

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА  
УПРАВЛЕНИЕ КОНТРОЛЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ПОДГОТОВКЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА  
О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ  
НА МЕЛКООПТОВЫХ РЫНКАХ ДИЗЕЛЬНОГО ТОПЛИВА**

**I. Общие положения**

1.1 Настоящие Методические рекомендации 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 мелкооптовых 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 – ЦА ФАС России).

1.4 УФАС России осуществляют сбор первичной информации в подведомственных субъектах Российской Федерации, определяют барьеры входа на товарные рынки и представляют в ЦА ФАС России Приложение №1, с целью определения субъектов рынка – поставщиков для каждого региона с учетом межрегиональных связей, объемов поставок дизельного топлива в соответствующий регион и долей поставщиков в региональном секторе рынка дизельного топлива.

1.5 По результатам обобщения представленной УФАС России информации, ЦА ФАС России составляет аналитический отчет о состоянии конкуренции на мелкооптовых 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 период 01.04.2013 – 01.04.2014.

**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, мелкооптовая торговля дизельным топливом классифицирована в подгруппе 51.51.2 «Оптовая торговля моторным топливом, включая авиационный бензин».

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: Л (летнее) – рекомендуемое для эксплуатации при температуре окружающего воздуха 0°С и выше; З (зимнее) – рекомендуемое 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) – рекомендуемое 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 незначительные отличия в технических характеристиках обусловлены не различиями в применении потребителем в качестве моторного топлива, а климатическими условиями потребления (температурой окружающей среды, сезонностью), едиными для всех потребителей. Состав продавцов и покупателей при этом также остается неизменным.

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

#### **IV. Географические границы рынка**

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

4.2 Для определения географических границ товарного рынка необходимо запросить информацию у хозяйствующих субъектов, осуществляющих мелкооптовые поставки дизельного топлива для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием, инфраструктура которых расположена в предварительно определенных географических границах товарного рынка, с целью определения перечня, хозяйствующих субъектов, которые конкурируют друг с другом при осуществлении поставок данного товара (Приложение №1).

#### **V. Состав хозяйствующих субъектов**

5.1 Поставщиками на мелкооптовых рынках дизельного топлива являются любые хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность по поставке дизельного топлива в мелкооптовом сегменте товарного рынка, в том числе хозяйствующие

субъекты, закупающие товар преимущественно для целей последующей перепродажи.

5.2 Покупателями на мелкооптовых рынках дизельного топлива являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие розничную реализацию дизельного топлива, крупные промышленные предприятия, приобретающие дизельное топливо преимущественно для целей профессионального использования, а также хозяйствующие субъекты, приобретающие товар мелкооптовыми партиями преимущественно для целей последующей перепродажи.

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

5.4 С целью дефиниции хозяйствующих субъектов, действующих на мелкооптовых 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 В качестве показателя объема товарной массы используется показатель объема поставок дизельного топлива в натуральном выражении (тонны) хозяйствующим субъектам, осуществляющим розничную реализацию дизельного топлива, крупным промышленным предприятиям, приобретающим дизельное топливо преимущественно для целей профессионального использования, а также хозяйствующим субъектам, приобретающим товар преимущественно для целей последующей перепродажи.

6.2 Доля хозяйствующего субъекта на мелкооптовом рынке дизельного топлива рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя, характеризующего объем товарной массы, поставляемой данным хозяйствующим субъектом на исследуемый товарный рынок, к показателю, характеризующему объем рассматриваемого 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 капитальных 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 экономически оправданного минимального объема производства, обуславливающее 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 мелкооптовых 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 мелкооптовых 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

**Таблица для определения географических границ товарного рынка**

Наименование хозяйствующего субъекта – поставщика дизельного топлива			
Принадлежность к группе лиц (независимый)			
Объемы поставляемого дизельного топлива в субъекты Российской Федерации			
1	2	.....	83
Республика Адыгея	Республика Саха (Якутия)	.....	Ямало Ненецкий автономный округ
Объем поставки	Объем поставки	Объем поставки	Объем поставки

Пояснения к заполнению таблицы:

- таблица заполняется для каждого хозяйствующего субъекта – поставщика.
- в столбцах 1, 2, ..., 83, объединенных заголовком «Объемы поставляемого дизельного топлива в субъекты Российской Федерации», указывается объем поставки дизельного топлива в свой и каждый из субъектов Российской Федерации, определенный договором поставки.