

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

**КОНТРОЛЬНО-ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ НА ОПТОВОМ РЫНКЕ ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**ЗА 2016 ГОД**



МОСКВА 2017

**СОДЕРЖАНИЕ**

I. Общие положения 3

II. Временной интервал исследования 4

III. Продуктовые границы рынка 4

IV. Географические границы рынка 10

V. Определение состава хозяйствующих субъектов 12

VI. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на крупнооптовом рынке 13

VII. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на оптовом рынке 14

VIII. Определение уровня концентрации товарных рынков 16

IX. Определение барьеров входа на рынок 18

X. Оценка состояния конкуренции на товарных рынках 19

1. **Общие положения.**

Федеральная антимонопольная служба в рамках реализации своих полномочий, на основании приказа ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» и приказа ФАС России от 05.12.2016 № 1718/16 «О плане работы по анализу состояния конкуренции на товарных рынках на 2017-2018 годы» провела анализ состояния конкуренции на рынке оптовой реализации табачной продукции (сигарет с фильтром, сигарет без фильтра, папирос).

Анализ проводился Контрольно-финансовым управлением ФАС России (далее –Управление) самостоятельно.

Целью исследования является анализ и оценка состояния конкуренции на оптовом рынке табачной продукции и выявление хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, выявление барьеров входа на рынок (выхода с рынка) и проблем, влияющих на развитие конкуренции на рассматриваемом рынке, а также предупреждение и выявление нарушений антимонопольного законодательства.

Анализ и оценка состояния конкуренции на оптовом рынке табачной продукции и установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов (далее – Аналитическое исследование) осуществлялись Управлением в соответствии с:

* Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции);
* Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее - Порядок);
* Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по установлению доминирующего положения хозяйствующего субъекта при рассмотрении заявлений, материалов, дел о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией, утвержденным приказом ФАС России от 25.05.2012 № 345 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по установлению доминирующего положения хозяйствующего субъекта при рассмотрении заявлений, материалов, дел о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией».

Для разработки Аналитического исследования Управление провело комплекс мер по сбору и обработке необходимой информации в соответствии с пунктом 1.5 Порядка.

Для проведения исследования использовалась информация и материалы, полученные ФАС России от:

- Федеральной таможенной службы (ФТС России);

- Федеральной налоговой службы (ФНС России);

- хозяйствующих субъектов, действующих на рынке оптовой реализации табачной продукции.

1. **Временной интервал исследования**

Данное аналитическое исследование носит ретроспективный характер, поэтому в соответствии с абзацем 2.1 Порядка и на основании приказа ФАС России от 05.12.2016 № 1718/16 «О плане работы по анализу состояния конкуренции на товарных рынках на 2017-2018 годы» анализируемым временным интервалом исследования оптового рынка табачной продукции был определен период - один календарный год с 01.01.2016 по 31.12.2016 (далее – исследуемый период времени).

1. **Продуктовые границы товарного рынка**

Продуктовые границы рынка определены в соответствии с подпунктом «г» пункта 3.4 Порядка по Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008), утвержденному приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст:

**класс 12 - «Изделия табачные».**

В соответствии с пунктом 3.5 Порядка произведен следующий анализ свойств товара, определяющих выбор покупателя.

Согласно Федеральному закону от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» табачными изделиями являются продукты, **полностью или частично изготовленные из табачного листа** в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы **использовать для курения, рассасывания, жевания или нюханья**.

Выделяют следующие виды табачных изделий:

1) сигарета с фильтром — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий, обёрнутого сигаретной бумагой (курительная часть), и фильтра;

2) сигарета без фильтра — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий, обёрнутого сигаретной бумагой (курительная часть);

3) сигара — вид курительного табачного изделия, изготовленного из сигарного и другого сырья для производства табачных изделий и имеющего три слоя: начинку из цельного, трёпаного или резаного сигарного и другого сырья для производства табачных изделий, подвёртку из сигарного и (или) другого сырья для производства табачных изделий и обёртку из сигарного табачного листа. Толщина сигары на протяжении одной трети (или более) её длины должна быть не менее 15 миллиметров (мм);

4) сигарилла (сигарита) — вид курительного табачного изделия, изготовленного из сигарного и другого сырья для производства табачных изделий и имеющего много слоёв: начинку из резаного или рваного сигарного и другого сырья для производства табачных изделий, подвёртку из сигарного и (или) другого сырья для производства табачных изделий и обёртку из сигарного табачного листа, восстановленного табака или специальной бумаги, изготовленной на основе целлюлозы и табака. Сигарилла может не иметь подвёртки. Сигарилла может иметь фильтр. Максимальная толщина сигариллы, имеющей три слоя, не должна превышать 15 мм;

5) папироса — вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий и мундштука в виде свёртка мундштучной бумаги, обёрнутого папиросной (сигаретной) бумагой, соединённой бесклеевым зубчатым швом. В мундштук папиросы может быть вставлен фильтрующий материал;

6) табак для кальяна — вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием кальяна и представляющего собой смесь резаного или рваного сырья для производства табачных изделий с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

