


УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель  
Федеральной антимонопольной  
службы  
  
М.А. Шаскольский



**Принципы экономического  
анализа практик  
ценообразования на предмет их  
соответствия Закону о защите  
конкуренции**

**(ФАС России)**  
в редакции от 22.12.2021

2021 г.

## Содержание

I. Общие положения .....	4
II. Расчет экономически обоснованной цены для экспортоориентированных хозяйствующих субъектов .....	7
2.1. Применение метода нетбэк с вычетом логистических затрат (метод «нетбэк минус») .....	7
2.1.1. Метод «нетбэк минус» .....	7
2.1.2. Условия применения метода расчета экономически обоснованной цены «нетбэк минус» .....	9
2.2. Расчет экономически обоснованной цены на основе данных о средневзвешенных ценах (метод «средневзвешенных цен») .....	13
2.2.1. Метод «средневзвешенных цен» .....	13
2.2.2. Условия применения метода «средневзвешенных цен» .....	14
III. Расчет экономически обоснованной цены на импортоориентированных рынках .....	16
3.1. Применение метода нетбэк с прибавлением логистических затрат (метод «нетбэк плюс») .....	16
3.1.1. Метод «нетбэк плюс» .....	16
3.1.2. Условия применения метода расчета экономически обоснованной цены «нетбэк плюс» .....	17
IV. Расчет экономически обоснованной цены на сбалансированных рынках .....	18
4.1. Расчет экономически обоснованной цены на основе зарубежных индикаторов без корректировки на величину логистических затрат (метод «прямой цены») .....	18
4.1.1. Метод «прямой цены» .....	18
4.1.2. Условия применения метода «прямой цены» .....	19
V. Определение критериев допустимости установления более высоких цен на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями при прочих равных условиях .....	21
5.1. Установление более высоких цен на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями при прочих равных условиях .....	21
5.2. Условия признания допустимым установления более высоких цен на товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями .....	22
VI. Расчет экономически обоснованной цены на региональных (локальных) рынках .....	24
6.1. Применение метода «нетбэк плюс» с прибавлением логистических затрат для региональных (локальных) рынков .....	24
6.2. Применение метода «прямой цены» для региональных (локальных) рынков .....	25

VII. Установление более высоких цен на один и тот же товар для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя, по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях.....	28
7.1. Установление более высоких цен на один и тот же товар для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя, по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях.....	28
7.2. Условия признания допустимым установления более высоких цен на товар для локальных потребителей по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях.....	28

## **Приложение**

# Определение критериев допустимости практик ценообразования

## I. Общие положения

Настоящие принципы разработаны в целях определения подходов к анализу ценовой политики доминирующих на рынке хозяйствующих субъектов на предмет соответствия такой политики требованиям, установленным п. 1 и 6 ч. 1 ст. 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), а также в целях повышения качества экономического анализа практик ценообразования доминирующих на рынке хозяйствующих субъектов и расширения практики применения «метода сопоставимых рынков»<sup>1</sup> при таком анализе.

Принципы предназначены для использования сотрудниками антимонопольного органа в качестве методических рекомендаций при проведении анализа ценовой политики доминирующих на рынке хозяйствующих субъектов на предмет соответствия такой политики требованиям, установленным п. 1 и 6 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции.

Практики ценообразования доминирующих на товарном рынке хозяйствующих субъектов, учитывающие индикаторы, сложившиеся на зарубежных рынках, могут признаваться допустимыми при условии исключения наступления или возможности наступления последствий, указанных в части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, на товарных рынках в границах территории Российской Федерации.

Принципы определяют:

– в части анализа практик ценообразования на предмет их соответствия п. 1 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции: методологию расчета сотрудниками антимонопольного органа **верхнего предела цены, ниже которого установленная хозяйствующим субъектом цена не может быть признана монопольно высокой;**

– в части анализа практик ценообразования на предмет их соответствия п. 1 и п. 6 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции: критерии допустимости установления доминирующим хозяйствующими субъектами более высоких цен для потребителей внутреннего рынка (потребителей близлежащих территорий) по сравнению с иностранными потребителями (потребителями с удаленных территорий).

---

<sup>1</sup> «Метод сопоставимых рынков» подразумевает сравнение уровня цен, устанавливаемых доминирующим хозяйствующим субъектом на рассматриваемом товарном рынке, с уровнем цен, устанавливаемых в тот же период времени этим или другими хозяйствующими субъектами на иных (с точки зрения географических границ) товарных рынках, характеризующихся более развитой конкурентной средой, либо с уровнем биржевых индикаторов (далее – зарубежные рынки).

При анализе практик ценообразования необходимо максимально учитывать экономические характеристики и особенности государственного регулирования товарных рынков, являющихся предметом анализа. К таким характеристикам относятся:

- доли хозяйствующих субъектов на рынке;
- структура товаропотоков (соотношение объемов поставок на внутренний рынок (близлежащие территории) и зарубежные рынки (удаленные территории));
- соотношение логистических затрат, связанных с доставкой товара до места потребления, и его стоимости;
- уровень цен, сложившийся на иных товарных рынках со сравнительно развитой конкурентной средой;
- соотношение спроса и предложения, в том числе соотношение объема производства, при котором достигается эффект от масштаба, и объема спроса на товар на внутреннем рынке (близлежащей территории);
- эластичность спроса по цене;
- государственное регулирование;
- характеристики функционирования рынков следующего передела;
- и т.д.

Выдача предписания в отношении ценовой политики (в части установления обоснованного уровня цен или устранения ценовой дискриминации) вне учета указанных характеристик товарных рынков может привести к негативным последствиям как для производителя (продавца) рассматриваемого товара, так и для потребителей. Например, определение допустимого уровня цены с помощью «затратного метода» вне учета экономических характеристик функционирования рынка на уровне более низком, чем уровень цены, сложившейся на сопоставимых товарных рынках, может привести к снижению эффективности функционирования производителя товара (так как снижаются стимулы к экономии издержек), изменению товаропотоков и созданию дефицита товара на внутреннем рынке и т.п.

Применимость принципов:

1. Рассматриваемые принципы применимы на рынках:

1.1. Сырьевых товаров и полуфабрикатов:

- под сырьевыми товарами понимаются полезные ископаемые и другие природные ресурсы, произведенные из них материалы, подлежащие дальнейшей

переработке (например, металлургический кокс, железорудное сырье, хлористый калий, апатитовый концентрат и т.п.)

