается настоящим аналитическим исследованием.

По данным участников рынка, регионы расположения оптовых приобретателей сигарет распространены на всю территорию Российской Федерации.

**Таким образом, географические границы оптового рынка табачной продукции были определены как территория Российской Федерации (федеральный рынок).**

1. **Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на рынке**

На основании проведенного анализа установлено, что схема товародвижения на рынке сигарет выглядит следующим образом



+ импорт

IB

IB

\*

 \*С 2018 года 2 завода АО «Донской табак» принадлежит компании JTI, которая в 2018 году приобрела 100% голосующих акций компании. Однако, по договорам, заключенным АО «Донской табак» ранее и подлежащим к исполнению до конца 2021 года, в схеме АО «Донской табак» выступает и как поставщик на федеральный оптовый рынок.

Анализ схемы товародвижения, а также процентное соотношение долей поставщиков на рынок показывают, что в сфере оптовой реализации табачной продукции необходимо выделить и рассматривать два рынка: крупнооптовый федеральный рынок и оптовый федеральный рынок.

Сокращения и обозначения:

ТД – торговые дома

ОП – отдел продаж

 - продажа - отгрузка

Вместе с тем, следует отметить дальнейшее товародвижение на федеральном оптовом рынке: покупка продукции оптовыми покупателями для последующей розничной продажи, мелкооптовыми дистрибьютерами и розничными продавцами.

В настоящем аналитическом исследовании рассматривался исключительно **крупнооптовый федеральный рынок и оптовый федеральный рынок**.

Установлено присутствие **на крупнооптовом федеральном рынке** хозяйствующих субъектов, аффилированных с крупными международными компаниями. Такими хозяйствующим субъектами являются:

- Группа лиц JTI (ООО «Петро», ООО «Дж.Т.И. Россия», АО «Донской табак») входит в международный холдинг JAPAN TOBACCO INC (Япония).

- Группа лиц PMI (АО «Филип Моррис Ижора», АО «Филип Моррис Кубань», ООО «Филип Моррис Сэйлз Энд Маркетинг») входит в международный холдинг PHILIP MORRIS INTERNATIONAL INC (США).

- Группа лиц BAT (АО «БАТ-Спб», АО «МУМТ») входит в международный холдинг BAT p.l.c. (Великобритания).

- Группа лиц IB (ООО «Империал Тобакко Волга», ООО «Империал Тобакко Продажа и Маркетинг») входит в международный холдинг IMPERIAL BRANDS (Великобритания).

С учетом наличия групп лиц субъектами выделенных рынков являются:

- **на крупнооптовом федеральном рынке: поставщики** – группы лиц BAT, PMI, JTI, IB; **покупатели** – группа компаний «СНС» (далее ГК «СНС») (единственный, но не эксклюзивный дистрибьютор группы лиц ВАТ), группа компаний «Мегаполис» через свои территориальные структурные подразделения (далее - ГК «Мегаполис») (единственный, но не эксклюзивный дистрибьютор групп лиц PMI, JTI, IВ);

- **на оптовом федеральном рынке поставщиками являются:** ГК «СНС», ГК «Мегаполис», остальные заводы-производители, заводы-производители-импортеры через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, остальные компании-импортеры через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, а **покупателями -** субъекты федерального оптового рынка.

К субъектам федерального оптового рынка относятся хозяйствующие субъекты, приобретающие табачную продукцию оптом для последующей розничной продажи, а именно крупные торговые сети, владельцы средних и малых торговых форматов.