7) табак курительный тонкорезаный — вид курительного табачного изделия, предназначенного для ручного изготовления сигарет или папирос и состоящего из резаного, рваного, скрученного или спрессованного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья, соусов и ароматизаторов, в котором не менее 25 процентов веса нетто продукта составляют волокна шириной 1 мм или менее;

8) табак трубочный — вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием курительной трубки и состоящего из резаного, рваного, скрученного или спрессованного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья, соусов и ароматизаторов, в котором более 75 процентов веса нетто продукта составляют волокна шириной более 1 мм;

9) биди — вид курительного табачного изделия, состоящего из смеси измельчённых табачных листьев, табачных жилок и стеблей, завёрнутой в высушенный лист тенду и обвязанной нитью;

10) кретек — вид курительного табачного изделия, состоящего из соусированной и ароматизированной смеси измельчённой гвоздики и резаного сырья для производства табачных изделий, завёрнутой в сигаретную бумагу или высушенный лист кукурузного початка, с фильтром или без фильтра;

11) табак сосательный (снюс) — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для сосания и полностью или частично изготовленного из очищенной табачной пыли и (или) мелкой фракции резаного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

12) табак жевательный — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для жевания и изготовленного из спрессованных обрывков табачных листьев с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

13) табак нюхательный — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для нюханья и изготовленного из тонкоизмельченного табака с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

14) насвай — вид некурительного табачного изделия, предназначенного для сосания и изготовленного из табака, извести и другого нетабачного сырья.

В настоящее время стремительно развивается и формируется рынок новых товаров: никотиносодержащей продукции и устройств, предназначенных для потребления никотина **способами, отличными от курения табака.** Такие инновационные никотиносодержащие товары в настоящее время активно изучаются научным сообществом во всем мире и, по предварительным данным отдельных исследований, могут являтся продуктами с потенциально сниженным риском причинения вреда здоровью населения.

В соответствии с Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 12.11.2014 № 107 с 15 мая 2016 года вступил в силу технический регламент Таможенного союза «Технический регламент на табачную продукцию» (далее - Регламент).

Указанный Регламент устанавливает обязательные для применения и исполнения на таможенной территории Таможенного союза требования к табачной продукции, выпускаемой в обращение на таможенной территории Таможенного союза, а также требования к информации (маркировке), наносимой на потребительскую упаковку табачной продукции для обеспечения ее свободного перемещения.

На основании раздела III Регламента признаками, характеризующими табачную продукцию, являются: компонентный состав (наличие табачного листа и (или) других частей табачного растения), его характеристики и способ применения табачной продукции.

На основании раздела II Регламента табачной продукцией признается табачное изделие, упакованное в потребительскую упаковку. При этом в соответствии с Регламентом табачное изделие - это продукт, полностью или частично изготовленный из табачного листа и (или) других частей табачного растения в качестве сырья, приготовленный таким образом, чтобы использовать его для курения.

Следовательно, под способом применения табачной продукции понимается **курение табачного изделия**.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 1 статьи 2 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее – Закон об охране здоровья) курением табака признается применение табачных изделий в целях вдыхания дыма, возникающего от их тления.

В результате тления образуется дым, который и поглощается лицом, использующим табачные изделия.

Стандартом Совета экономической безопасности (далее - СТ СЭВ 383-87) определены следующие понятия тления и горения (к стандарту отсылает ГОСТ 12.1.033-81 в части данных понятий):

- горение - это экзотермическая реакция окисления вещества, сопровождающаяся по крайней мере одним из трех факторов: пламенем, свечением, выделением дыма;

- тление - это беспламенное горение материала.

Вместе с тем процесс нагревания специальной жидкости (продукции) и перевод ее в парообразное (мелкодисперсное) состояние не является процессом тления или горения, в результате которого образуется дым.

Так, в результате нагревания специальной жидкости посредством электронных испарителей (электронных сигарет) не происходит беспламенного горения материала, а жидкость (продукция) лишь изменяет свое агрегатное состояние, превращаясь в пар.

Таким образом, специальную жидкость для электронных сигарет, как и сами электронные сигареты, нельзя признать табачной продукцией, и их оборот, следовательно, не регулируется требованиями Регламента.

В разъяснительном письме от 29.04.2013 № 24-4-7000984 «Об электронных сигаретах» Минздрав России также дает заключение, что электронные сигареты **не могут расцениваться в качестве табачных изделий** и подпадать под регулирование статьи 12 Закона об охране здоровья.

Табак нагреваемый - табак (табачные изделия), предназначенный для потребления путем нагревания, также не может считаться товаром-заменителем, т.к. процесс горения/тления при потреблении отсутствует.

Кроме того, здесь важна еще и ценовая составляющая, так согласно пункту 3.7. Порядка определение взаимозаменяемых товаров в соответствии со статьей 4 Закона о защите конкуренции основывается на фактической замене товаров приобретателем или готовности приобретателя заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), учитывая их функциональное назначение, применение, качественные и технические характеристики, цену и другие параметры.

Товары не относятся к взаимозаменяемым, если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более года или **в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 10 процентов от цены товара)**, и если при этом антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место, а также если такая информация не представлена хозяйствующим субъектом.