- под полуфабрикатами понимается промышленная продукция, подлежащая последующей обработке или используемая как составная часть другого более сложного вида продукции (например, металлургический сляб; квадратная, круглая заготовка; чушка/слитки из цветных металлов и сплавов на их основе, и т.п.);

1.2. Отдельных рынках готовой продукции:

1.2.1 рынках металлургической продукции (например, сортовой прокат, листовой прокат, фасонный прокат, профиль, трубы, плиты, штамповки, поковки, катоды и т.п. и т.п.);

1.2.2 рынках следующих строительных материалов:

- природные каменные материалы (щебень, гравий, песок и т.п.);

- деревянные строительные материалы (шпон, фанеры, деревянные плиты и панелей, прочих деревянные строительные конструкции, столярные изделия);

- строительные керамические материалы (керамические плиты и плитки, неогнеупорная керамическая плитка для внутренней и внешней облицовки стен и фасадов зданий, мозаичная плитка, неогнеупорные керамические плиты и блоки для мощения, кирпич, черепицы и прочих строительных изделий из обожженной глины);

- готовые строительные изделия из бетона, цемента и искусственного камня, сборные строительные конструкции из бетона, цемента и искусственного камня, сухие бетонные смеси, изделия из асбестоцемента и волокнистого цемента с волокнами целлюлозы или аналогичных материалов;

- готовые и сухие строительные растворы и бетон (товарный бетон).

2. Принципы не применимы на рынках инновационных товаров, рынках услуг, а также на рынках, где наравне со свойствами товара торговая марка определяет предпочтения потребителя.

3. Принципы, изложенные в разделах II - V применимы только на федеральных и межрегиональных рынках.

На отдельных товарных рынках антимонопольным органом могут быть применены иные принципы анализа практик ценообразования с учетом специфических особенностей таких товарных рынков.

При проведении антимонопольных органом анализа цены на предмет монополично высокой необходимо оценить поведение доминирующего хозяйствующего субъекта на внутреннем рынке Российской Федерации, в том числе провести оценку приоритетности

поставок товара на внутренний рынок, учет хозяйствующим субъектом спроса на внутреннем рынке Российской Федерации, и анализ наступления или возможности наступления негативных последствий, указанных в части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, на товарных рынках в границах территории Российской Федерации

В случаях, когда настоящие Принципы не применимы к отдельным товарным рынкам, либо характеристики исследуемого товарного рынка и условия применения методов не соответствуют характеристикам и условиям, описанным в разделах II – VII настоящих Принципов, сотрудникам антимонопольного органа необходимо выявить и установить все признаки состава правонарушения по злоупотреблению доминирующим положением, предусмотренные статьей 6, пунктами 1 и 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции для признания нарушения антимонопольного законодательства.

## **II. Расчет экономически обоснованной цены для экспортоориентированных хозяйствующих субъектов**

### **2.1. Применение метода нетбэк с вычетом логистических затрат (метод «нетбэк минус»)**

2.1.1. Метод «нетбэк минус» представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены с использованием ценового (биржевого и внебиржевого) индикатора, сложившегося на зарубежном рынке в условиях более развитой конкурентной среды по сравнению с внутренним рынком, скорректированного в сторону уменьшения на сумму логистических затрат, связанных с доставкой товара на соответствующий зарубежный рынок (цена, приведенная к базисам поставки EXW). В качестве ценового индикатора могут выступать котировки товарных бирж (например, Лондонской биржи металлов<sup>2</sup> (LME)), а также публикуемые международными аналитическими агентствами (например, Argus, Platts<sup>3</sup>, Metal bulletin<sup>4</sup>, The Steel Index<sup>5</sup>, Металлторг<sup>6</sup> и т.п.) данные о ценах на товар, сложившихся в соответствующих регионах мира. При расчете экономически обоснованной цены необходимо учитывать не только индикатор, но и различного рода региональные премии, надбавки или приплаты, которые по факту уплачивает потребитель продавцу товара в рассматриваемом регионе.

В качестве ценового индикатора следует выбирать индикатор, сложившийся на той

---

<sup>2</sup> <http://www.lme.com>;

<sup>3</sup> <http://www.platts.com>;

<sup>4</sup> <http://www.metalbulletin.com>;

<sup>5</sup> <https://www.thesteelindex.com>;

<sup>6</sup> <http://www.metaltorg.ru>

территории, на которую фактически осуществляется наибольший объем экспортных поставок резидентами Российской Федерации, и при этом данный индикатор характеризует ситуацию на рынке со сравнительно развитой конкуренцией.

Формула расчета в общем виде имеет следующий вид:

$$Ц = I \times k - L - П$$

$Ц$  – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для российских потребителей на базисах поставки EXW склад производителя (без учета НДС);

$I$  – рыночный индикатор, сложившийся в зоне активного потребления товара на зарубежном рынке с развитой конкурентной средой;

$k$  – поправочный коэффициент, обуславливающий различные качественные характеристики продукции;

$L$  – величина фактических логистических расходов по доставке товара на соответствующий зарубежный рынок;

$П$  – экспортная таможенная пошлина на товар. В данный параметр могут быть включены иные обязательные в соответствии с законодательством платежи, возникающие при экспорте товара за пределы Российской Федерации.

#### Графическая иллюстрация применения метода «нетбэк минус»:



▲ - производитель/поставщик на территории Российской Федерации

● - внутренний потребитель



■ - иностранный потребитель

⇒ - направления поставки товара

| - пересечение границы, сопряженное с необходимостью оплаты экспортной пошлины (иных платежей)

2.1.2. Условия применения метода расчета экономически обоснованной цены «нетбэк минус».

Применение метода «нетбэк минус» целесообразно в том случае если:

– существуют биржевые или внебиржевые индикаторы, отражающие уровень цен на зарубежных рынках со сравнительно развитой конкурентной средой. Как правило, такого рода ценовые индикаторы используются продавцами и потребителями товара в качестве ценовых ориентиров при формировании механизмов ценообразования, предусмотренных условиями договоров (примеры индикаторов представлены в приложении к настоящим Принципам);

– предметом анализа является ценовая политика занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки за пределы Российской Федерации (или Единого таможенного пространства, в зависимости от географических границ товарного рынка) в объемах (в количественном выражении), существенно превышающих, либо сопоставимых с объемами поставок на внутренний рынок. При этом речь может идти как о сравнении совокупных объемов экспортных поставок с поставками на внутренний рынок, так и объемов поставок по отдельным договорам с иностранными и российскими потребителями;

– транспортные расходы по доставке товара на зарубежные рынки незначительны по сравнению со стоимостью товара (в пределах 10-15% от стоимости товара), а цена, определенная методом «нетбэк минус», выше уровня себестоимости производства товара (в противном случае необходимо применять «премиальный» нетбэк, например, учитывая только часть логистических затрат, либо вообще не учитывать логистические затраты и применять метод «прямой цены» – см. раздел IV настоящих Принципов).

