

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ПОДГОТОВКЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА
О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ
НА РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ ДИЗЕЛЬНОГО ТОПЛИВА**

1. Общие положения

1.1 Настоящие Методические указания разработаны на основе Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденного приказом ФАС России от 28.04.2010 №220 (далее – Порядок).

1.2 Целью проведения анализа конкуренции на розничных рынках дизельного топлива является установление доминирующего положения вертикально интегрированных нефтяных компаний (далее – ВИНК) на региональных рынках, а также унификация методов анализа с учетом проведенного обобщения лучших практик территориальных органов ФАС России.

1.3 В связи с тем, что рассматриваемые товарные рынки являются региональными, исследование осуществляется территориальными органами ФАС России (далее – УФАС России) совместно с Центральным аппаратом ФАС России (далее – ЦАФАС России).

1.4 УФАС России осуществляют сбор первичной информации в подведомственных субъектах Российской Федерации, проводят анализ состояния конкуренции на товарных рынках, составляют аналитический отчет, в котором приводятся результаты проведенного анализа и представляются указанные аналитический отчет с приложением в ЦАФАС России. По результатам обобщения представлений УФАС России информации, ЦАФАС России составляет аналитический отчет о состоянии конкуренции на розничных рынках дизельного топлива в целом по Российской Федерации.

II. Временной интервал исследования

2.1 Так как исследование носит ретроспективный характер, целесообразно определить временной интервал исследования как 2012 год.

III. Продуктовые границы рынка

3.1 Предварительное определение товара – дизельное топливо.

3.2 Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности, принятому Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии от 06.11.2001 №454-ст, розничная торговля дизельным топливом классифицирована в группе 50.50 «Розничная торговля моторным топливом».

3.3 Дизельное топливо предназначено для двигателей внутреннего сгорания с воспламенением рабочей смеси от сжатия (дизелей). ГОСТ по дизельному топливу определяют область применения дизельного топлива как моторное топливо для дизельных и газотурбинных двигателей (ГОСТ 305-82: «Настоящий стандарт

распространяется на топливо для быстроходных дизельных и газотурбинных двигателей...»).

3.4 В зависимости от условий применения дизельного топлива ГОСТ 305-82 устанавливает три марки дизельного топлива: Д (летнее) – рекомендованное для эксплуатации при температуре окружающего воздуха 0°С и выше; З (зимнее) – рекомендованное для эксплуатации при температуре окружающего воздуха минус 20°С и выше (температура застывания топлива не выше минус 35°С) и минус 30°С и выше (температура застывания топлива не выше минус 45°С); А (арктическое) – рекомендованное для эксплуатации при температуре окружающего воздуха минус 50°С и выше.

Все перечисленные марки дизельного топлива имеют одно функциональное назначение (топливо для быстроходных дизельных и газотурбинных двигателей), при переходе с марки на марку двигателя не требуют конструктивных изменений. Все указанные марки дизельного топлива имеют одинаковые требования к упаковке, маркировке, хранению и транспортировке (ГОСТ 1510).

Дифференциация марок и значительные отличия в технических характеристиках обусловлены не различиями в применении потребителем в качестве моторного топлива, а климатическими условиями потребления (температурой окружающей среды, сезонностью), единичными для всех потребителей. Состав продавцов и покупателей при этом также остается неизменным.

Таким образом, дизельное топливо, реализуемое в качестве моторного топлива для автомобилей дизельных двигателей, независимо от единиц для всех потребителей и продавцов изменений условий потребления представляет собой один товар.

Брендованное дизельное топливо различных марок (Ultimate, Pulsar, V-Power, G-Drive, Экто и тому подобное) следует рассматривать как одну товарную группу.

Также, в целях исключения взаимозаменяемости дизельного и газового топлива следует отметить, что для работы автомобиля на сжиженном газе необходима специальная газобаллонная установка. К существенным недостаткам газобаллонных автомобилей можно отнести уменьшение грузоподъемности автомобиля и повышение его пожароопасности. Нельзя не учитывать тот факт, что расположение газовых запорочных станий носит локализованный характер и на отдельных территориях отсутствует возможность заправки данным топливом.