**Поскольку предметами исследования являются: крупнооптовый федеральный рынок и оптовый федеральный рынок (на котором работает значительное число субъектов и который влияет на цены розничного рынка и удовлетворение спроса населения), то дальнейшее аналитическое исследование было построено, в том числе, на разграничении указанных рынков.**

Кроме того, в ходе проведения исследования ФАС России установлена **многослойность оптовых рынков** табачной продукции. Продукция некоторых компаний, прежде чем дойти до конечного потребителя, проходит несколько уровней оптовой реализации табачной продукции (товарно-денежные отношения между хозяйствующими субъектами, несмотря на принадлежность к одной группе лиц). Так, например, продукция АО «БАТ-Спб» проходит 4 уровня опта:

1) АО «БАТ-Спб» реализует продукцию АО «МУМТ»;

2) АО «МУМТ» реализует продукцию ООО «СНС-Холдинг»;

3) ООО «СНС-Холдинг» реализует продукцию группе компаний СНС;

4) Группа компаний СНС реализует продукцию на федеральный оптовый рынок.

Такое положение на оптовых рынках табачной продукции формирует особенности ценообразования на табачную продукцию на розничном рынке.

**VI. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на крупнооптовом федеральном рынке**

В соответствии с пунктом 6.1 Порядка объем крупнооптового федерального рынка за изучаемый период времени был определен как сумма объемов продаж табачных изделий в натуральном выражении по Российской Федерации хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке в пределах установленных географических границ рынка, крупнооптовым покупателям (ГК «Мегаполис», ГК «СНС»).

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, общий объем оптовых продаж табачных изделий в натуральном выражении крупнооптовым покупателям составил:

* **в 2018 году – 209 843 498,78 тыс. шт.;**
* **в 2019 году – 186 463 249,1 тыс. шт.**

Таким образом, **показатели крупнооптовой реализации в 2019 году снизились** относительно 2018 года **на 11,14 процентных пунктов** (п.п.).

Расчет долей хозяйствующих субъектов на рынке производился в соответствии с пунктом 6.3 Порядка. Были определены доли хозяйствующих субъектов, действующих на крупнооптовом рынке, а также их принадлежность к группе лиц.

Перечень поставщиков на крупнооптовый рынок за исследуемый период представлен в таблице 1.

Таблица 1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Доля****2018** | **Доля****2019** | **2019 к 2018** |
| **Группа лиц JTI***(ООО «Петро», АО «Донской табак», ООО «Дж.Т.И. Россия»)* | 36,02 % | 36,75 % | 2,03 % |
| **Группа лиц PMI** *(АО «Филип Моррис Ижора», АО «Филип Моррис Кубань», ООО «ФМСМ»)* | 30,78 % | 31,53 % | 2,44 % |
| **Группа лиц BAT** *(АО «БАТ-Спб»,* *АО «МУМТ»)* | 24,27 % | 22,32 % | -8,03 % |
| **Группа лиц IB** *(ООО «Империал Тобакко Волга», ООО «Империал Тобакко Продажа и Маркетинг»)* | 8,94 % | 9,40 % | 5,15 % |

**VII.** **Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на оптовом федеральном рынке**

В соответствии с пунктом 6.1 Порядка общий объем оптового федерального рынка за изучаемый период времени был определен как сумма объемов продаж табачных изделий в натуральном выражении по Российской Федерации хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке в пределах установленных географических границ рынка, оптовым покупателям.

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, общий объем оптовых продаж табачных изделий в натуральном выражении по Российской Федерации составил:

* **в 2018 году – 230 097 921,3 тыс. шт.;**
* **в 2019 году – 209 160 616,7 тыс. шт.**

Таким образом, **показатели оптовой реализации** в 2019 году **снизились** относительно 2018 года более чем **на 9,10 процентных пунктов** (п.п.).

Расчет долей хозяйствующих субъектов на рынке производился в соответствии с пунктом 6.3 Порядка. Были определены доли хозяйствующих субъектов, действующих на оптовом федеральном рынке, а также их принадлежность к группе лиц.

Перечень поставщиков на оптовый федеральный рынок за исследуемый период представлен в таблице 2.