Рассчитанная методом «нетбэк минус» цена будет репрезентативна для хозяйствующего субъекта в том случае, если:

– общий объем экспортируемого товара (объем экспортируемого товара в соответствующий регион, либо товара, экспортируемого в рамках отдельного договора)

(при прочих равных условиях) существенно превышает, либо сопоставим с объемом поставок на внутренний рынок (объемом, поставляемым в соответствующий регион, либо с объемом, поставляемым в рамках отдельных договоров с российскими потребителями). При сопоставлении цен в рамках отдельных договоров не следует учитывать поставки товара, осуществляемые в адрес соответствующего потребителя впервые (пробные поставки);

– поставки в адрес экспортных потребителей стабильны как по объемам, так и по структуре товаропотока. Это условие обеспечивает минимизацию рисков различия в средневзвешенной экспортной альтернативе, сложившейся по факту, и рассчитанной антимонопольным органом экономически обоснованной цены с использованием метода «нетбэк минус» в рамках выдачи предписания относительно будущей практики ценообразования доминирующего хозяйствующего субъекта;

Примечания:

1) В случае если не все из числа доминирующих хозяйствующих субъектов осуществляют поставки товара на территории экспортных рынков (например, ввиду их территориальной удаленности от таких рынков), при определении максимального предела экономически обоснованной цены на внутреннем рынке возможно наряду с методом «нетбэк минус» применять метод «прямой цены» (раздел IV настоящих Принципов).

2) При выдаче предписания в адрес доминирующего хозяйствующего субъекта, устанавливающего требование по расчету цены для внутреннего потребителя с применением метода «нетбэк минус», значение рассчитанной цены не должно существенно отличаться от средневзвешенного значения экспортной альтернативы. Отличие цены, рассчитанной методом «нетбэк минус», от экспортной альтернативы в меньшую сторону может привести к таким негативным последствиям как изъятие товара из обращения на территории Российской Федерации.

### Пример расчета цены методом «нетбэк минус»

Рынок первичного алюминия на территории Российской Федерации является экспортоориентированным: доля экспорта составляет более 90%. Единственным производителем товара на территории Российской Федерации является группа лиц «РУСАЛ», объединяющая 12 отечественных заводов. Расходы на транспортировку данного металла составляют не более 10% (3-6%). Существуют котировки первичного алюминия и его сплавов на Лондонской бирже металлов (ЛМЕ/LME), которые используются в качестве биржевых индикаторов определения цены металла, как зарубежными компаниями, так и российскими производителями.

Согласно Предписанию ФАС России предприятия группы лиц РУСАЛ (единственные производители первичного алюминия на территории Российской Федерации) обязаны не устанавливать отпускную цену на первичный алюминий для потребителей (покупателей) на территории Российской Федерации выше цены ( $C_1$ ), рассчитанной на базисе EXW или FCA (с завода) ж/д станция или склад грузоотправителя по формуле:  $C_1 = LME_1 + П_{A7}$ , где

$LME_1$  – среднее значение котировки определенной марки алюминия на Лондонской бирже металлов (ЛМЕ/LME), за соответствующий период;

$П_{A7} = П_{прег} - Л_{ф} - Л_{п}$ , где:

$П_{прег}$  – среднее значение показателя региональной премии для алюминия определенной марки на основном для соответствующего товара сегменте мирового рынка, на который компанией РУСАЛ экспортируется наибольший объем товара по сравнению с другими сегментами мирового рынка (Основной сегмент мирового рынка: Европа, Азия, или Америка) за период, аналогичный периоду, выбранному для определения показателя  $LME_1$ . Используются следующие показатели премии основных сегментов мирового рынка: для Европы - «CIS-origin: indicator in warehouse Europe: A7e premium» или «MB Aluminium Premium Rotterdam Low - High» (публикации «Metal Bulletin Daily» ([www.metalbulletin.com](http://www.metalbulletin.com))); для Азии - «Aluminum CIF Japan premium (\$/mt)» (публикация «Platts Metals Daily» ([www.platts.com](http://www.platts.com))); для Америки - «Aluminum MW US Transaction premium (¢/lb)» (публикация «Platts Metals Daily» ([www.platts.com](http://www.platts.com)));

$Л_{ф}$  – средневзвешенная величина фактических логистических расходов компании РУСАЛ на фрахт от порта на территории РФ (Основной порт РФ, через который осуществляется транспортировка алюминия для реализации на Основном сегменте мирового рынка) до порта назначения за пределами РФ (порт Основного сегмента мирового рынка) за 3-й месяц, предшествующий месяцу отгрузки;

$L_n$  – средневзвешенная величина фактических логистических расходов компании РУСАЛ на доставку алюминия от заводов-производителей до Основного порта РФ с учетом портовых расходов по перевалке груза на судно за 3-й месяц, предшествующий месяцу отгрузки.

#### **Пример расчета коэффициента $k$**

Рынок железорудного сырья (ЖРС) в Российской Федерации является экспортоориентированным. Международные аналитические агентства, такие как Steel Business Briefing, Platts, публикуют данные о ценах на железорудное сырье с различным содержанием железа.

При этом на территории РФ производство ванадийсодержащего ЖРС осуществляет единственное предприятие – ОАО «Качканаргский ГОК «Ванадий» (группа лиц ЕвразХолдинг). Вместе с тем, отсутствуют какие-либо данные о ценах на железорудное сырье с содержанием ванадия, которое было бы аналогично сырию, производимому в РФ ОАО «Качканаргский ГОК «Ванадий». В этой связи, ФАС России в целях недопущения злоупотребления доминирующим положением ОАО «Качканаргский ГОК «Ванадий» выдал предписание об установлении цены на ванадийсодержащий ЖРС для российских покупателей на базисе поставки FCA (станция отправления), не превышающей цену ( $C_{max}$ ), рассчитанную по формуле на основе публикуемых индексов с учетом поправочного коэффициента:  $C_{max} = (ChinaCFR63\% * K) * \$ЦБ - ЭП - L$ , где:

ChinaCFR63% - среднее значение индекса «Chins import CFR N/Chins port \$/тн» для железорудного сырья с содержанием железа 63% за квартал, предшествующий кварталу поставки, публикуемого Steel Business Briefing;

**K - поправочный коэффициент на качество продукции, рассчитанный по содержанию железа в ЖРС по следующей формуле:**

**$K = (\text{Содержание Fe в ЖРС Качканарского ГОК, \%}) / 63\%$ .**

$\$ЦБ$  – среднее значение официального курса доллара США, устанавливаемого ЦБ России в квартале, предшествующем кварталу поставки;

ЭП – экспортные пошлины, действующие в квартале, предшествующем кварталу поставки;

L – величина логистических расходов на перевозку и погрузку товара, рассчитанная за квартал, предшествующий кварталу поставки, и включающую в себя железнодорожный тариф от станции отправления ОАО «Качканаргский ГОК «Ванадий»

до порта и перевалку товара в порту.

## 2.2. Расчет экономически обоснованной цены на основе данных о средневзвешенных ценах (метод «средневзвешенных цен»)

2.2.1. Метод «средневзвешенных цен» представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены на основе данных об уровне средневзвешенных цен (на базисе поставки EXW склад производителя), устанавливаемых в предшествующий период (например, за предшествующую неделю, месяц, квартал) хозяйствующими субъектами для зарубежных потребителей, действующих на рынках с более развитой, нежели в Российской Федерации, конкурентной средой.