По данным ФАС России за 2016 год наиболее популярный ценовой сегмент от 60 до 100 руб. за потребительскую упаковку табачных изделий (пачку), доля этого сегмента составляет примерно 87 % от общего объема потребляемой табачной продукции, а цена электронной системы доставки никотина (заправляемой либо жидким составом либо табаком, потребляемым путем нагревания) составляет минимально от 800 руб.[[1]](#footnote-1) + жидкость/стики (табачные палочки), что является несоразмерным в процентном соотношении с традиционной пачкой сигарет.

Таким образом новый вид продукции, содержащей в своем составе никотин, не может рассматриваться как взаимозаменяемый товар для традиционной табачной продукции.

**Табачная продукция - это табачное изделие, упакованное в потребительскую тару.**

Товар, подлежащий исследованию, определен как **табачная продукция (табачные изделия в штуках)**.

Объем предложения на федеральном оптовом рынке табачных изделий складывается из объемов производства табачных изделий в Российской Федерации (далее - РФ) и импорта табачных изделий в РФ (коды 2402 и 2403 Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (далее - ТН ВЭД) в соответствии с Федеральным законом от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» и Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза»), уменьшенных на величину экспорта.

**По данным ФАС России доля предложения сигарет с фильтром, без фильтра, папирос** (определены под кодами 12.00.11.130, 12.00.11.140 Классификатора и кодом 2402 20 ТН ВЭД) **на федеральном оптовом рынке от общего объема предложения на оптовом рынке табачной продукции в РФ устойчиво превышала 98% на временном интервале предыдущего исследования (2015 год),** также это подтверждается данными по производству табачных изделий от Ассоциации производителей табачной продукции «Табакпром» - крупнейшего объединения производителей табачных изделий и статистики по импорту табачных изделий Федеральной таможенной службы (информация имеется в открытом доступе на сайте www.customs.ru).

Таким образом, в качестве товара на оптовом рынке табачной продукции с ошибкой не выше 2 % можно рассматривать набор в виде сигарет с фильтром, без фильтра и папирос, так как субрынок остальных видов табачных изделий не может оказать влияние на развитие конкуренции на оптовом рынке табачной продукции в целом. При этом взаимозаменяемость марок (брендов) указанных табачных изделий не рассматривается, т.к. анализу подлежит только федеральный оптовый рынок, для которого взаимозаменяемость марок (брендов) табачных изделий не существенна, поскольку обычно закупается партия табачных изделий, а ассортимент внутри партии определяется статистикой спроса.

**Таким образом продуктовые границы рынка в настоящем исследовании определены, как оптовый рынок табачной продукции (сигареты с фильтром, без фильтра и папиросы).**

В соответствии с пунктом 3.7 Порядка, учитывая функциональное назначение, применение, качественные и технические характеристики, а также условия реализации, можно определить **исследуемую табачную продукцию** (сигареты с фильтром, без фильтра и папиросы) **как товар, не имеющий заменителей**.

Анализируемый вид деятельности – **оптовая реализация табачной продукции независимым покупателям хозяйствующими субъектами, осуществляющими их производство/импорт, и/или иными хозяйствующими субъектами, входящими в одну группу лиц с производителем/импортером, а также отдельными хозяйствующими субъектами – федеральными дистрибуторами и/или иными хозяйствующими субъектами, входящими в одну группу лиц с федеральными дистрибуторами.**

По данным различных международных исследований, эластичность спроса на табак исторически варьировалась в пределах от 0,3 до 0,62, при этом эластичность спроса в странах со средним и низким доходом была больше, чем в странах с высоким доходом. При этом в настоящее время государственная политика в сфере ограничения потребления табака приводит существенному росту цен и изменению спроса, что может влиять на его эластичность.

Обращение товаров на рынке табачной продукции характеризуется рядом особенностей его государственного регулирования, установленных Федеральным законом от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», которые оказывают существенное влияние на состояние конкуренции на этом рынке, в частности:

1. Наличие существенных законодательных ограничений на рекламу и продвижение табачных изделий, в частности, полный запрет рекламы, выкладки товаров в местах продаж, спонсорства и стимулирования продаж, в том числе путем установления скидок с цены.

2. Ограничения в отношении категорий торговых объектов, в которых может осуществляться продажа табачных изделий, а также их расположения.

3. Требование установления производителями и публикации на официальном сайте ФНС России минимальных и максимальных цен в отношении сигарет (ММРЦ). Так согласно части 2 статьи 187.1 НК РФ максимальная розничная цена представляет собой цену, выше которой единица потребительской упаковки (пачка) табачных изделий не может быть реализована потребителям предприятиями розничной торговли, общественного питания, сферы услуг, а также индивидуальными предпринимателями. Максимальная розничная цена устанавливается налогоплательщиком самостоятельно на единицу потребительской упаковки (пачку) табачных изделий отдельно по каждой марке (каждому наименованию) табачных изделий. В свою очередь минимальная розничная цена в соответствии с частью 3 статьи 13 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» устанавливается на уровне 75% от максимальной розничной цены табачной продукции и является мерой государственного воздействия на уровень цен табачной продукции. Реализация табачной продукции по цене, которая ниже минимальных розничных цен и выше максимальных розничных цен запрещена.