Таблица 2.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Доля****2018** | **Доля****2019** | **2019 к 2018** |
| **АО «ТК «Мегаполис»** | 69,45 % | 69,53 % | 0,12% |
| **ГК СНС** | 21,18 % | 21,92 % | 3,49% |
| **АО «Донской табак»** | 6,93 % | 6,98 % | 0,72% |
| **ООО «Балтийская табачная фабрика»** | 2,14 % | 1,29 % | -39,72% |
| **Иные импортеры** | <1% | <1% | <1% |

*Иные заводы-производители, заводы-производители-импортеры, реализующие табачную продукцию через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, остальные компании-импортеры - через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, имеют долю на рынке менее 1 %.*

Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя, характеризующего объем товарной массы, поставляемой данным хозяйствующим субъектом на рассматриваемый товарный рынок, к показателю, характеризующему объем рассматриваемого товарного рынка. Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке определяется применительно к установленному временному интервалу, к продуктовым границам и к географическим границам рассматриваемого товарного рынка, а также к составу хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

По результатам расчетов установлено, что на оптовом федеральном рынке табачной продукции за 2019 год **АО «ТК Мегаполис» по-прежнему занимает доминирующее положение, доля в 2019 году составляет 69,53 %** (2018 — 69,45 %). Таким образом, АО «ТК Мегаполис» является **отдельным хозяйствующим субъектом**, занимающим на исследуемом рынке **доминирующее положение**.

**Иных хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке более чем тридцать пять процентов, не установлено.**

**VIII. Определение уровня концентрации товарных рынков**

В соответствии с разделом VII Порядка для определения уровня концентрации товарного рынка используются следующие показатели:

1. Коэффициент рыночной концентрации (CRn) - сумма долей на товарном рынке (выраженных в процентах) определенного числа (n) крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.
2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) - сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке.

**Крупнооптовый федеральный рынок**

По оценке ФАС России, крупнооптовый федеральный рынок табачной продукции за исследуемый период являлся высококонцентрированным (согласно п. 7.2 Порядка).

|  |
| --- |
| ***Концентрация поставщиков табачной продукции на крупнооптовый рынок РФ*** |
|   |   |  **Доля 2018** |  **Доля 2019** |
| JTI | 36,02 % | 36,75 % |
| PMI | 30,78 % | 31,53 % |
| BAT p.l.c. | 24,27 % | 22,32 % |
| **CR3 (доля топ-3 поставщиков)** | **91,07 %** | **90,6 %** |

Также в соответствии с Порядком был рассчитан индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) для рынка крупнооптовой реализации табачной продукции. Индекс Герфиндаля — Гиршмана используется для оценки степени монополизации отрасли, вычисляется как сумма квадратов долей продаж каждой компании в отрасли: HHI = S21 + S22 + ... + S2n

**для наших данных за 2018 год:**

**HHI = 36,022 + 30,782 + 24,272 + 8,942 = 2 913,8053**

Поскольку HHI > 2000, то это подтверждает, что концентрация за 2018 год на исследуемом рынке высокая.

**для наших данных за 2019 год:**

**HHI = 36,752 + 31,532 + 22,322 + 9,402 = 2 931,2458**

Поскольку HHI > 2000, то это подтверждает, что концентрация за 2019 год на исследуемом рынке высокая.

**Оптовый федеральный рынок**

По оценке ФАС России, оптовый федеральный рынок табачной продукции за исследуемый период времени являлся высококонцентрированным (согласно п 7.2 Порядка).

|  |
| --- |
| ***Концентрация поставщиков табачной продукции на оптовый рынок РФ*** |
|   |   | **Доля 2018** | **Доля 2019** |
| Мегаполис |   | 69,45 % | 69,53 % |
| СНС |   | 21,18 % | 21,92 % |
| АО «Донской табак» |   | 6,93 % | 6,98 % |
| **CR3 (доля топ-3 поставщиков)** |   | **97,56%** | **98,43%** |
| ООО «Балтийская табачная фабрика» |   | 2,14 % | 1,29 % |
| ОАО «усмань-табак» |   | 0,15 % | 0,27 % |
| **CR5 (доля топ-5 поставщиков)** |   | **99,85%** | **99,99%** |

Был рассчитан индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) для рынка оптовой реализации табачной продукции.