Формула расчета в общем виде имеет следующий вид:

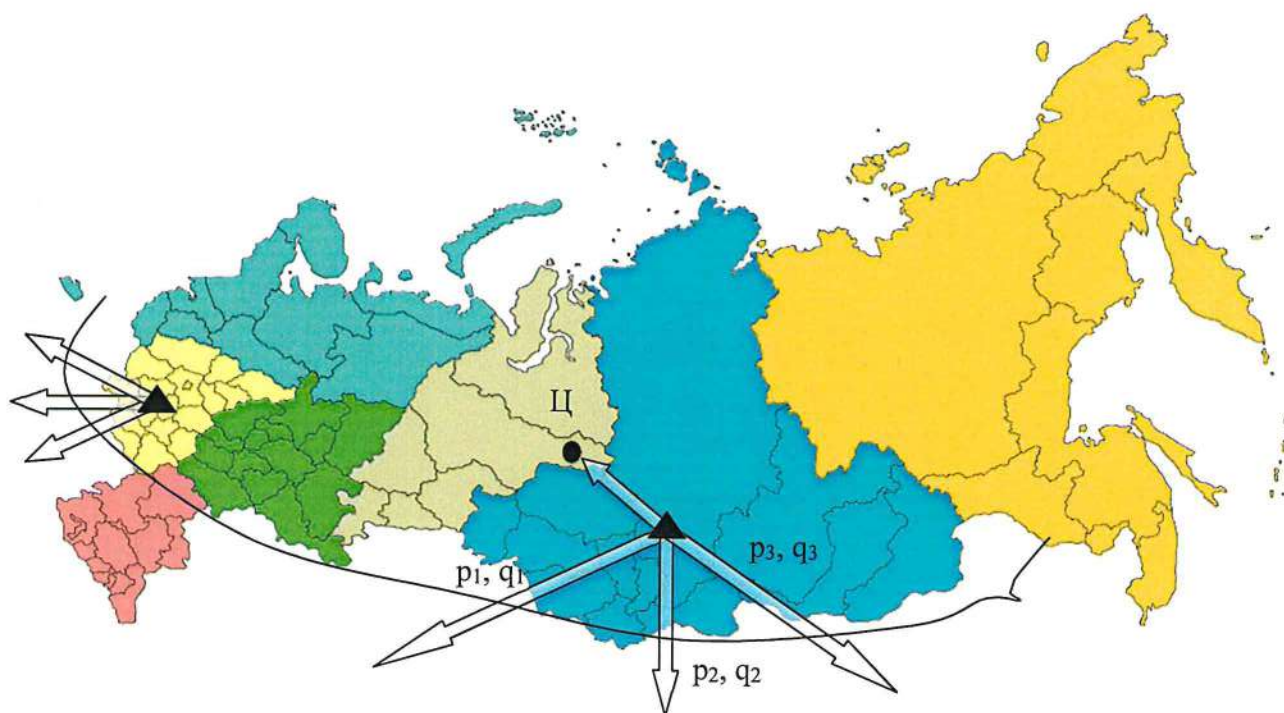
$$Ц = \frac{P_1 q_1 + \dots + P_n q_n}{q_1 + \dots + q_n}$$

$C$  – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для российских потребителей на базисах поставки FCA станция отправления и/или EXW склад производителя (без учета НДС);

$p_i$  – цена на базисе поставки FCA станция отправления и/или EXW склад производителя (без учета НДС), установленная для  $i$ -го покупателя в предшествующий период;

$q_i$  – объем товара, проданный  $i$ -му покупателю в предшествующий период по цене  $p_i$ .

## Графическая иллюстрация применения метода «средневзвешенных цен»:



- ▲ - производитель/поставщик на территории Российской Федерации
- - внутренний потребитель
- ⇨ - направления поставки товара

### 2.2.2. Условия применения метода «средневзвешенных цен».

Рассматриваемый метод целесообразно использовать в том случае если:

- на зарубежных рынках отсутствуют какие-либо ценовые (биржевые и внебиржевые) индикаторы, отражающие ценовую конъюнктуру;
- предметом анализа является ценовая политика занимающих доминирующее положение хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки за пределы Российской Федерации (или Единого таможенного пространства, в зависимости от географических границ товарного рынка) в объемах (в количественном выражении), превышающих, либо сопоставимых с объемами поставок на внутренний рынок;
- хозяйствующий субъект осуществляет экспортные поставки во множество регионов в незначительных объемах. В этом случае невозможно определить отдельный «репрезентативный» регион для расчета цены методом «нетбэк минус»;
- поставки в адрес экспортных потребителей нестабильны как по объемам, так и по структуре товаропотока;
- транспортные расходы по доставке товара на зарубежные рынки

незначительны по сравнению со стоимостью товара (в пределах 10-15% от стоимости товара), а цена, определенная методом «средневзвешенных цен», выше уровня себестоимости производства товара (в противном случае необходимо применять метод «прямой цены» – см. раздел IV настоящих Принципов).

Примечание:

1) Для того чтобы используемые данные были репрезентативными, необходимым условием является не только наличие существенных объемов поставок на экспорт, но и высокий уровень частоты таких поставок (сопоставимый с частотой поставок основным потребителям, действующим на территории Российской Федерации).

2) В случае если не все из числа доминирующих хозяйствующих субъектов осуществляют поставки товара на территории экспортных рынков (например, ввиду их территориальной удаленности от таких рынков), при определении максимального предела экономически обоснованной цены на внутреннем рынке возможно наряду с методом «средневзвешенных цен» применять метод «прямой цены» (раздел IV настоящих Принципов).

#### **Пример расчета цены методом «средневзвешенных цен»**

Рынок хлористого калия на территории Российской Федерации является экспортоориентированным: доля экспорта более 75%. На территории Российской Федерации производство хлористого калия осуществляют два предприятия: ОАО «Уралкалий» и ОАО «Метакхим». ОАО «Уралкалий» занимает доминирующее положение на рынке хлористого калия в Российской Федерации с долей более 98%. Биржевые индексы на хлористый калий отсутствуют.

В этой связи ФАС России при разработке в начале 2013 года рекомендаций по обеспечению недискриминационного доступа к приобретению хлористого калия использовал метод «средневзвешенных цен». Так, согласно этим рекомендациям справедливой ценой хлористого калия для российских производителей и потребителей сложных минеральных удобрений является цена, не превышающая минимальную экспортную цену.

Под минимальной экспортной ценой хлористого калия понимается Цена FCA, которая представляет собой средневзвешенную цену порошкообразного калия хлористого 95%, насыпью, поставляемого на экспорт российским производителем на рынке с минимальной ценой на условиях FCA (франко-вагон станция отправления), а также иных условиях за вычетом дополнительных затрат, связанных с иными

условиями (например, логистические затраты). Рынком с минимальной ценой является страна назначения, находящимся в которой грузополучателям было отгружено не менее 50 тысяч тонн продукции и при отгрузках в которую сложилась минимальная средневзвешенная цена на условиях FCA.

