Приказ ФАС России от 28.04.2010 N 220
(ред. от 12.03.2020)
"Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке"
(Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18026)

Документ предоставлен **КонсультантПлюс**

www.consultant.ru

Дата сохранения: 10.10.2022

Источник публикации
В данном виде документ опубликован не был.
Первоначальный текст документа опубликован в издании
"Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти", N 34, 23.08.2010.
Информацию о публикации документов, создающих данную редакцию, см. в справке к этим документам.

Примечание к документу
Начало действия редакции - 16.06.2020.

Изменения, внесенные Приказом ФАС России от 12.03.2020 N 261/20, вступили в силу по истечении 10 дней после дня официального опубликования (опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации http://www.pravo.gov.ru - 05.06.2020).

Данный документ включен в перечень НПА, на которые не распространяется требование об отмене с 01.01.2021, установленное ФЗ от 31.07.2020 N 247-ФЗ. Соблюдение обязательных требований, содержащихся в данном документе, оценивается при осуществлении государственного контроля (надзора), их несоблюдение может являться основанием для привлечения к административной ответственности (Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2467).

Название документа
Приказ ФАС России от 28.04.2010 N 220
(ред. от 12.03.2020)
"Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке"
(Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18026)

Зарегистрировано в Минюсте России 2 августа 2010 г. N 18026

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПРИКАЗ
от 28 апреля 2010 г. N 220

ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОРЯДКА
ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Список изменяющих документов
(в ред. Приказов ФАС России от 03.02.2012 N 65,
от 12.03.2013 N 143/13, от 30.01.2015 N 33/15, от 23.11.2015 N 1132/15,
от 20.07.2016 N 1000/16, от 12.03.2020 N 261/20)

В целях реализации Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31 (ч. I), ст. 3434; 2007, N 49, ст. 6079; 2008, N 18, ст. 1941, N 27, ст. 3126, N 45, ст. 5141; 2009, N 29, ст. ст. 3601, 3610, 3618, N 52 (ч. I), ст. 6450, ст. 6455; 2010, N 15, ст. 1736) приказываю:

1. Утвердить прилагаемый Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке.

2. Признать утратившими силу:

Приказ ФАС России от 17.05.2006 N 129 "Об утверждении Порядка определения доминирующего положения негосударственных пенсионных фондов" (зарегистрирован в Минюсте России 15.09.2006, N 8288);

Приказ ФАС России от 25.10.2005 N 247 "Об утверждении Порядка определения доминирующего положения финансовых организаций на рынке банковских услуг" (зарегистрирован в Минюсте России 23.11.2005, N 7183);

Приказ ФАС России от 23.09.2005 N 212 "Об утверждении Порядка определения доминирующего положения финансовой организации по управлению ценными бумагами" (зарегистрирован в Минюсте России 21.10.2005, N 7111);

Приказ ФАС России от 23.09.2005 N 213 "Об утверждении Порядка определения доминирующего положения лизинговых организаций на рынке лизинговых услуг" (зарегистрирован в Минюсте России 12.10.2005, N 7069);

Приказ ФАС России от 10.03.2005 N 36 "Об утверждении Порядка определения доминирующего положения участников рынка страховых услуг" (зарегистрировано в Минюсте России 07.04.2005, N 6467);

пункт 1 Приказа ФАС России от 25.04.2006 N 108 "Об утверждении Порядка проведения

анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке" (зарегистрирован в Минюсте России 27.07.2006, N 8121).

3. Признать не подлежащим применению:

Приказ МАП России от 27.10.2003 N 373 "О применении статей 5, 17, 18, 19 Закона РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" в части установления наличия доминирующего положения хозяйствующего субъекта" (зарегистрирован в Минюсте России 13.01.2004, N 5401).

4. Контроль исполнения настоящего Приказа оставляю за собой.

