

ФАС России: практики организации продаж автомобилей и их сервисного обслуживания ограничивают конкуренцию

27 февраля 2012, 15:07

В связи с поступающими в последнее время многочисленными заявлениями о соответствии антимонопольному законодательству реализуемых автодистрибьюторами практик организации продаж автомобилей и их сервисного обслуживания, а также продаж запасных частей и комплектующих в Российской Федерации ФАС России сообщает следующее.

В результате проведения анализа сложившихся отношений между автодистрибьюторами и дилерскими/сервисными центрами Федеральная антимонопольная служба установила, что многие автодистрибьюторы:

1. Обязывают своих партнеров совмещать функции продажи автомобилей и их сервисного обслуживания. Это требование затрудняет вход на рынок действующих независимых сервисных центров, так как им необходимо осуществлять значительные инвестиции в строительство дилерских центров для того чтобы получить статус авторизованного сервисного центра и осуществлять гарантийное обслуживание. В результате реализации подобной практики в регионах, характеризующихся высоким спросом, наблюдается дефицит на рынке сервисного обслуживания. Это негативно сказывается на качестве услуг и их стоимости.
2. Не устанавливают ясных требований и правил по отбору контрагентов (дилеров), искусственно ограничивают срок действия дилерских соглашений, и, используя это, необоснованно расторгают, отказывают от заключения или пролонгации дилерских соглашений, односторонне расторгают договоры поставки запасных частей авторизованным дилерам. Такие действия наносят существенный урон действующим на рынке хозяйствующим субъектам.
3. Создают дискриминационные условия определенным дилерам внутри одной дилерской сети при поставке новых автомобилей и запасных частей к ним (недопоставка автомобилей; установление разных условий поставки, в том числе по комплектации автомобилей и режимам поставки; требование дополнительных инвестиций в оборудование, помещения; установление разных условий оплаты).
4. Ограничивают авторизованные дилерские и сервисные центры в выборе поставщиков оборудования и материалов, необходимых для укомплектования дилерских центров и центров сервисного обслуживания, что, в конечном счете, приводит к удорожанию такого оборудования и материалов.
5. Запрещают авторизованным сервисным центрам осуществлять ремонт автомобилей конкурирующих марок, что приводит к ограничению конкуренции на рынках сервисного обслуживания.
6. Необоснованно отказывают в заключении договора поставки оригинальных запасных частей и аксессуаров к автомобилям независимым сервисным центрам, что, в конечном счете, приводит к удорожанию таких запасных частей и аксессуаров.

7. Поставляют специальное оборудование для технического обслуживания, диагностики автомобилей только авторизованным сервисным центрам.

8. Устанавливают дилеру цены розничной перепродажи оригинальных запасных частей и аксессуаров.

В результате применения таких практик создается непрозрачная и нездоровая деловая среда, ущемляются интересы хозяйствующих субъектов, действующих на рынках продаж и сервисного обслуживания автомобилей, ограничивается конкуренция.

Негативным последствием подобного рода действий на рассматриваемых рынках является значительное завышение стоимости запасных частей, дилерского и сервисного обслуживания, а также снижение качества такого обслуживания.

В настоящее время ФАС России рассматривает вопрос о возбуждении дел о нарушении антимонопольного законодательства в отношении автодистрибьютеров и дилеров автомобилей марок ŠKODA, Hyundai, KIA, JAGUAR, Land Rover, Ford, а также запасных частей к автомобилям марок AUDI, ŠKODA, Volkswagen, в связи с чем проводит анализы соответствующих товарных рынков.

Для уточнения позиции автодистрибьютеров ФАС России проведет совещание с участниками рынка с целью добровольного устранения выявленных признаков нарушений и предотвращения совершения нарушений антимонопольного законодательства, а также установления новых отраслевых правил, направленных на развитие конкуренции, суть которых заключается в следующем.

1. Разделение продажи и сервисного обслуживания автомобилей. Возможность получения статуса официального дилера по продажам, по сервисному обслуживанию или универсального официального дилера.

2. Установление четких требований, процедур, сроков при отборе контрагентов (для получения статуса официального дилера), исключающих возможность координации деятельности независимых участников рынка.

3. Введение процедуры аккредитации сервисных центров и предоставления им права осуществлять техническое обслуживание автомобилей, находящихся на гарантии.

4. Обеспечение доступа независимым автосервисам:

- к техническим регламентам, устанавливающим порядки, сроки, нормы при осуществлении технического обслуживания автомобилей, в том числе находящихся на гарантии;

- к приобретению запасных частей, программного обеспечения и оборудования для технического обслуживания автомобилей конкретных марок хозяйствующим субъектам, не являющимся официальными дилерами.