4. Специальные требования в отношении отслеживания движения и дистрибуции табачной продукции, в том числе при пересечении государственной границы Российской Федерации в рамках Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС), а также требование специальной маркировки в целях пресечения незаконной торговли табачной продукцией. При этом, проблема нелегального оборота табачной продукции остается нерешенной, а связанные с ней потери для бюджета Российской Федерации увеличиваются.

Такая ситуация складывается в виду того, что в настоящее время между государствами-членами ЕАЭС нет единых принципов ведения налоговой политики в области косвенных налогов, в связи с этим величина акцизов на табачную продукцию также, как и НДС, не гармонизирована. По этой причине существуют проблема роста нелегального оборота табачной продукции, а именно поступление на территорию России табачной продукции из сопредельных стран ЕАЭС, ставки акцизов в которых остаются существенно более низкими.

На сегодняшний день нашим государством предприняты шаги к регулированию товаропотоков в табачной отрасли. В виде эксперимента на всей территории Российской Федерации в 2018 году будет проводиться маркировка табачной продукции средствами идентификации (постановление Правительства Российской Федерации от 27.11.2017 № 1433 «О проведении эксперимента по маркировке табачной продукции средствами идентификации и мониторингу оборота табачной продукции»). С появлением электронной маркировки в рамках легального пространства будет возможно полномерное отслеживание товаропотоков.

Указанные выше особенности и требования устанавливают жесткие ограничения форм, в которых может осуществляться конкуренция на рассматриваемом рынке, а также создают барьеры для входа на него новых участников или ввода новых продуктов, наряду с крайне ограниченными возможностями доведения до потребителя информации о новых продуктах, а также стимулирования спроса на них. В частности, это обуславливает особую важность для рынка табачной продукции следующих доступных форм конкуренции:

- конкуренция по цене;

- конкуренция по обеспечению наличия продукции в местах продаж, за счет эффективной дистрибьюции и продаж продукции;

- конкуренция по разработке и внедрению инновационной продукции с потенциалом к снижению вреда для здоровья потребителей.

1. **Географические границы товарного рынка**

Географические границы оптового рынка табачной продукции определены, в соответствии с пунктом 4.5 Порядка, как территория местоположения приобретателей продукции на указанном рынке. Анализ данного товарного рынка проводился в географических границах Российской Федерации. Данное решение основывается на следующих заключениях.

Согласно информации, размещенной на официальном интернет сайте ФНС России по адресу https://service.nalog.ru/tabak.do в Сведениях о максимальных и минимальных розничных ценах (ММРЦ) на табачные изделия, в 2016 году на территории Российской Федерации осуществляли свою деятельность 20 хозяйствующих субъектов производителей табачных изделий.

Несколько крупнейших вертикально-интегрированных компаний[[2]](#footnote-2) (Japan Tobacco International (Джапан Тобакко Интернэшнл) – 30%\*, Philip Morris International (Филип Моррис Интернэшнл) – 27%\*, British American Tobacco Russia (Бритиш Американ Тобакко Россия) – 21%\*, Imperial Tobacco (Империал Тобакко) – 7%\*, «Донской Табак» - 9%\*, «Балтийская табачная фабрика» - 2%\*) **(далее – Крупнейшие компании отрасли),** осуществляющих свою деятельность на территории РФ, **обеспечивают практически весь объем производства сигарет, поступающих на оптовый рынок** (совокупная доля - 97%\*)**.** Сфера деятельности этих компаний распространяется на всю территорию РФ и за ее пределы (экспорт).

Поскольку в настоящее время между государствами-членами Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС) нет единых принципов ведения налоговой политики в области косвенных налогов, то величина акцизов на табачную продукцию так же, как и НДС, не гармонизирована, поэтому единый рынок обращения табачной продукции в рамках таможенного союза между Арменией, Белоруссией, Казахстаном, Киргизстаном и Россией не рассматривается настоящим аналитическим исследованием.

По данным участников рынка, регионы расположения оптовых приобретателей сигарет распространяются на всю территорию РФ.

**Таким образом, географические границы оптового рынка табачной продукции были определены как территория Российской Федерации (федеральный рынок).**

 \*- по данным ФАС России за 2016 год.

1. **Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на рынке**

На основании проведенного анализа установлено, что схема товародвижения на оптовом рынке сигарет выглядит следующим образом



Анализ схемы товародвижения, а также процентное соотношение долей поставщиков на рынок показывают, что в сфере оптовой реализации табачной продукции необходимо выделить и рассматривать два рынка: крупнооптовый и оптовый федеральный рынок (конечное оптовое звено).

Сокращения и обозначения:

ТД – торговые дома

ОП – отдел продаж

 - продажа - отгрузка

Установлено присутствие **на крупнооптовом рынке** хозяйствующих субъектов, аффилированных с крупными международными компаниями. Такими хозяйствующим субъектами являются:

- Группа лиц JTI (ООО «Петро», ЗАО «Лиггетт-Дукат», ООО «Дж.Т.И. Россия») входит в международный холдинг JAPAN TOBACCO INC (Япония).

- Группа лиц PMI (ЗАО «Филип Моррис Ижора», ОАО «Филип Моррис Кубань», ООО «ФМСМ») входит в международный холдинг PHILIP MORRIS INTERNATIONAL INC (США).