### III. Расчет экономически обоснованной цены на импортоориентированных рынках

#### 3.1. Применение метода нетбэк с прибавлением логистических затрат (метод «нетбэк плюс»)

3.1.1. Метод «нетбэк плюс» представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены с использованием ценового (биржевого и внебиржевого) индикатора, сложившегося на зарубежном рынке в условиях более развитой конкурентной среды по сравнению с внутренним рынком, скорректированного в сторону увеличения на сумму логистических затрат, связанных с доставкой товара из-за рубежа на территорию внутреннего рынка (цена, приведенная к базису поставки DDP). В качестве ценового индикатора могут выступать котировки товарных бирж, а также публикуемые международными аналитическими агентствами данные о ценах на товар, сложившихся в соответствующих регионах мира. При расчете экономически обоснованной цены необходимо учитывать не только индикатор, но и различного рода региональные премии, надбавки или приплаты, которые по факту уплачивает потребитель продавцу товара в рассматриваемом регионе.

В качестве ценового индикатора следует выбирать индикатор, сложившийся на той территории, с которой фактически осуществляется наибольший объем импортных поставок в Российскую Федерацию, и при этом данный индикатор характеризует ситуацию на рынке со сравнительно развитой конкуренцией.

Формула расчета в общем виде имеет следующий вид:

$$Ц = I \times k + L + П$$

$Ц$  – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для российских потребителей на базисе поставки EXW склад производителя (без учета НДС);

$I$  – рыночный индикатор, сложившийся в зоне активного потребления товара на зарубежном рынке с развитой конкурентной средой;

$k$  – поправочный коэффициент, обуславливающий различные качественные



характеристики продукции;

$L$  – величина логистических расходов по доставке товара на внутренний рынок;

$\Pi$  – ввозная таможенная пошлина на товар. В данный параметр могут быть включены иные обязательные в соответствии с законодательством платежи, возникающие при импорте товара в Российскую Федерацию.

### Графическая иллюстрация применения метода «нетбэк плюс»:



3.1.2. Условия применения метода расчета экономически обоснованной цены «нетбэк плюс».

Применение метода «нетбэк плюс» целесообразно в том случае если:

– существуют биржевые или внебиржевые индикаторы, отражающие уровень цен на зарубежных рынках со сравнительно развитой конкурентной средой. Как правило, такого рода ценовые индикаторы используются продавцами и потребителями в качестве ценовых ориентиров при формировании механизмов ценообразования,

предусмотренных условиями договоров;

– предметом анализа является ценовая политика занимающих доминирующее положение хозяйствующих субъектов, функционирующих на импортоориентированных рынках, то есть рынках, на которых объем внутреннего производства не достаточен для полного удовлетворения спроса, объем импорта сопоставим с объемом производимой на территории Российской Федерации продукции<sup>7</sup>, а экспорт отсутствует либо незначителен.

#### **IV. Расчет экономически обоснованной цены на сбалансированных рынках**

##### **4.1. Расчет экономически обоснованной цены на основе зарубежных индикаторов без корректировки на величину логистических затрат (метод «прямой цены»)**

4.1.1. Метод «прямой цены» представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены с использованием ценового (биржевого или внебиржевого) индикатора, сложившегося на зарубежном рынке в условиях более развитой конкурентной среды по сравнению с внутренним рынком. В качестве ценового индикатора могут выступать котировки товарных бирж, а также публикуемые международными аналитическими агентствами данные о ценах на товар, сложившихся в соответствующих регионах мира. При расчете экономически обоснованной цены необходимо учитывать не только индикатор, но и различного рода региональные премии, надбавки или приплаты, которые по факту уплачивает потребитель продавцу товара в рассматриваемом регионе.

В качестве ценового индикатора следует выбирать индикатор, сложившийся на:

- территории активного потребления товара (т.е. рынках, характеризующихся наибольшими объемами потребления рассматриваемого товара);
- рынке, сопоставимом по условиям государственного регулирования с условиями регулирования в Российской Федерации (см. примечание 2 к настоящему разделу);
- рынке, функционирующем в условиях сравнительно развитой конкурентной среды.

Формула расчета в общем виде имеет следующий вид:

---

<sup>7</sup> Признание в качестве географических границ товарного рынка территориальными границами Российской Федерации при наличии импорта в объеме более чем 10 процентов возможно в случае наличия каких-либо объективных ограничений для внутренних потребителей по увеличению объемов импорта, таких как квотирование, дефицит товара на рынке, а также административные и технологические ограничения

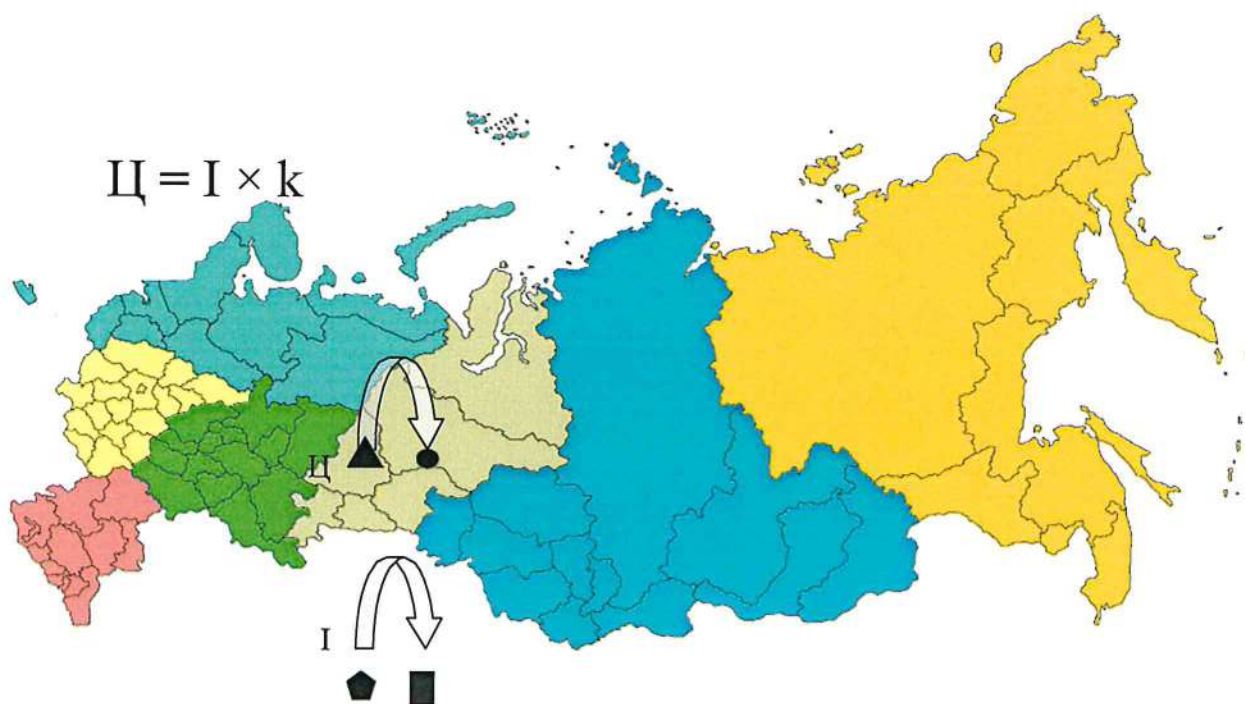
$$Ц = I \times k$$

$Ц$  – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для российских потребителей на базе поставки EXW склад производителя (без учета НДС);

$I$  – рыночный индикатор, сложившийся в зоне активного потребления товара на зарубежном рынке с развитой конкурентной средой;

$k$  – поправочный коэффициент, обуславливающий различные качественные характеристики продукции.