Руководитель
И.Ю.АРТЕМЬЕВ

Утвержден
Приказом ФАС России
от 28.04.2010 N 220

ПОРЯДОК
ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Список изменяющих документов
(в ред. Приказов ФАС России от 03.02.2012 N 65,
от 12.03.2013 N 143/13, от 30.01.2015 N 33/15, от 23.11.2015 N 1132/15,
от 20.07.2016 N 1000/16, от 12.03.2020 N 261/20)

I. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок разработан на основании Федерального закона от 26 июля 2006 года N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31 (ч. I), ст. 3434; 2007, N 49, ст. 6079; 2008, N 18, ст. 1941; N 27, ст. 3126; N 45, ст. 5141; 2009, N 29, ст. ст. 3601, 3610, 3618; N 52 (ч. I), ст. ст. 6450, 6455; 2010, N 15, ст. 1736) (далее - Закон о защите конкуренции) и используется для анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) и выявления иных случаев недопущения, ограничения или устранения конкуренции, в том числе:

а) при рассмотрении дел о нарушениях антимонопольного законодательства;

б) при принятии решений в рамках государственного контроля за экономической концентрацией согласно главе 7 Закона о защите конкуренции, за исключением рассмотрения сделок и иных действий, которые осуществляются внутри группы лиц;

в) при решении вопросов о принудительном разделении (выделении) коммерческих и

некоммерческих организаций, осуществляющих предпринимательскую деятельность, в соответствии со статьей 38 Закона о защите конкуренции.
(в ред. Приказа ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

г) исключен. - Приказ ФАС России от 23.11.2015 N 1132/15.

1.2. В настоящем Порядке используются понятия, определенные в статье 4 Закона о защите конкуренции.

1.3. Проведение анализа состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;

д) расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;

е) определение уровня концентрации товарного рынка;

ж) определение барьеров входа на товарный рынок;

з) установление доминирующего положения (при его наличии) хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов), за исключением случая, предусмотренного в пункте 12.5 настоящего Порядка;

и) оценка состояния конкуренции на товарном рынке;

к) составление аналитического отчета.

По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 10 Закона о защите конкуренции субъектом естественной монополии на рынке, функционирующем в условиях естественной монополии, анализ состояния конкуренции на товарном рынке должен включать следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка, которое производится согласно сферам деятельности субъектов естественных монополий, указанных в пункте 1 статьи 4 Федерального закона от 17 августа 1995 года N 147-ФЗ "О естественных монополиях" (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, N 34, ст. 3426; 2001, N 33 (ч. I), ст. 3429; 2002, N 1 (ч. I), ст. 2; 2003, N 2, ст. 168; N 13, ст. 1181; 2004, N 27, ст. 2711; 2006, N 1, ст. 10; N 19, ст. 2063; 2007, N 1 (ч. I), ст. 21; N 43, ст. 5084; N 46, ст. 5557; 2008, N 52 (ч. I), ст. 6236; 2011, N 29, ст. 4281; N 30 (ч. I), ст. 4590; N 30 (ч. I), ст. 4596; N 50, ст. 7343; 2012, N 26, ст. 3446; N 31, ст. 4321; N 53 (ч. I), ст. 7616; 2015, N 41 (часть I), ст. 5629);

в) определение географических границ товарного рынка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, за исключением нарушения пункта 2 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.3 настоящего Порядка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения части 2 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.4 настоящего Порядка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции, за исключением случаев, когда координация приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.5 настоящего Порядка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения статей 14.1 - 14.8 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.6 настоящего Порядка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 15 Закона о защите конкуренции (за исключением пункта 11 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции), анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.7 настоящего Порядка.
(в ред. Приказа ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)

По делам, возбужденным по признакам нарушения пункта 11 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.8 настоящего Порядка.
(абзац введен Приказом ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)

По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 16 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.9 настоящего Порядка.
(в ред. Приказа ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)

По делам, возбужденным по признакам нарушения пункта 2 части 1, части 5 (если координация приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах) статьи 11, статей 17, 17.1, 18 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции проводится в объеме, установленном пунктом 10.10 настоящего Порядка.
(в ред. Приказа ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)
(п. 1.3 в ред. Приказа ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

1.4. Исключен. - Приказ ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16.