**для наших данных за 2018 год:**

**HHI = 69,452 + 21,182 + 6,932 + 2,142 + 0,152 + 0,102 + 0,012 = 5 324,522**

Поскольку HHI > 2000, то это подтверждает, что концентрация за 2018 год на исследуемом рынке высокая.

**для наших данных за 2019 год:**

**HHI = 69,532 + 21,922 + 6,982 + 1,292 + 0,272 + 0,012 = 5 365,3648**

Поскольку HHI > 2000, то это также подтверждает, что концентрация за 2019 год на исследуемом рынке высокая.

Повышенная степень концентрации рынка и как следствие - слаборазвитая конкурентная среда. Тем не менее, высокая концентрация на рынке может иметь и ряд положительных аспектов, как, например, установление прозрачных правил для игроков на рынке, а также содействие борьбе с нелегальной торговлей продукцией.

Таким образом, за исследуемый период на рассматриваемых рынках реализации табачной продукции прослеживается устойчиво-высокий уровень концентрации на фоне одновременного уменьшения количества поставщиков и снижения объемов поставок на рынок.

**IX. Определение барьеров входа на рынок**

К основным барьерам входа на **крупнооптовый федеральный** **рынок** табачной продукции, как и в предыдущем аналитическом исследовании за 2016 год, помимо высокой степени концентрации, следует отнести закрепление на договорной основе конкретных поставщиков с конкретными крупнооптовыми покупателями, на протяжении всего рассматриваемого периода времени.

Также, к основным барьерам входа на крупнооптовый федеральный рынок для новых предприятий-производителей табачной продукции, помимо прочего, относится:

- необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений;

- издержки выхода с рынка, включающие инвестиции, которые практически невозможно возместить при прекращении хозяйственной деятельности;

- наличие экономически оправданного минимального объема производства, обуславливающего для хозяйствующих субъектов более высокие затраты на единицу продукции до момента достижения такого объема производства (эффект масштаба производства).

Значительным фактором, сдерживающим вхождение хозяйствующих субъектов на рассматриваемый рынок новых небольших предприятий, является наличие высоких инвестиционных рисков.

Основными барьерами входа новых хозяйствующих субъектов на **федеральный оптовый** **рынок** являются:

Высокий уровень концентрации.

По оценке ФАС России, за исследуемый период времени два поставщика на федеральный оптовый рынок сигарет (ГК «Мегаполис» и ГК «СНС») занимали более 90 % рынка.

Государственная политика в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции (рост ставки акцизов, запрет рекламы, ограничения по размещению продукции при розничной реализации и т.д.) – эти меры уменьшают рентабельность и сбытовые возможности новых игроков, ограничивая их возможности продвигать продукцию на рынок.

Обращение товаров на рынке табачной продукции характеризуется рядом особенностей его государственного регулирования, установленных Федеральным законом № 15, которые оказывают существенное влияние на состояние конкуренции на этом рынке, в частности:

1. Наличие существенных законодательных ограничений на рекламу и продвижение табачных изделий, в частности, полный запрет рекламы, выкладки товаров в местах продаж, спонсорства и стимулирования продаж, в том числе путем установления скидок с цены.

2. Ограничения в отношении категорий торговых объектов, в которых может осуществляться продажа табачных изделий, а также их расположения.

3. Требование установления производителями и публикации на официальном сайте ФНС России минимальных и максимальных цен в отношении сигарет (ММРЦ). Так согласно части 2 статьи 187.1 НК РФ максимальная розничная цена представляет собой цену, выше которой единица потребительской упаковки (пачка) табачных изделий не может быть реализована потребителям предприятиями розничной торговли, общественного питания, сферы услуг, а также индивидуальными предпринимателями. Максимальная розничная цена устанавливается налогоплательщиком самостоятельно на единицу потребительской упаковки (пачку) табачных изделий отдельно по каждой марке (каждому наименованию) табачных изделий. В свою очередь минимальная розничная цена в соответствии с частью 3 статьи 13 Федерального закона № 15 устанавливается на уровне 75 % от максимальной розничной цены табачной продукции и является мерой государственного воздействия на уровень цен табачной продукции. Реализация табачной продукции по цене, которая ниже минимальных розничных цен и выше максимальных розничных цен запрещена.