#### Графическая иллюстрация применения метода «прямой цены»:



▲ - производитель/поставщик на территории Российской Федерации

● - внутренний потребитель

⬠ - иностранный производитель/поставщик

■ - иностранный потребитель

⇒ - направления поставки товара

#### 4.1.2 Условия применения метода «прямой цены».

Применение метода «прямой цены» целесообразно в том случае если:

– существуют биржевые или внебиржевые индикаторы, отражающие уровень цен на зарубежных рынках со сравнительно развитой конкурентной средой. Как правило, такого рода ценовые индикаторы используются продавцами и потребителями в

качестве ценовых ориентиров при формировании механизмов ценообразования, предусмотренных условиями договоров;

– предметом анализа является ценовая политика занимающих доминирующее положение хозяйствующих субъектов, функционирующих на сбалансированных рынках, то есть рынках, на которых объем внутреннего производства сопоставим с объемом внутреннего спроса (отклонение не превышает 5-10%), а экспорт и импорт товара отсутствуют, либо незначительны;

– логистические расходы по доставке товара до потребителя из-за пределов Российской Федерации или за пределы Российской Федерации по сравнению со стоимостью товара существенны (составляют более 15-20% от стоимости товара).

Примечание:

1) При использовании метода «прямой цены» для расчета экономически обоснованного уровня цен на товары, используемые потребителями в промышленных целях, целесообразно осуществлять оценку уровня рассчитанной цены на предмет рисков устранения конкуренции на смежном рынке. В случае если рассчитанная методом «прямой цены» цена не устраняет для российских хозяйствующих субъектов возможность конкурировать на смежном с рассматриваемым товаром рынке с иностранными производителями, то такая цена может быть признана экономически обоснованной (т.е. соответствующей положениям ст. 6 Закона о защите конкуренции).

2) Для объективного сравнения цен, сложившихся на рассматриваемом товарном рынке, с ценами, сложившимися в пределах иных географических границ, необходимо установить, что в пределах таких географических границ отсутствуют какие-либо режимы регулирования хозяйственной деятельности, прямо воздействующие на уровень цены. К таким режимам можно отнести:

- прямое государственное регулирование цены товара (установление максимального, минимального уровня цены на товар);
- субсидирование цены товара;
- налоговые льготы на экспорт/импорт товара;
- законодательное установление уровня цены на товар;
- ограничение вывоза/ввоза товара;
- административные ограничения возможности переключения потребителей на иной товар или иного поставщика т.п.

Сопоставление абсолютно всех условий регулирования (налогового, трудового, технического) с точки зрения их монетизации в форме издержек хозяйствующих

субъектов не имеет экономического смысла ввиду того, что цена на конкурентных рынках, сформировавшаяся в отсутствии каких-либо административных ограничений, устанавливается продавцами на уровне, отражающем общую конъюнктуру такого рынка, вне зависимости от уровня издержек отдельных хозяйствующих субъектов. В условиях отсутствия барьеров переключения потребителей с одного поставщика товара на другого поставщика товара ни один из поставщиков, действующих на высоко конкурентных рынках, не может без потерь существенного объема выручки установить цену на товар на уровне, превышающем цены конкурентов. Поэтому на высоко конкурентных рынках производители принимают цену как величину, не зависящую от динамики их затрат на производство товара. В условиях развитой конкуренции рост расходов, необходимых для производства товара, приводит к росту его цены только в том случае, если увеличение расходов в равной степени распространяется на всех производителей (продавцов). В противном случае, рост издержек отдельных хозяйствующих субъектов, не обладающих высокой долей на рынке, не может оказать существенного воздействия на цену товара. Именно поэтому отдельные различия в регулировании деятельности хозяйствующих субъектов (например, в налоговом или трудовом законодательстве) могут не учитываться антимонопольным органом при сопоставлении уровня цен на конкурентных и неконкурентных рынках.

#### **V. Определение критериев допустимости установления более высоких цен на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями при прочих равных условиях**

##### **5.1. Установление более высоких цен на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями при прочих равных условиях**

В зависимости от характеристик функционирования товарного рынка установление более высоких цен на базисе поставки EXW на товар для российских потребителей по сравнению с ценами для иностранных потребителей может обеспечить наиболее эффективное использование ресурсов и создать преимущества для всех групп потребителей рассматриваемого товара. Например, в случае если объем производства товара, при котором достигается эффект от масштаба, существенно превышает внутренний спрос, при этом спрос неэластичен по цене (ограничен емкостью смежного

рынка), тогда увеличение объемов экспортных поставок за счет снижения цены (даже до уровня нулевой рентабельности) может существенно снизить средние издержки производства и реализации товара, и, как следствие, позволит снизить цену товара для внутренних потребителей. Напротив, ограничение экспортных поставок при условии неэластичного внутреннего спроса, может привести к увеличению средних издержек и росту цены для внутренних потребителей.

## **5.2. Условия признания допустимым установления более высоких цен на товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями**

Характеристики товарного рынка, при которых возможно признать допустимым установление более высоких цен на базе EWX для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями, следующие:

1. Производство товара характеризуется высоким уровнем постоянных издержек, а производимый хозяйствующими субъектами объем товара, при достижении эффекта от масштаба, превышает внутренний спрос;
2. Объемы экспорта каждого из производителей не значительны;
3. Транспортные расходы по доставке товара на зарубежные рынки значительны по сравнению со стоимостью товара, а уровень цены, определенной методом «нетбэк минус» ниже или сопоставим с уровнем себестоимости производства товара;
4. Внутренний спрос полностью удовлетворен, и снижение цены на товар не приводит к росту объемов внутреннего потребления;
5. Антимонопольным органом не выявлены факты, либо признаки нарушения хозяйствующим субъектом п. 4,5,9 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции в течение исследуемого периода времени, в котором осуществляется проверка действий доминирующего на рынке хозяйствующего субъекта на предмет соответствия требованиям пункта 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Примечания:

- 1) Цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом для внутренних потребителей на базе EXW, не должна превышать цену, рассчитанную методом «прямой цены» (см. пункт 4.1. настоящих Принципов), за исключением случаев поставки товара на территорию нового экспортного рынка на период проведения экспансии (завоевания определенной доли рынка).