1.5. При анализе состояния конкуренции на товарном рынке в качестве исходной информации о товарных рынках используются:

- данные официальной статистической информации;

- сведения, полученные от налоговых, таможенных и иных государственных органов, Центрального банка Российской Федерации, органов местного самоуправления;

- сведения, полученные от физических и юридических лиц, в том числе сведения, представляемые покупателем (покупателями) данного товара, в том числе в результате их выборочного опроса, а также сведения, представляемые продавцами данного товара;

- результаты экономических и товароведческих экспертиз, заключения специализированных организаций, а также отдельных специалистов и экспертов;

- данные ведомственных и независимых информационных центров и служб;

- данные объединений потребителей и объединений производителей;

- сообщения средств массовой информации;

- данные собственных исследований антимонопольного органа и данные антимонопольных органов других государств;

- данные маркетинговых, социологических исследований, выборочных опросов и анкетирования хозяйствующих субъектов, граждан, общественных организаций;

- государственные стандарты, технические условия и другие нормативы;

- обращения физических и юридических лиц в антимонопольный орган;

- результаты ранее проведенных антимонопольными органами исследований состояния конкуренции на соответствующем товарном рынке;
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

- данные, предложенные к рассмотрению хозяйствующим субъектом;
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

- данные иных источников, в том числе представленные участниками рынка (такие источники должны быть верифицируемы).
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

II. Определение временного интервала исследования товарного рынка

2.1. Временной интервал исследования товарного рынка определяется в зависимости от цели исследования, особенностей товарного рынка.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

Наименьший временной интервал анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта должен составлять один год или срок существования товарного рынка, если он составляет менее чем один год.
(абзац введен Приказом ФАС России от 03.02.2012 N 65)

2.2. В случае, если исследование ограничивается изучением характеристик рассматриваемого товарного рынка, которые сложились до момента проведения исследования, то проводится ретроспективный анализ состояния конкуренции на товарном рынке.

В случае, если для целей исследования необходим учет условий, которые в будущем сложатся на рассматриваемом товарном рынке (например, после совершения действий, за которыми осуществляется антимонопольный контроль), то проводится перспективный анализ состояния конкуренции на товарном рынке, в ходе которого выявляется состояние конкуренции, существующее на момент проведения исследования, и анализируется воздействие, которое окажут подконтрольные действия на состояние конкуренции.

2.3. Если покупатели не заменяют и не готовы заменить в потреблении товар, приобретаемый в одни периоды времени, этим же товаром, приобретаемым в другие периоды времени, то при выборе временного интервала учитываются обусловливающие данный выбор характеристики товарного рынка, в том числе:

- сезонность поставок товара в течение года;

- стабильность поставок товара в течение года;

- возможности продавцов (производителей) изменить время продажи (производства) или сроки хранения товара;

- периоды максимального и минимального спроса (в том числе краткосрочные), соотношение между количеством приобретателей в эти периоды;

- возможность установления продавцами разных цен в разные временные периоды;

- сроки договоров;

- время появления товара на рынке;

- степень новизны товара.

2.4. Все характеристики товарного рынка определяются в пределах одного установленного временного интервала.

III. Определение продуктовых границ товарного рынка

3.1. Процедура выявления товара, не имеющего заменителя, или взаимозаменяемых товаров, обращающихся на одном и том же товарном рынке (далее - определение продуктовых границ товарного рынка), включает:

- предварительное определение товара;

- выявление свойств товара, определяющих выбор приобретателя, и товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара;

- определение взаимозаменяемых товаров.

3.2. Определение продуктовых границ товарного рынка основывается на мнении покупателей (как физических, так и юридических лиц) о взаимозаменяемости товаров, составляющих одну товарную группу. В случае, когда предполагаемое нарушение антимонопольного законодательства рассматривается применительно к покупателю продукции (монопсония), определяющим в вопросе взаимозаменяемости продукции выступает мнение ее продавца.

Мнение покупателей определяется в результате сплошного или выборочного опроса покупателей или анализа предмета договоров, на основании которых осуществляется реализация товара. В случае проведения выборочного опроса достоверность полученного результата должна быть обоснованной.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

3.3. Мнение покупателей может отличаться в зависимости от способа их участия в обороте товара (оптовый, мелкооптовый покупатель, покупатель единичного количества товара).

Группы покупателей различаются:

- по способу и формам участия в обороте товара (в том числе оптовые приобретатели и розничные приобретатели);

- по месту приобретения товара;

- по предъявляемым к товару требованиям;

- по особенностям поведения на товарном рынке;

- по другим признакам.