4. Специальные требования в отношении отслеживания движения и дистрибуции табачной продукции, в том числе при пересечении государственной границы Российской Федерации в рамках Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС), а также требование специальной маркировки в целях пресечения незаконной торговли табачной продукцией. При этом, проблема нелегального оборота табачной продукции остается нерешенной, а связанные с ней потери для бюджета Российской Федерации увеличиваются.

Такая ситуация складывается в виду того, что в настоящее время между государствами-членами ЕАЭС нет единых принципов ведения налоговой политики в области косвенных налогов, в связи с этим величина акцизов на табачную продукцию также, как и НДС, не гармонизирована. По этой причине существуют проблема роста нелегального оборота табачной продукции, а именно поступление на территорию России табачной продукции из сопредельных стран ЕАЭС, ставки акцизов в которых остаются существенно более низкими.

На сегодняшний день предприняты шаги к регулированию товаропотоков в табачной отрасли. В виде эксперимента на всей территории Российской Федерации в 2018 году проводилась маркировка табачной продукции средствами идентификации (постановление Правительства Российской Федерации от 27.11.2017 № 1433 «О проведении эксперимента по маркировке табачной продукции средствами идентификации и мониторингу оборота табачной продукции»). С появлением электронной маркировки в рамках легального пространства стало возможно полномерное отслеживание товаропотоков. Все задачи этапа выполнены в полном объеме: отработаны технические и организационные вопросы маркировки табачных изделий кодами DataMatrix на всех этапах производства и оборота продукции.

Согласно распоряжению Правительства Российской Федерации от 28.04.2018 № 792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации» табачная продукция (код ОКПД2: 12.00.11 - сигары, сигариллы, сигареты, папиросы) с 01.03.2019 подлежат обязательной маркировке.

Сроки и Правила маркировки табачной продукции определены в постановление Правительства Российской Федерации от 28.02.2019 № 224 «Об утверждении Правил маркировки табачной продукции средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении табачной продукции».

Указанные выше особенности и требования устанавливают жесткие ограничения форм, в которых может осуществляться конкуренция на рассматриваемом рынке, а также создают барьеры для входа на него новых участников или ввода новых продуктов, наряду с крайне ограниченными возможностями доведения до потребителя информации о новых продуктах, а также стимулирования спроса на них. В частности, это обуславливает особую важность для рынка табачной продукции следующих доступных форм конкуренции:

-  конкуренция по цене;

-  конкуренция по обеспечению наличия продукции в местах продаж, за счет эффективной дистрибьюции и продаж продукции;

-  конкуренция по разработке и внедрению инновационной продукции с потенциалом к снижению вреда для здоровья потребителей.

Указанные факторы делают рынок табачной продукции малопривлекательным для новых участников.

**X. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке**

На основании проведенного исследования ФАС России приходит к выводу, что за иследуемый период рынки оптовой реализации табачной продукции по-прежнему остаются рынками с недостаточно развитой конкуренцией с устойчиво-высоким уровнем концентрации на фоне одновременного уменьшения количества поставщиков и снижения объемов поставок на рынок.

Сложная и многоступенчатая дистрибуция с ограниченным кругом хозяйствующих субъектов (за счет долгосрочных договоров дистрибуции с единственным покупателем), которая закреплена и неизменна на рынке продолжительное время, является одним из проблематичных аспектов отрасли.

Такое построение дистрибуции может быть допустимо, т.к. ограниченное количество хозяйствующих субъектов позволяет контролирующим органам эффективнее отслеживать товарные потоки и пресекать поступление на рынок нелегальной продукции, однако такая ситуация является исключением с точки зрения классического понимания антимонопольного законодательства.

