

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ КОНТРОЛЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА
О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ
НА РОЗНИЧНЫХ РЫНКАХ АВТОМОБИЛЬНЫХ БЕНЗИНОВ**

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 розничных рынках автомобильных бензинов 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, проводят анализ состояния конкуренции на товарных рынках, составляют аналитический отчет, в котором приводят результаты проведенного анализа и представляют указанный аналитический отчет с Приложением №1 в ЦА ФАС России¹. По результатам обобщения представленной УФАС России информации, ЦА ФАС России составляет аналитический отчет о состоянии конкуренции на розничных рынках автомобильных бензинов 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 – автомобильные бензины.

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 автомобильными бензинами классифицирована в группе 50.50 «Розничная торговля моторным топливом».

¹ Приложение №1 должно быть оформлено в строгом соответствии с формой, прилагаемой к настоящей методике.

3.3 Бензины предназначены для поршневых двигателей внутреннего сгорания с принудительным воспламенением (от искры). ГОСТ по автомобильным бензинам определяют область применения автомобильных бензинов как моторное топливо для бензиновых двигателей (ГОСТ Р 51866-2002: «Настоящий стандарт распространяется на неэтилированные бензины, предназначенные для использования в качестве моторного топлива на транспортных средствах с бензиновыми двигателями...»).

3.4 В настоящее время в Российской Федерации производятся и реализуются четыре основных вида автомобильных бензинов, предназначенных для использования в качестве моторного топлива на транспортных средствах с бензиновыми двигателями: А-76 (ГОСТ 2084-77), АИ-92 (ГОСТ 2084-77, ГОСТ Р 51105-97, ТУ 38.001165-2003, ГОСТ Р 51313-99), АИ-95 (ГОСТ 2084-77, ГОСТ Р 51105-97, ГОСТ Р 51313-99), АИ-98 (ГОСТ Р 51313-99).

Вместе с тем распространены также бензины иных марок: Нормаль-80 (ГОСТ Р 51105-97), АИ-80 (ТУ 38.001165-2003), Регуляр-91 (ГОСТ Р 51105-97), Премиум-95 (ГОСТ Р 51105-97), АИ-96 (ТУ 38.001165-2003), Супер-98 (ГОСТ Р 51105-97), Премиум Евро-95 и Супер Евро-98 (ГОСТ Р 51866-2002), Регуляр Евро-92 (ГОСТ Р 51866-2002) и другие.

Спецификация топлива, которое допустимо применять в конкретных бензиновых двигателях, определяется производителем двигателей. В технических паспортах (инструкциях по эксплуатации) автомобилей приводятся физико-химические эксплуатационные показатели бензинов, исходя из которых, пользователь автомобиля определяет соответствующую марку бензина для использования в качестве моторного топлива.

3.1 На практике единственным существенным показателем, классифицирующим автомобильные бензины, является октановое число моторного топлива (далее – ОЧ). По ОЧ автомобильные бензины разделяются на две подгруппы, что и является существенным различием:

- низкооктановые бензины – А-76, АИ-80, Нормаль-80 (ОЧ 76,0 по моторному методу и 80,0 по исследовательскому методу);
- высокооктановые бензины – Регуляр-91, АИ-92, АИ-96, Супер-98, Премиум Евро-95, Супер Евро-98, Регуляр Евро-92 и другие (ОЧ 82,5 – 88 по моторному методу, 91 - 98 по исследовательскому методу).

3.2 Таким образом, исходя из дифференциации по функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам в целях исследования розничных рынков автомобильных бензинов можно выделить следующие товары:

Группа товаров	Подгруппа товаров	Товары (марки)	Октановое число
Автомобильные бензины (ОКП 02 5110)	Низкооктановые	А-76 (АИ-80)	76,0 по моторному методу и 80,0 по исследовательскому методу
	Высокооктановые	АИ-92 (АИ-91, АИ-93)	82,5 – 88 по моторному методу, 91 - 98 по исследовательскому методу
		АИ-95 (АИ-96)	
		АИ-98	

Исходя из специфики розничного потребления автомобильных бензинов (не взаимозаменяемость марки автомобильного бензина при потреблении в сторону снижения октанового числа, так как использование моторного топлива с октановым числом ниже заявленного в техническом паспорте (инструкции по эксплуатации) автомобиля, ведет к несвоевременному сгоранию топлива, снижению мощности, износу двигателя и другим негативным последствиям для владельца автотранспортного средства) продуктовые границы данных товаров следует рассматривать по маркам автомобильных бензинов.

Брендовые автомобильные бензины различных марок (Ultimate, Pulsar, V-Power, G-Drive, Экто и тому подобное) в пределах одного ОЧ следует рассматривать как одну товарную группу.

Также, в целях исключения взаимозаменяемости автомобильных бензинов 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 заправочных станций носит локализованный характер и на отдельных территориях отсутствует возможность заправки данным видом топлива.

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 автомобильных бензинов потребителем.

Исходя из территориальной фиксированности автозаправочных станций (далее – АЗС), основными ограничениями экономической возможности приобретения автомобильных бензинов потребителем являются расположение АЗС, расстояние до АЗС, маршрут следования до АЗС и транспортные расходы, связанные с поиском и приобретением автомобильных бензинов. Также, исходя из низкой эластичности спроса, рекомендуется включать в географические границы розничного рынка автомобильных бензинов территорию 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 автомобильных бензинов являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность по розничной торговле автомобильными бензинами на АЗС единичным количеством товара (автомобильного бензина) преимущественно для личного использования.

5.2 Покупателями на розничных рынках автомобильных бензинов являются физические и юридические лица, приобретающие автомобильные бензины единичного количества преимущественно для личного использования.

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

5.4 С целью дефиниции хозяйствующих субъектов, действующих на розничных рынках автомобильных бензинов 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 автомобильных бензинов следует запросить сведения об объемах реализации автомобильных бензинов (Приложение №1).

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

6.3 Коэффициенты пересчета тонны в литры:

№	Марка автомобильного бензина	Коэффициент
1	А-76 (АИ-80)	0,715
2	АИ-92	0,735
3	АИ-95	0,750
4	АИ-98	0,765

6.4 Доля хозяйствующего субъекта на розничном рынке автомобильных бензинов рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя, характеризующего объем товарной массы, реализуемой 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 автомобильных бензинов 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 розничных рынках автомобильных бензинов 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 автомобильных бензинов 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