Разные группы приобретателей признаются действующими на разных товарных рынках, если один и тот же продавец на основании признаков, указанных в настоящем пункте, устанавливает разные цены на один и тот же товар для разных групп приобретателей.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

Рассматриваемый товар может обращаться на одной и той же территории на разных товарных рынках. Такие товарные рынки следует анализировать обособленно. В частности, товар может обращаться на оптовых рынках, на которых продаются партии товара преимущественно для целей последующей перепродажи или профессионального использования, и на розничных рынках, на которых осуществляется продажа единичного количества товара преимущественно для личного использования.

3.4. Предварительное определение товара проводится на основе:

а) условий договора, заключенного в отношении товара;

б) разрешений (лицензий) на осуществление определенных видов деятельности;

в) нормативных актов, регулирующих соответствующую деятельность;

г) общероссийских классификаторов продукции, работ, услуг, видов экономической

деятельности;

д) товарных словарей или справочников товароведов;

е) заключений специалистов, имеющих специальные знания в соответствующей сфере;

ж) иного способа, позволяющего однозначно определить товар.

3.5. При выявлении свойств товара, определяющих выбор покупателя, анализируются:

- функциональное назначение, в том числе цель потребления товара и его потребительские свойства;

- применение товара (в том числе перепродажа либо личное потребление или профессиональное использование);

- качественные характеристики, в том числе вид, сорт, ассортимент, дизайн, упаковка, реклама, особенности в системе распространения и сбыта;

- технические характеристики, в том числе эксплуатационные показатели, ограничения по транспортировке, условия сборки, ремонта, технического обслуживания (включая гарантийное обслуживание), особенности профессионального использования (производственного потребления);

- цена;

- условия реализации, в том числе размер партий товара, способ реализации товара;

- иные характеристики.

3.6. Выявление товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара, осуществляется путем:

- экспертных оценок;

- анализа сопоставимых по существенным свойствам товаров, входящих вместе с рассматриваемым товаром в одну классификационную группу одного из общероссийских классификаторов видов экономической деятельности, продукции или услуг.

В случае отсутствия возможности установления точной классификационной позиции, соответствующей данному товару, рассматривается группировка классификационных позиций. При выявлении товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для товара, ввозимого на территорию Российской Федерации или вывозимого с территории Российской Федерации, может использоваться также товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, применяемая при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

3.7. 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.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

3.8. При выявлении взаимозаменяемых товаров используется один или несколько из следующих методов:

- "тест гипотетического монополиста";

- анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;

- расчет показателя перекрестной эластичности спроса в соответствии с пунктом 3.10 настоящего Порядка.

Выбор методов исследования должен быть обоснован в аналитическом отчете. В случае использования метода "тест гипотетического монополиста" такое обоснование не требуется. Выбор методов исследования производится, в том числе исходя из сроков исследования и доступности информации.
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

3.9. В результате проведения "теста гипотетического монополиста" (для определения продуктовых границ товарного рынка) выясняется мнение приобретателей товара о составе группы взаимозаменяемых товаров. Для этого приобретатели отвечают на вопрос: "Какими товарами и в каком объеме они предпочтут заменить предварительно определенный товар, если цена на него долговременно (дольше одного года) повысится на 5 - 10 процентов, а цены на остальные товары останутся неизменными?".

Ответы приобретателей товара обобщаются и с помощью обобщенной информации определяется, выполняются ли следующие два условия:

- в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами;

- произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое повышение цены невыгодным для продавца (продавцов) предварительно определенного товара.

Если оба указанных условия выполняются, то товары, которые являются наиболее близкими по свойствам к предварительно определенному товару и на которые приобретатель (приобретатели) готов (готовы) заменить рассматриваемый товар, следует включить в состав группы взаимозаменяемых товаров.

Указанная процедура (вопрос, обобщение ответов, расширение группы взаимозаменяемых товаров, вопрос в отношении расширенной группы взаимозаменяемых товаров) осуществляется до тех пор, пока не будет выявлена группа товаров, в отношении которой выполняется хотя бы одно из приведенных ниже условий:

- гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не ведет к их замене приобретателями на другие товары;

- гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не обусловливает утрату продавцом (продавцами) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене.