ФАС России считает целесообразным рекомендовать хозяйствующим субъектам, занимающим значительные доли на рынках табачной продукции, разработать и согласовать с антимонопольным органом коммерческие политики (торговые практики), устанавливающие перечень прозрачных недискриминационных критериев, которыми будет руководствоваться хозяйствующий субъект при определении контрагента и условий сотрудничества с ним.

Прозрачность взаимодействия с контрагентами будет свидетельствовать об открытости хозяйствующего субъекта, снизит риски нарушения антимонопольного законодательства, предотвратит наступление административной ответственности за такие нарушения.

В условиях современной экономики, а также в соответствии со статьей 9.1 Закона о защите конкуренции, целесообразно рассмотреть возможность внедрения такого метода контроля, как антимонопольный комплаенс. ФАС России на постоянной основе проводит консультирование хозяйствующих субъектов по вопросам организации и построения комплаенса как одного из основных направлений снижения рисков нарушения антимонопольного законодательства.

**Проблемы развития конкуренции.**

Несовершенство табачной отрасли и ее развития во многом связано с отсутствием единого регулятора, которое является причиной недостаточной согласованности в нормотворческой и правоприменительной практике различных государственных органов, наделенных отдельными полномочиями в регулировании и надзоре над различными аспектами деятельности отрасли (таких, как Минсельхоз России, Минздрав России, Минфин России, Минпромторг России, ФАС России, Роспотребнадзор и т.д.). В результате отсутствует комплексный долгосрочный подход к развитию отрасли, который учитывал бы, с одной стороны, специфику производимой продукции и безусловный приоритет охраны общественного здоровья, а с другой – налоговый, инвестиционный и инновационный потенциал отрасли. В практике других стран табачная отрасль регулируется специализированным органом, отвечающим за фискальную или торгово-промышленную политику.

В настоящее время отсутствует нормативный правовой акт, регулирующий в полной мере производство/оборот табачной продукции и инновационной никотиносодержащей продукции, некоторые положения Федерального закона № 15 затрагивают сферу регулирования оборота табачной продукции, но в условиях современной российской экономики данное регулирование не является достаточным и полным (как, например, в настоящее время осуществляется регулирование производства и оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции Федеральным законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»).

Как указано выше, одной из проблем, влияющей на условия конкуренции на рынке табачной продукции, является отсутствие единой фискальной политики, включая единые ставки акциза на табачные изделия, при отсутствии таможенных границ в рамках ЕАЭС.

Ежегодное увеличение ставок акцизов на табачную продукцию, значительно превышающее уровень инфляции, привело к критическому падению ценовой доступности табачной продукции для потребителей с невысокими доходами. Накопленная инфляция с января 2013 года по декабрь 2019 года составила 55,4 % в то время как рост минимальной ставки акциза на сигареты за тот же период составил 352 % (с 730 до 2671 рублей за 1000 сигарет).

Снижение покупательской способности населения в указанный период, а также отсутствие эфективного контроля за перемещением сигарет, производимых на территории стран, входящих в Таможенный союз, где уровень ставок в 2-3 раза ниже чем в Российской Федерации, привело к стремительному росту уровня нелегальной торговли табачными изделиями в Российской Федерации. Так, по данным аналитического агенства по изучению товарных рынков AC Nielsen в ноябре 2019 года доля нелегально продаваемых в России сигарет достигла 15,6 % от общего объема продаж.

Это приводит не только к потере рынка сбыта для легальной продукции, которая проигрывает в ценовой конкуренции нелегальным поставкам сигарет из стран – членов ЕАЭС, но и наносит существенный ущерб государству. По экспертным оценкам, налоговые потери (акциз и НДС) федерального бюджета за 2019 год от торговли нелегальными сигаретами составили более 100 млрд. рублей.

**Предложения по развитию конкуренции.**

Для развития конкуренции на рынке табачной продукции и совершенствования регулирования и контроля всей табачной отрасли ФАС России считает необходимым разработать проект плана мероприятий («дорожной карты») по совершенствованию регулирования и развитию конкуренции на рынке табачной продукции (далее — «дорожная карта»). ФАС России выражает готовность в рамках работы Экспертного совета предоставить постоянно действующую площадку для разработки «дорожной карты» совместно с заинтересованными органами исполнительной власти и бизнес-сообществом.