- Группа лиц BAT (ЗАО «БАТ-Спб», АО «МУМТ») входит в международный холдинг BAT p.l.c. (Великобритания).

- Группа лиц ITG (ООО «Империал Тобакко Волга», ЗАО «Империал Тобакко Ярославль», ООО «Империал Тобакко Продажа и Маркетинг») входит в международный холдинг IMPERIAL BRANDS (Великобритания) (в начале 2016 года переименовано из Imperial Tobacco Group).

С учетом наличия групп лиц субъектами выделенных рынков являются:

- **на крупнооптовом рынке: поставщики** – группы лиц BAT, PMI, JTI, ITG; **покупатели** – группа компаний «СНС» (далее ГК «СНС») (единственный, но не эксклюзивный дистрибьютор группы лиц ВАТ), группа компаний АО «ТК «Мегаполис» через свои территориальные структурные подразделения (далее ГК «Мегаполис») (единственный, но не эксклюзивный дистрибьютор групп лиц PMI, JTI, ITG);

- **на федеральном оптовом рынке поставщиками являются:** ГК «СНС», ГК «Мегаполис», остальные заводы-производители, заводы-производители-импортеры через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, остальные компании-импортеры через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, а **покупателями -** субъекты конечного оптового рынка.

К субъектам конечного оптового рынка относятся хозяйствующие субъекты, приобретающие табачную продукцию оптом для последующей розничной продажи, а именно крупные торговые сети, владельцы средних и малых торговых форматов.

**Поскольку предметами исследования являются: крупнооптовый рынок и федеральный оптовый рынок (на котором работает значительное число субъектов и который влияет на цены розничного рынка и удовлетворение спроса населения), то дальнейшее аналитическое исследование было построено, в том числе, на разграничении указанных рынков.**

Кроме того в ходе проведения исследования ФАС России установлена **многослойность оптовых рынков** табачной продукции, продукция некоторых компаний прежде чем дойти до конечного потребителя проходит несколько уровней оптовой реализации табачной продукции (товарно-денежные отношения между хозяйствующими субъектами, не смотря на принадлежность к одной группе лиц), так, например, продукция ЗАО «БАТ-Спб» проходит 4 уровня опта:

1) ЗАО «БАТ-Спб» реализует продукцию АО «МУМТ»;

2) АО «МУМТ» реализует продукцию ООО «СНС-Холдинг»;

3) ООО «СНС-Холдинг» реализует продукцию группе компаний СНС;

4) Группа компаний СНС реализует продукцию на федеральный оптовый рынок.

Такое положение на оптовых рынках табачной продукции формирует особенности ценообразования на табачную продукцию на розничном рынке.

**VI. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на крупнооптовом рынке**

В соответствии с пунктом 6.1 Порядка объем крупнооптового рынка за изучаемый период времени был определен как сумма объемов продаж табачных изделий в натуральном выражении по РФ хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке в пределах установленных географических границ рынка, крупнооптовым покупателям (ГК «Мегаполис», ГК «СНС»).

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации общий объем оптовых продаж табачных изделий в натуральном выражении крупнооптовым покупателям:

* **в 2015 году – 257 873 686,61 тыс. шт.;**
* **в 2016 году – 247 640 577,46 тыс. шт.**

Таким образом **показатели крупнооптовой реализации в 2016 году снизились** относительно 2015 года **на 4 процентных пункта** (п.п.).

Расчет долей хозяйствующих субъектов на рынке производился в соответствии с пунктом 6.3 Порядка. Были определены доли хозяйствующих субъектов, действующих на крупнооптовом рынке, а также их принадлежность к группе лиц.

Перечень поставщиков на крупнооптовый рынок:

*1. Группа лиц JTI (ООО «Петро», ЗАО «Лиггетт-Дукат», ООО «Дж.Т.И. Россия») с долей на крупнооптовом рынке* ***35,31%*** *за исследуемый период (2014 год – 38,73%, 2015 год – 37,08%);*

*2. Группа лиц PMI (ЗАО «Филип Моррис Ижора», ОАО «Филип Моррис Кубань», ООО «ФМСМ») с долей на крупнооптовом рынке* ***32,18%*** *за исследуемый период (2014 год – 30,57%, 2015 год – 32,74%);*

*3. Группа лиц BAT (ЗАО «БАТ-Спб», АО «МУМТ») с долей на крупнооптовом рынке* ***24,44%*** *за исследуемый период (2014 год – 22,99%, 2015 год – 21,68%).*

*4. Группа лиц ITG (ООО «Империал Тобакко Волга», ЗАО «Империал Тобакко Ярославль», ООО «Империал Тобакко Продажа и Маркетинг») с долей на крупнооптовом рынке* ***8,08%*** *за исследуемый период (2014 год – 7,71%, 2015 год – 8,50%).*

**VII.** **Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на оптовом федеральном рынке**

В соответствии с пунктом 6.1 Порядка общий объем рынка за изучаемый период времени был определен как сумма объемов продаж табачных изделий в натуральном выражении по РФ хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке в пределах установленных географических границ рынка, оптовым покупателям.