IV. Географические границы рынка

4.1 Предварительное определение географических границ товарного рынка – границы субъекта Российской Федерации.

4.2 Для определения географических границ товарного рынка УФАС России необходимо оценить экономическую возможность приобретения дизельного топлива потребителем.

Исходя из территориальной фиксированности автозаправочных станий (далее – АЗС), основными ограничениями экономической возможности приобретения дизельного топлива потребителем являются расположение АЗС,

расстояние до АЗС, маршрут следования до АЗС и транспортные расходы, связанные с поиском и приобретением дизельного топлива. Также, исходя из низкой эластичности спроса, рекомендуется включать в географические границы розничного рынка дизельного топлива территории в пределах одного региона и находящуюся в пределах 100 километров от АЗС, при условии равных или несущественно отличающихся цен (менее 10%).

V. Состав хозяйствующих субъектов

5.1 Продавцами на розничных рынках дизельного топлива являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность по розничной торговле дизельным топливом на АЗС единичным количеством товара (дизельным топливом) преимущественно для личного использования.

5.2 Покупателями на розничных рынках дизельного топлива являются физические и юридические лица, приобретающие дизельное топливо единичного количества преимущественно для личного использования.

5.3 При выявлении хозяйствующих субъектов, действующих на розничных рынках дизельного топлива следует руководствоваться пунктом 5.2 Порядка.

5.4 С целью дефиниции хозяйствующих субъектов, действующих на розничных рынках дизельного топлива следует указывать:

- полное наименование (с указанием организационно-правовой формы);
- адрес места нахождения;
- принадлежность к группе лиц.

VI. Расчет объема товарного рынка

и долей хозяйствующих субъектов на рынке

6.1 У выявленных хозяйствующих субъектов, действующих на розничных рынках дизельного топлива следует запросить сведения об объемах реализации дизельного топлива (Приложение №1).

6.2 В качестве показателя объема товарной массы используется показатель объема продаж дизельного топлива в натуральном выражении (литр).

6.3 Коэффициент пересчета дизельного топлива из тонн в литры равен 0,843.

6.4 Доля хозяйствующего субъекта на розничном рынке дизельного топлива рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя характеризующего объем товарной массы, реализуемой данным хозяйствующим субъектом на исследуемый товарный рынок, к показателю, характеризующему объем расматриваемого товарного рынка.

VII. Определение уровня концентрации товарного рынка

7.1 С целью оценки концентрации необходимо использовать коэффициенты CR и HHI.

VIII. Определение барьеров входа на товарный рынок

8.1 К барьерам входа на мелкооптовый рынок дизельного топлива следует отнести, в том числе:

8.1.1 экономические ограничения: 8.1.1.1 необходимость осуществления значительных первоначальных капиталовых вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений;

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

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

8.1.2 административные ограничения:

8.1.2.1 условия лицензирования;

8.1.2.2 трудности в получении земельных участков;

8.1.2.3 экологические ограничения;

8.1.2.4 стандарты и предъявляемые к качеству;

8.1.3 Наличие на розничных рынках дизельного топлива ВИНК также приводит к созданию барьеров входа на исследуемый товарный рынок.

IX. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

9.1 При оценке состояния конкуренции на розничных рынках дизельного топлива в аналитическом отчете следует отразить:

- заключение о развитости товарного рынка;
- анализ поведения хозяйствующих субъектов на товарном рынке;
- результаты хозяйственной деятельности на товарном рынке;
- наличие факторов, способствующих ограничению конкуренции на товарном рынке;

- наличие ВИНК, занимающей доминирующее положение, в том числе наличие так называемого «коллективного доминирования».

Начальник Управления

Д.Н. Махонин

Приложение №1
к Методическим указаниям по подготовке
аналитического отчета о состоянии
конкурентной среды на розничных рынках
дизельного топлива

**Сведения о составе участников розничного рынка дизельного топлива
и объемах их реализации**

Географические границы розничного рынка дизельного топлива	Наименование хозяйствующего субъекта, осуществляющего деятельность по розничной торговле моторным топливом	Принадлежность к группе лиц (независимый)	Дизельное топливо	
			Объем реализации (литры)	Доля на розничном рынке дизельного топлива, %