2) Более высокие цены на условиях EXW на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями при прочих равных условиях могут быть признаны допустимыми в случаях, когда доминирующий на товарном рынке хозяйствующий субъект осуществляет реализацию (экспансию) товара на новый экспортный рынок и ему требуется предоставление скидок для привлечения новых потребителей на период завоевания определенной доли рынка.

3) При сопоставлении внутренних и экспортных цен (в национальной валюте), устанавливаемых в рамках долгосрочных договоров, разница цен на один и тот же товар на условиях EXW при прочих равных условиях может быть обусловлена:

- изменением курса национальной валюты;
- разными формулами цен, используемых и обоюдно согласованных сторонами в долгосрочных договорах;
- разными индексами, используемые в формулах цен по долгосрочным договорам.

Сравнение внутренних и экспортных цен, устанавливаемых в рамках долгосрочных договоров, предусматривающих изменение цены по формуле либо фиксирование цен на определенный период времени, необходимо осуществлять в момент установления цены на внутреннем рынке.

4) В случае если товар потребляется в производственных целях, тогда допустимость установления более высоких цен на условиях EXW для российских потребителей по сравнению с зарубежными потребителями необходимо определять с учетом логистических затрат российских производителей по доставке конечного товара (товара следующего передела) потребителю на зарубежных рынках.

5) Установление более высоких цен на базе EXW на один и тот же товар для российских потребителей по сравнению с иностранными потребителями может быть признано допустимым в условиях резкого изменения конъюнктуры товарного рынка, обусловленного факторами, не зависящими от действий (бездействия) доминирующего хозяйствующего субъекта (изменение курса национальной валюты, резкое падение объемов реализации на экспортные рынки вследствие изменения таможенно-тарифного регулирования, экономические санкции иностранных государств и т.п.).

6) Допустимым могут быть признаны более высокие цены на базе EXW для российских покупателей на товар, потребляемый в производственных целях, по сравнению с ценой для зарубежных потребителей, если такие цены не приводят и не могут привести к снижению конкурентоспособности конечного товара российских

производителей (товара следующего передела) вследствие более высокой его стоимости с учетом логистических затрат по доставке потребителю, в том числе на зарубежные рынки. Таким образом, наличие разницы в цене (на базисе EXW) для российских и иностранных потребителей не должно приводить к ограничению либо устранению конкуренции на смежных товарных рынках.

## **VI. Расчет экономически обоснованной цены на региональных (локальных) рынках**

### **6.1. Применение метода «нетбэк плюс» с прибавлением логистических затрат для региональных (локальных) рынков**

Расчет экономически обоснованной цены товаров для региональных (локальных) рынков с использованием метода «нетбэк плюс» (см. Раздел III настоящих Принципов), целесообразно в том случае, если

- предметом анализа является ценовая политика занимающих доминирующее положение хозяйствующих субъектов, функционирующих на дефицитных региональных (локальных) рынках, то есть рынках, на которых объем внутреннего производства не достаточен для полного удовлетворения спроса, объем ввоза на территорию региона (муниципального образования) сопоставим с объемом производимой на территории региона продукции, а объем вывоза отсутствует либо незначителен.

Метод «нетбэк плюс» применительно к региональным (локальным) рынкам представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены с использованием ценового индикатора, скорректированного в сторону увеличения на сумму логистических затрат, связанных с доставкой товара на исследуемый региональный (локальный) рынок (*цена, приведенная к базису поставки DDP*).

В качестве ценового индикатора принимается уровень цен на базисе EXW, сложившийся в ином близлежащем регионе со сравнительно развитой конкуренцией, с которого фактически осуществляется наибольший объем поставок на территорию исследуемого регионального (локального) рынка.

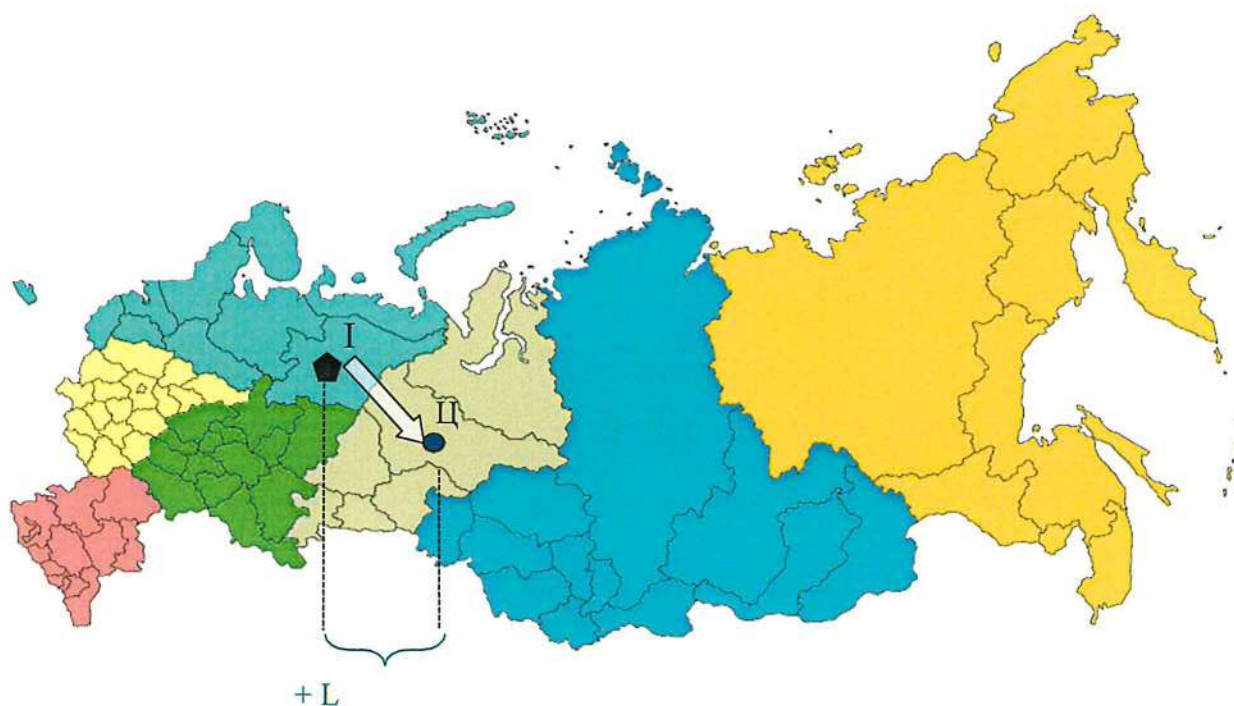
$$Ц = I + L$$

*Ц* – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для российских потребителей на базисе поставки EXW склад производителя (без учета НДС);



$I$  – уровень цен на базисе EXW, сложившийся в ином близлежащем регионе со сравнительно развитой конкуренцией, с которого фактически осуществляется наибольший объем поставок в исследуемый региональный (локальный) рынок;  
 $L$  – величина логистических расходов по доставке товара на исследуемый региональный (локальный) рынок.