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации общий объем оптовых продаж табачных изделий в натуральном выражении по РФ:

* **в 2015 году – 310 422 274,48 тыс. шт.;**
* **в 2016 году – 287 463 227,59 тыс. шт.**

Таким образом **показатели оптовой реализации** в 2016 году **снизились** относительно 2015 года более чем **на 7 процентных пунктов** (п.п.).

Расчет долей хозяйствующих субъектов на рынке производился в соответствии с пунктом 6.3 Порядка. Были определены доли хозяйствующих субъектов, действующих на оптовом рынке, а также их принадлежность к группе лиц.

Перечень поставщиков на федеральный оптовый рынок:

***АО «ТК Мегаполис»*** *- единственный дистрибьютор продукции группы компаний PMI, JTI, ITG,* *с долей на рынке* ***65,09 %*** *за исследуемый период (2014 год – 67,23 %, 2015 год – 65,06 %);*

***Группа компаний «СНС»*** *- единственный дистрибьютор продукции группы компаний BAT, с долей на рынке* ***21,05 %*** *за исследуемый период (2014 год – 20,07 %, 2015 год – 18,01 %).*

*Группа лиц* ***ДТ*** *(ЗАО «Донской табак», ОАО «Донской табак») с долей на рынке* ***8,87 %*** *за исследуемый период (2014 год – 8,08 %, 2015 год – 9,87 %).*

*Отдельный хозяйствующий субъект -* ***ООО «Балтийская табачная фабрика»*** *с долей на рынке* ***2,12 %*** *за исследуемый период (2014 год – 1,82 %, 2015 год – 2,05 %).*

*Иные заводы-производители, заводы-производители-импортеры, реализующие табачную продукцию через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, остальные компании-импортеры - через свои отделы продаж и/или дополнительное оптовое звено, имеют долю на рынке менее 1 %.*

**Распределение долей поставщиков табачной продукции на оптовый рынок РФ в 2014-2016 гг.**



Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя, характеризующего объем товарной массы, поставляемой данным хозяйствующим субъектом на рассматриваемый товарный рынок, к показателю, характеризующему объем рассматриваемого товарного рынка. Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке определяется применительно к установленному временному интервалу, к продуктовым границам и к географическим границам рассматриваемого товарного рынка, а также к составу хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

По результатам расчетов установлено, что на федеральном оптовом рынке табачной продукции за 2016 год **АО «ТК Мегаполис» по-прежнему занимает доминирующее положение, доля в 2016 году составляет 65%** (2015 — 65%; 2014 — 67%). Таким образом АО «ТК Мегаполис» является **отдельным хозяйствующим субъектом**, занимающим на исследуемом рынке **доминирующее положение**.

Иных хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке более чем тридцать пять процентов, не установлено.

*Поведенческие характеристики влияния на рынок.*

ФАС России установлено, что группа лиц JTI, группа лиц PMI, группа лиц BAT, группа лиц ITG, группа лиц ДТ, помимо участия в непосредственно оптовой реализации табачной продукции, являются инициаторами по покупке услуг по продвижению табачной продукции у продавцов розничного рынка **путем заключения соответствующих договоров**.

В целях обеспечения удовлетворения спроса на свою продукцию на уровне розничной реализации, поставщики заключают с торговыми сетями и иными участниками розничного рынка договоры на оказание услуг, связанных с организаций розничной продажи их продукции. Такие договоры заключаются, как правило, именно между производителями табачной продукции и ритейлерами напрямую (не дистрибьюторами), поскольку, во-первых, именно у производителей, а не у дистрибьюторов, есть специальные бюджеты на такие услуги (требующие существенных затрат) и, во-вторых, потому что приобретение данных услуг у ритейлеров является формой конкуренции между производителями, в то время как дистрибьюторы оказывают производителям логистические и иные услуги, что позволяет им (как в случае АО «ТК Мегаполис») обслуживать несколько конкурирующих между собой производителей.

Спецификой предоставления данных услуг является то, что они неотделимы от товара, поставляемого в розничную сеть и реализуемого в розничной сети. То есть рынок аналогичных услуг вне рассматриваемого рынка отсутствует.

**VIII. Определение уровня концентрации товарных рынков**

**Крупнооптовый рынок**

По оценке ФАС России, крупнооптовый рынок табачной продукции в 2016 году являлся высококонцентрированным (согласно п 7.2 Порядка), при этом в период 2014-2016 гг. уровень концентрации товарного рынка оставался стабильным.

|  |
| --- |
| ***Концентрация поставщиков табачной продукции на крупнооптовый рынок РФ*** |
|   |   | **Доля 2014** | **Доля 2015** | **Доля 2016** |
| JTI |   | 38,73% | 37,08% | 35,31% |
| PMI |   | 30,57% | 32,74% | 32,18% |
| BAT p.l.c. |   | 22,99% | 21,68% | 24,44% |
| **CR3 (доля топ-3 поставщиков)** |   | **92,29%** | **91,50%** | **91,92%** |

Также в соответствии с Порядком, был рассчитан индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) для рынка крупнооптовой реализации табачной продукции. Индекс Герфиндаля — Гиршмана используется для оценки степени монополизации отрасли, вычисляется как сумма квадратов долей продаж каждой компании в отрасли: HHI = S21 + S22 + ... + S2n

**для наших данных:**

**HHI = 35,312 + 32,182 + 24,442 + 8,082 = 2944,9485**

Поскольку HHI > 2000, то это также подтверждает, что концентрация на исследуемом рынке высокая.

