

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ КОНТРОЛЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА
О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ
НА МЕЛКООПТОВЫХ 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 мелкооптовых 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, определяют барьеры входа на товарные рынки и представляют в ЦА ФАС России Приложение №1 и Приложение №2, с целью определения субъектов рынка – поставщиков для каждого региона с учетом межрегиональных связей, объемов поставок автомобильных бензинов в соответствующий регион и долей поставщиков в региональном секторе рынка автомобильных бензинов.

1.5 По результатам обобщения представленной УФАС России информации, ЦА ФАС России составляет аналитический отчет о состоянии конкуренции на мелкооптовых 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, мелкооптовая торговля автомобильными бензинами классифицирована в подгруппе 51.51.2 «Оптовая торговля моторным топливом, включая авиационный бензин».

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 С целью определения продуктовых границ товарного рынка можно предположить, что для мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов, владельцев автозаправочных станций (далее – АЗС), марка автомобильного бензина не играет существенной роли при его реализации, поскольку на любую марку имеется спрос в условиях случайного потока автомобилей. Однако для крупных промышленных предприятий, приобретающих автомобильные бензины преимущественно для целей профессионального использования и располагающих мощностями по заправке и (или) хранению автомобильных бензинов для собственных нужд, вопрос о взаимозаменяемости автомобильных бензинов по маркам может стоять более остро, так как они зачастую имеют определенный, а не случайно-сформировавшийся парк автомобилей, для эксплуатации которого нужны определенные марки автомобильных бензинов.

На основании вышеизложенного, УФАС России для уточнения продуктовых границ товарных рынков автомобильных бензинов следует провести опрос максимального количества мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов (тест «гипотетического монополиста»), с целью определения готовности заменить одну марку автомобильного бензина на другую, если цена одного из товаров долговременно (дольше одного года) повысится на 5-10%, а цены на остальные товары останутся неизменными (Приложение №1).

В случае отсутствия стойких предпочтений у мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов к определенной марке автомобильного бензина и готовности к ее замене, продуктовые границы данных товаров следует рассматривать как автомобильные бензины в целом, либо по подгруппам ОЧ (низкооктановые и высокооктановые).

В случае наличия непреодолимой дифференциации марок автомобильных бензинов у мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов и не готовности к их замене, продуктовые границы данных товаров следует определять по маркам автомобильных бензинов.

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 автомобильных бензинов 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 №2).

V. Состав хозяйствующих субъектов

5.1 Поставщиками на мелкооптовых рынках автомобильных бензинов являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность по поставке автомобильных бензинов в мелкооптовом сегменте товарного рынка, в том числе хозяйствующие субъекты, закупающие товар преимущественно для целей последующей перепродажи.

5.2 Покупателями на мелкооптовых рынках автомобильных бензинов являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие розничную реализацию автомобильных бензинов, крупные промышленные предприятия, приобретающие автомобильные бензины 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 автомобильных бензинов следует руководствоваться пунктом 5.2 Порядка.

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

6.2 Доля хозяйствующего субъекта на мелкооптовом рынке автомобильных бензинов 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 НИ.

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 мелкооптовых 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 мелкооптовых 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

**Таблица для проведения теста «гипотетического монополиста» при определении
продуктовых границ рынка, с целью оценки взаимозаменяемости товаров**

Наименование хозяйствующего субъекта – покупателя автомобильных бензинов					
Марки приобретаемых автомобильных бензинов		Объем покупки автомобильных бензинов	Марки и объем автомобильных бензинов, которыми хозяйствующий субъект готов заменить марку автомобильного бензина, если цена на него долговременно (дольше одного года) повысится на 5-10%, а цены на остальные марки автомобильных бензинов останутся неизменными		
№	Марка автомобильного бензина		№	Марка автомобильного бензина для возможной замены	Возможные объемы приобретения заменяющей марки автомобильного бензина
1	2	3	4	5	6
1	Например, АИ-80		1.1		
			1.2		
			1.3		
2	Например, АИ-92		2.1		
			2.2		
			2.3		
3	Например, АИ-95		3.1		
			3.1		
			3.3		

Пояснения к заполнению таблицы:

- таблица заполняется для каждого из опрашиваемых хозяйствующих субъектов – мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов;
- в столбце №2 отражается перечень марок автомобильных бензинов, приобретенных хозяйствующим субъектом в 2012 году;
- в столбце №3 отражается объем приобретенных марок автомобильных бензинов в тоннах;
- в столбце №4 отражается перечень марок автомобильных бензинов, которыми хозяйствующий субъект готов заменить автомобильный бензин соответствующей марки, в случае долговременного повышения цены на него в размере 5-10%;
- в столбце №5 отражается возможный объем замены автомобильного бензина соответствующей марки.

На основании данной таблицы, полученной от каждого из опрошенных мелкооптовых покупателей автомобильных бензинов, должны следовать выводы о взаимозаменяемости марок автомобильных бензинов и наличии в регионе одного товарного рынка или нескольких товарных рынков, определенных по критерию взаимозаменяемости таких марок.

В последнем случае, необходимо привести перечни взаимозаменяемых марок автомобильных бензинов.

Таблица для определения географических границ товарного рынка

Наименование хозяйствующего субъекта – поставщика автомобильных бензинов				
Принадлежность к группе лиц (независимый)				
Марки поставляемых автомобильных бензинов	Объемы поставляемых автомобильных бензинов в субъекты Российской Федерации			
	1	2	83
	Республика Адыгея	Республика Саха (Якутия)	Ямало Ненецкий автономный округ
	Объем поставки	Объем поставки	Объем поставки	Объем поставки
1				
2				
3				
4				
5				

Пояснения к заполнению таблицы:

- таблица заполняется для каждого хозяйствующего субъекта – поставщика.
- в столбцах 1, 2, ..., 83, объединенных заголовком «Объемы поставляемых автомобильных бензинов в субъекты Российской Федерации», указывается объем поставки автомобильных бензинов (по маркам – строки 1, 2, 3, 4, 5 и так далее) в свой и каждый из субъектов Российской Федерации, определенный договором поставки.