**Графическая иллюстрация:**



- - потребитель, расположенный в исследуемом региональном (локальном) рынке;
- ⬠ - производитель/поставщик, расположенный на близлежащем региональном (локальном) рынке;
- ⇒ - направления поставки товара

## 6.2. Применение метода «прямой цены» для региональных (локальных) рынков

Расчет экономически обоснованной цены товаров для региональных (локальных) рынков с использованием метода «прямой цены» (см. Раздел IV настоящих Принципов) целесообразно в том случае, если предметом анализа является ценовая политика занимающих доминирующее положение хозяйствующих субъектов, функционирующих на:

- сбалансированных региональных (локальных) рынках, то есть рынках, на которых объем внутреннего производства сопоставим с объемом внутреннего спроса (отклонение не превышает 5-10%), а ввоз и вывоз с территории региона (муниципального

образования) товара отсутствуют, либо незначительны;

- профицитных региональных (локальных) рынках, то есть рынках, на которых объем внутреннего производства существенно превышает региональный (локальный) спрос, объем вывоза с территории региона (муниципального образования) превышает, либо сопоставим с объемом производимой на территории региона продукции, а объем ввоза отсутствует либо незначителен.

Метод «прямой цены» применительно к региональным (локальным) рынкам представляет собой расчет экономически обоснованного уровня цены с использованием ценового индикатора. В качестве ценового индикатора выступает уровень цен на базисе EXW, сложившийся в иных регионах со сравнительно развитой конкурентной средой. При расчете экономически обоснованной цены необходимо учитывать не только индикатор, но и особенности локального товарного рынка: природно-географические факторы (например, доступ к источникам основного сырья, климатические условия, сезонность производства и (или) потребления, т.п.).

В качестве ценового индикатора следует выбирать индикатор, сложившийся на:

- территории активного потребления товара, то есть региональных (локальных) рынках, характеризующихся наибольшими объемами потребления рассматриваемого товара;

- рынке, функционирующем в условиях сравнительно развитой конкурентной среды;

- рынке, сопоставимом с исследуемым региональным (локальным) рынком по условиям функционирования, например, климатические условия, природно-географические факторы, доступ к источникам основного сырья, сезонность производства и (или) потребления, т.п.

$$Ц = I \times k$$

$Ц$  – экономически обоснованное значение цены товара, устанавливаемой для потребителей, расположенных на территории исследуемого региона (муниципального образования), на базисе поставки СРТ перевозка оплачена до (без учета НДС);

$I$  – уровень цен на базисе EXW, сложившийся в иных регионах со сравнительно развитой конкурентной средой;

$k$  – поправочный коэффициент, учитывающий особенности локального товарного рынка: природно-географические факторы (например, доступ к источникам основного сырья, сезонность производства и т.п.).

Графическая иллюстрация применения метода «прямой цены» на региональных (локальных) рынках:



- ▲ - производитель/поставщик, расположенный на территории исследуемого регионального (локального) рынка
- - потребитель, расположенный на территории исследуемого регионального (локального) рынка
- ⬠ - производитель/поставщик, расположенный на территории иного регионального (локального) рынка со сравнительно развитой конкурентной среды;
- - потребитель, расположенный на территории иного регионального (локального) рынка со сравнительно развитой конкурентной среды;
- ⇨ - направления поставки товара

**VII. Установление более высоких цен на один и тот же товар для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя, по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях**

**7.1. Установление более высоких цен на один и тот же товар для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя, по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях**

Запрет на установление более высоких цен на один и тот же товар для потребителей, расположенных на близлежащих к производителю территориях, на базе EXW при определенных условиях может привести к сужению географических границ товарного рынка (сужению географии поставок), усилению рыночной власти хозяйствующих субъектов на локальных рынках, снижению объемов производства и, как следствие, повышению издержек и цены товара.

В зависимости от характеристик функционирования товарного рынка установление более высоких цен на базе EXW на товар для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя (локальных потребителей), по сравнению с ценами для потребителей, расположенных на удаленных территориях, может обеспечить наиболее эффективное использование ресурсов и создать преимущества для всех групп потребителей рассматриваемого товара. Например, в случае если объем производства, при котором достигается эффект от масштаба, существенно превышает локальный спрос, при этом спрос неэластичен по цене (ограничен емкостью смежного рынка), тогда увеличение объемов поставок на удаленные от производителя территории за счет снижения цены (даже до уровня нулевой рентабельности) может существенно снизить средние издержки производства и реализации товара, и как следствие, позволит снизить цену товара для локальных потребителей. Напротив, ограничение поставок на удаленные территории при неэластичном спросе на товар приведет к увеличению средних издержек и росту цены для локальных потребителей.

## **7.2. Условия признания допустимым установления более высоких цен на товар для локальных потребителей по сравнению с потребителями, расположенными на удаленных от производителя территориях**

Характеристики товарного рынка, при которых возможно признать допустимым установление более высоких цен на базе EXW для потребителей, расположенных в непосредственной близости от производителя, по сравнению с расположенными на удаленных территориях потребителями, следующие:

1. Производство товара характеризуется высоким уровнем постоянных издержек, при котором эффект от масштаба может быть достигнут только при максимальных (в сравнении с проектными производственными мощностями) объемах производства;
2. Производимый хозяйствующими субъектами объем товара, при достижении

- эффекта от масштаба, превышает спрос локального рынка;
3. Транспортные расходы на доставку товара потребителю в пределах Российской Федерации составляют существенную величину в сравнении со стоимостью товара (свыше 15-20%) и существенно различаются в зависимости от расстояния;
  4. Действующие на территории Российской Федерации производители расположены на удаленных друг от друга территориях;
  5. Объемы поставок производителями на удаленные территории незначительны в сравнении с объемами поставок в ближайшие регионы, но устойчивы;
  6. Антимонопольным органом не выявлены факты, либо признаки нарушения на локальном рынке каким-либо из хозяйствующих субъектов п. 4,5,9 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции.

Примечания:

1) Цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом для локальных потребителей, не должна превышать цену, рассчитанную методом «прямой цены» (см. пункт 6.2. настоящих Принципов), где в качестве ценового индикатора (I) принимается уровень цен на базисе EXW, сложившийся в иных регионах со сравнительно развитой конкурентной средой.

2) В случае если товар потребляется для последующего производства, тогда допустимость установления различных цен необходимо определять с учетом логистических затрат по доставке конечного товара (товара следующего передела) потребителю.

Таким образом, наличие разницы в цене для российских и иностранных потребителей не должно приводить к ограничению либо устранению конкуренции на смежных рынках.