**Федеральный оптовый рынок**

По оценке ФАС России, оптовый рынок табачной продукции в 2016 году являлся высококонцентрированным (согласно п 7.2 Порядка), при этом в период 2014-2016 гг. уровень концентрации товарного рынка оставался стабильным.

|  |
| --- |
| ***Концентрация поставщиков табачной продукции на оптовый рынок РФ*** |
|   |   | **2014** | **2015** | **2016** |
| Мегаполис |   | 67,23% | 65,06% | 65,09% |
| СНС |   | 20,07% | 18,01% | 21,05% |
| Донской табак |   | 8,08% | 9,87% | 8,87% |
| **CR3 (доля топ-3 поставщиков)** |   | **95,38%** | **92,94%** | **95,01%** |
| БТФ |   | 1,82% | 2,05% | 2,12% |
| ФГУП Кубанское |   | - | 2,32% | - |
| KT&G |   | 1,10% | - | 0,73% |
| **CR5 (доля топ-5 поставщиков)** |   | **98,30%** | **97,31%** | **97,87%** |

Был рассчитан индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) для рынка оптовой реализации табачной продукции.

**для наших данных:**

**HHI = 65,092 + 21,052 + 8,872 + 2,122 + 0,732 + 0,542 + 0,392 + 0,352 + 0,172 + 0,152… = 4 764,1324**

Поскольку HHI > 2000, то это также подтверждает, что концентрация на исследуемом рынке высокая. Повышенная степень концентрации рынка и как следствие - слаборазвитая конкурентная среда. Тем не менее, высокая концентрация на рынке может иметь и ряд положительных аспектов, как, например, установление прозрачных правил для игроков на рынке, а также содействие борьбе с нелегальной торговлей продукцией.

Таким образом за период 2014-2016 гг. на рынке оптовой реализации табачной продукции прослеживается устойчиво-высокий уровень концентрации на фоне одновременного уменьшения количества поставщиков и снижения объемов поставок на рынок.

**IX. Определение барьеров входа на рынок**

Основным барьером входа на **крупнооптовый** рынок табачной продукции, помимо высокой степени концентрации, следует отметить закрепление на договорной основе конкретных поставщиков с конкретными крупнооптовыми покупателями, на протяжении длительного периода времени.

Основными барьерами входа новых хозяйствующих субъектов на **федеральный оптовый** рынок являются:

1. Высокий уровень концентрации.

По оценке ФАС России за 2016 год, два поставщика на оптовый рынок сигарет (ГК «Мегаполис» и ГК «СНС») занимают более 86% доли рынка.

2. Государственная политика в сфере ограничения курения сигарет (рост ставки акцизов, запрет рекламы, ограничения по размещению продукции при розничной реализации и т.д.) – эти меры уменьшают рентабельность и сбытовые возможности новых игроков, ограничивая их возможности продвигать продукцию на рынок.

К основным барьерам входа на рынок для новых предприятий-производителей табачной продукции, относится:

- необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений;

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

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

Значительным фактором, сдерживающим вхождение хозяйствующих субъектов на рассматриваемый рынок новых небольших предприятий, является наличие высоких инвестиционных рисков.

Указанные факторы делают рынок табачной продукции малопривлекательным для новых участников.

**X. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке**

Высокий уровень концентрации, значительная доля вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов - факторы, способствующие созданию условий для ограничения конкуренции на рынке оптовой реализации табачной продукции.

На основании проведенного исследования ФАС России приходит к выводу, что за иследуемый период - 2016 год рынок оптовой реализации табачной продукции по-прежнему остается рынком с недостаточно развитой конкуренцией с устойчиво-высоким уровнем концентрации на фоне одновременного уменьшения количества поставщиков и снижения объемов поставок на рынок.

Сложная и многоступенчатая дистрибуция с ограниченным кругом хозяйствующих субъектов (за счет долгосрочных договоров дистрибуции с единственным покупателем), которая закреплена и неизменна на рынке продолжительное время, является одним из проблематичных аспектов отрасли.

На регулируемых государством высококонцентрированых рынках такое построение дистрибуции может быть допустимо, т.к. ограниченное количество хозяйствующих субъектов позволяет контролирующим органам эффективнее отслеживать товарные потоки и пресекать поступление на рынок нелегальной продукции, однако такая ситуация является исключением с точки зрения классического понимания антимонопольного законодательства.

ФАС России считает целесообразным рекомендовать хозяйствующим субъектам, занимающим значительные доли на рынках табачной продукции, разработать и согласовать с антимонопольным органом коммерческие политики (торговые практики), устанавливающие перечень прозрачных недискриминационных критериев, которыми будет руководствоваться хозяйствующий субъект при определении контрагента и условий сотрудничества с ним.

Прозрачность взаимодействия с контрагентами будет свидетельствовать об открытости хозяйствующего субъекта, снизит риски нарушения антимонопольного законодательства, предотвратит наступление административной ответственности за такие нарушения.