Одним из основных пунктов «дорожной карты» антимонопольный орган видит необходимость определения полномочного федерального органа исполнительной власти, который будет наделен полномочиями по выработке государственной политики в табачной отрасли, а также органа по контролю и надзору в табачной отрасли, с включением в его компетенцию всех вопросов, связанных с регулированием деятельности по производству и обороту табачной и инновационной никотиносодержащей продукции, а также перспективы приведения отраслевого законодательства в соответствие с современным состоянием рынков и государственных задач по контролю за оборотом и реализацией продукции.

Одним из наиболее эффективных методов борьбы с нелегальным поступлением табачной продукции на территорию Российской Федерации является устранение экономических стимулов потребления нелегальной продукции, поставляемой из стран государств – членов ЕАЭС, через введение общих принципов акцизного регулирования на территории Таможенного Союза.

Так, в декабре 2019 года Российская Федерация заключила международное «Соглашение о принципах ведения налоговой политики в области акцизов на табачную продукцию государств – членов Евразийского экономического союза» (далее – Соглашение), которое должно обеспечить к 2024 году выравнивание акцизной нагрузки для сигарет, производимых в странах – участниц ЕАЭС. Однако, Соглашение до настоящего времени не вступило в силу в связи с тем, что не все государства члены Соглашения завершили внутригосударственные процедуры, необходимые для вступления Соглашения в силу.

В связи с указанным, в целях противодействия росту объема нелегальной продукции в Российской Федерации, представляется целесообразным проведение допольнительных шагов со стороны Российской Федерации по стимулированию государств – участников соглашения к выполнению принятых на себя обязательств.

Возможно дополнительно изучить вопрос целевого использования акцизных поступлений для реализации проектов профилактики табакокурения или потребления никотиносодержащей продукции, развития инфраструктуры досуга и спорта, пропаганды здорового образа жизни.

В целях повышения привлекательности отрасли необходимо принятие согласованной инвестиционной политики в сфере развития табачной отрасли. На рынке табачной продукции, где условия для конкуренции ограничены, должна применяться эффективная государственная система контроля, гибкая, ориентированная на стратегические цели, способствующая привлечению инвестиций, защищающая интересы участников рынка, а главное конечных потребителей не только в краткосрочном, но и в долгосрочном плане.

В рамках своей компетенции антимонопольный орган будет уделять особое внимание вопросам недопущения возможности злоупотребления участниками рынка своей рыночной властью, а также недопущения недобросовестной конкуренции.

Эти меры будут способствовать развитию добросовестной конкуренции на рынке табачной продукции и будут гарантией развития смежных рынков, а также создадут новые возможности для социально значимых проектов.

Начальник Управления В.Б. Мишеловин

1. Табак нагреваемый - изделие, состоящее из табачного сырья с добавлением или без добавления ингредиентов, предназначенное для потребления исключительно с устройством для нагревания путем вдыхания табачного пара, образующегося при его нагревании без горения и тления. [↑](#footnote-ref-1)
2. Жидкостью для электронных систем доставки никотина признается любая жидкость с содержанием жидкого никотина в объеме от 0,1 мг/мл, предназначенная для использования в электронных системах доставки никотина, посредством нагревания данной жидкости и перевода ее в парообразное состояние. [↑](#footnote-ref-2)
3. Информация о ценах размещена на официальных сайтах официальных сайтах производителей и дистрибьютеров продукции. [↑](#footnote-ref-3)
4. Вертикальная интеграция - производственное и организационное объединение, слияние, кооперация, взаимодействие предприятий, связанных общим участием в производстве, продаже, потреблении единого конечного продукта: поставщиков материалов, изготовителей узлов и деталей, сборщиков конечного изделия, продавцов и потребителей конечного продукта. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. "Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М." (ИНФРА-М, 2011).

\*- по данным ФАС России. [↑](#footnote-ref-4)