Товары, входящие в такую группу, признаются продуктовыми границами товарного рынка.

При проведении "теста гипотетического монополиста" в качестве продуктовых границ товарного рынка следует рассматривать наименьший набор товаров, цены на которые могут быть повышены продавцом (продавцами) без сопутствующей такому повышению цены утраты его (их) выгоды.

В случае если взаимозаменяемые товары определены методом "тест гипотетического монополиста", иные методы определения взаимозаменяемых товаров могут не использоваться.
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

3.10. Мерой взаимозаменяемости товаров является показатель перекрестной эластичности спроса по цене, исчисляемый как отношение выраженного в процентах изменения объема спроса на один товар к выраженному в процентах изменению цены другого товара за определенный период.

О взаимозаменяемости рассматриваемых товаров свидетельствуют устойчивые значения показателя перекрестной эластичности, превышающие единицу.

3.11. При проведении ретроспективного анализа состояния конкуренции на товарном рынке применяются рыночные цены, существовавшие в течение определенного временного интервала исследования рассматриваемого товарного рынка. При проведении перспективного анализа состояния конкуренции на товарном рынке могут применяться рыночные цены, сложившиеся на момент проведения исследования.

IV. Определение географических границ товарного рынка

4.1. Процедура определения географических границ товарного рынка (границ территории, на которой приобретатель (приобретатели) приобретает или имеет экономическую, техническую или иную возможность приобрести товар и не имеет такой возможности за ее пределами) включает:

- предварительное определение географических границ товарного рынка;

- выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (приобретателями);

- определение территорий, входящих в географические границы рассматриваемого товарного рынка.

Товарный рынок может охватывать территорию Российской Федерации или выходить за ее пределы (федеральный рынок), охватывать территорию нескольких субъектов Российской Федерации (межрегиональный рынок), не выходить за границы субъекта Российской Федерации

(региональный рынок), не выходить за границы муниципального образования (местный или локальный рынок).
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

4.2. Определение географических границ товарного рынка проводится на основе информации:

а) о регионе, в котором действует хозяйствующий субъект, являющийся объектом антимонопольного контроля, и (или) о регионе, в котором выявлены признаки нарушения антимонопольного законодательства;

б) о ценообразовании на рынке рассматриваемого товара или о различиях в уровнях цен на данный товар на территории Российской Федерации;

в) о структуре товаропотоков (о границах территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10 процентов от общего объема рассматриваемой товарной массы).

4.3. При выявлении условий обращения товара, ограничивающих экономические, технические или иные возможности приобретения товара приобретателем (приобретателями), учитываются:

- требования к условиям транспортировки товара (обеспечивающие сохранение потребительских свойств товара);

- организационно-транспортные схемы приобретения товара приобретателями;

- возможность перемещения товара к покупателю или покупателя к товару;

- наличие, доступность и взаимозаменяемость транспортных средств для перемещения рассматриваемого товара (приобретателя рассматриваемого товара);

- расходы, связанные с поиском и приобретением товара, а также транспортные расходы;

- особенности территории в предварительно определенных географических границах товарного рынка (в том числе природно-климатические и социально-экономические особенности, наличие зон регулируемого или частично регулируемого ценообразования);

- региональные особенности спроса на рассматриваемый товар (включая потребительские предпочтения);

- условия, правила и обычаи делового оборота.

4.4. Если в связи с приобретением товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), приобретатель несет значительные издержки, превышающие, как правило, 10 процентов от средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю (приобретателям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка, то такие территории (продавцы) должны относиться к другим товарным рынкам.
(п. 4.4 в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

4.5. Определение географических границ товарного рынка осуществляется следующими

методами:

- методом "тест гипотетического монополиста", который проводится в соответствии с пунктом 4.6 настоящего Порядка;

- методом установления фактических районов продаж (местоположения приобретателей), хозяйствующих субъектов (продавцов), осуществляющих продажи на рассматриваемом товарном рынке (в предварительно определенных географических границах);

- сочетанием указанных методов либо иным методом, который позволит выявить продавцов товара (исходя из предварительно определенных продавцов), однозначно установить географическое расположение районов продаж, в которых продавцы конкурируют друг с другом при осуществлении продаж товара предварительно определенным приобретателям.