В условиях современной экономики целесообразно рассмотреть возможность внедрения такого метода контроля, как антимонопольный комплаенс. ФАС России на постоянной основе проводит консультирование хозяйствующих субъектов по вопросам организации и построения комплаенса как одного из основных направлений снижения рисков нарушения антимонопольного законодательства.

**Проблемы развития конкуренции.**

Несовершенство табачной отрасли и ее развития во многом связано с отсутствием единого регулятора, которое является причиной недостаточной согласованности в нормотворческой и правоприменительной практике различных государственных органов, наделенных отдельными полномочиями в регулировании и надзоре над различными аспектами деятельности отрасли (таких, как Минсельхоз России, Минздрав России, Минфин России, Минпромторг России, ФАС России, Роспотребнадзор и т.д.). В результате отсутствует комплексный долгосрочный подход к развитию отрасли, который учитывал бы, с одной стороны, специфику производимой продукции и безусловный приоритет охраны общественного здоровья, а с другой – налоговый, инвестиционный и инновационный потенциал отрасли. В практике других стран табачная отрасль регулируется специализированным органом, отвечающим за фискальную или торгово-промышленную политику.

В настоящее время отсутствует нормативный правовой акт, регулирующий в полной мере производство/оборот табачной продукции и инновационной никотиносодержащей продукции, некоторые положения Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» затрагивают сферу регулирования оборота табачной продукции, но в условиях современной российской экономики данное регулирование не является достаточным и полным (как, например, в настоящее время осуществляется регулирование производства и оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции Федеральным законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»).

Как указано выше, одной из проблем, влияющей на условия конкуренции на рынке табачной продукции, является отсутствие единой фискальной политики, включая единые ставки акциза на табачные изделия, при отсутствии таможенных границ в рамках ЕАЭС. В настоящее время это способствует притоку на территорию Российской Федерации нелегальной табачной продукции (неоклееной российской акцизной маркой) – общая доля нелегальной табачной продукции по данным независимых аналитических исследований (Nielsen, Euromonitor) в 2016 году составляла 4,6 %, что создает условия для недобросовестной конкуренции.

**Предложения по развитию конкуренции.**

Для развития конкуренции на рынке табачной продукции и совершенствования регулирования и контроля всей табачной отрасли ФАС России считает необходимым разработать проект плана мероприятий («дорожной карты») по совершенствованию регулирования и развитию конкуренции на рынке табачной продукции (далее — «дорожная карта»). ФАС России выражает готовность в рамках работы Экспертного совета предоставить постоянно действующую площадку для разработки «дорожной карты» совместно с заинтересованными органами исполнительной власти и бизнес-сообществом.

Одним из основных пунктов «дорожной карты» антимонопольный орган видит необходимость определения полномочного федерального органа исполнительной власти, который будет наделен полномочиями по выработке государственной политики в табачной отрасли, а также органа по контролю и надзору в табачной отрасли, с включением в его компетенцию всех вопросов, связанных с регулированием деятельности по производству и обороту табачной и инновационной никотиносодержащей продукции, а также перспективы приведения отраслевого законодательства в соответствие с современным состоянием рынков и государственных задач по контролю за оборотом и реализацией продукции.

В целях качественного изменения ситуации с нелегальным поступлением табачной продукции на территорию Российской Федерации и поддержки добросовестной конкуренции необходимо разработать специальные требования в отношении отслеживания движения и дистрибуции табачной продукции при пересечении государственной границы Российской Федерации в рамках ЕАЭС, а также требования специальной маркировки в целях пресечения незаконной торговли табачной продукцией. По мнению антимонопольного органа целесообразно рассмотреть возможность заключения соглашения о единых правилах оборота табачной продукции на территории государств – членов ЕАЭС.

Возможно дополнительно изучить вопрос целевого использования акцизных поступлений для реализации проектов профилактики табакокурения, развития инфраструктуры досуга и спорта, пропаганды здорового образа жизни.

Эти меры будут способствовать развитию добросовестной конкуренции на рынке табачной продукции, будут гарантией развития смежных рынков, а также создадут новые возможности для социально значимых проектов.

В целях повышения привлекательности отрасли необходимо принятие согласованной инвестиционной политики в сфере развития табачной отрасли. На рынке табачной продукции, где условия для конкуренции ограничены, должна применяться эффективная государственная система контроля, гибкая, ориентированная на стратегические цели, способствующая привлечению инвестиций, защищающая интересы участников рынка, а главное конечных потребителей не только в краткосрочном, но и в долгосрочном плане.

Приложение к настоящему аналитическому отчету: Материалы по рынку табачной продукции за 2014-2016 годы на 11 л.

Начальник Управления В.Б. Мишеловин

1. https://www.vardex.ru/e-cigs.html?sort=price&order=asc [↑](#footnote-ref-1)
2. Вертикальная интеграция - производственное и организационное объединение, слияние, кооперация, взаимодействие предприятий, связанных общим участием в производстве, продаже, потреблении единого конечного продукта: поставщиков материалов, изготовителей узлов и деталей, сборщиков конечного изделия, продавцов и потребителей конечного продукта. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. "Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М." (ИНФРА-М, 2011) [↑](#footnote-ref-2)