Выбор методов исследования должен быть обоснован в аналитическом отчете. В случае использования метода "тест гипотетического монополиста" такое обоснование не требуется. Выбор методов исследования производится, в том числе исходя из сроков исследования и доступности информации.
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

4.6. В результате проведения "теста гипотетического монополиста" (для определения географических границ товарного рынка) выясняется мнение приобретателей товара о географических границах товарного рынка. Для этого приобретатели отвечают на вопрос: "У каких продавцов (расположенных за пределами предварительно определенных географических границ товарного рынка) и в каком количестве приобретатели предпочтут покупать товар, если цена на товар (в пределах предварительно определенных географических границ товарного рынка) долговременно (дольше 1 года) повысится на 5 - 10 процентов, а цена за пределами таких границ останется прежней?".

Ответы приобретателей товара обобщаются, и с помощью обобщенной информации определяется, выполняются ли следующие два условия:

- в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях);

- произойдет снижение объема продаж товара в пределах предварительно определенных географических границ товарного рынка, делающее такое повышение цены невыгодным для продавца (продавцов), расположенных в пределах таких границ товарного рынка.

Если указанные условия выполняются, то географические границы товарного рынка расширяются таким образом, чтобы включить в себя территории, на которых приобретатели будут приобретать рассматриваемый товар при указанном в вопросе повышении цены.

Указанная процедура (вопрос, обобщение ответов, расширение географических границ товарного рынка, вопрос в отношении расширенных границ товарного рынка) осуществляется до тех пор, пока не будет выявлена территория, в географических границах которой выполняется хотя бы одно из приведенных ниже условий:

- гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не

ведет к тому, что приобретатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях);

- гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не обусловливает утрату продавцом (продавцами) выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене.

Границы выявленной территории признаются географическими границами рассматриваемого товарного рынка.

При проведении "теста гипотетического монополиста" в качестве географических границ товарного рынка следует рассматривать границы наименьшей территории, на которой продавец (продавцы) может осуществить повышение цены товара без сопутствующей такому повышению цены утраты своей выгоды от продажи товара.

В случае если географические границы товарного рынка определены методом "тест гипотетического монополиста", иные методы определения географических границ товарного рынка могут не использоваться.
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

4.7. В сфере услуг субъектов естественных монополий географические границы товарных рынков определяются с учетом особенностей, предусмотренных законодательством Российской Федерации, предоставления этих услуг на соответствующих товарных рынках, в том числе на основании одного или нескольких критериев:

- административно-территориального критерия (территория Российской Федерации, территория федерального округа Российской Федерации, территория экономических районов Российской Федерации, территория субъекта Российской Федерации, территория (района, города, пгт, иное) субъекта Российской Федерации);

- организационного критерия (территория деятельности хозяйствующего субъекта, территория деятельности филиала хозяйствующего субъекта);

- технологического критерия (наличие и расположение технологической инфраструктуры (сетей), включая доступ к инфраструктуре и ее использованию (подключение к сетям).
(п. 4.7 в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

V. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке

5.1. В состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, включаются хозяйствующие субъекты, реализующие в его границах рассматриваемый товар в пределах определенного временного интервала исследования товарного рынка.

В состав хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, могут быть также включены физические и юридические лица, которые в течение краткосрочного периода (не более года) могут при обычных условиях оборота и без дополнительных издержек (издержки окупаются в течение года при уровне цен, отличающемся не более чем на 10 процентов от сложившейся средневзвешенной рыночной цены) войти на данный товарный рынок (далее - потенциальные продавцы).

5.2. Количество выявленных хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, является достаточным, если выполняется любое (хотя бы одно) из следующих условий:

- выявленных хозяйствующих субъектов достаточно, чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу о доминирующем положении любого из них, а также для установления влияния любого из них на состояние конкуренции;

- количество выявленных хозяйствующих субъектов основано на всей доступной информации и не может быть расширено за счет информации о хозяйствующих субъектах, которой обладают покупатели и продавцы на рассматриваемом товарном рынке.
(п. 5.2 в ред. Приказа ФАС России от 03.02.2012 N 65)

5.3. На основании информации, полученной при определении временного интервала исследования, при определении продуктовых границ товарного рынка и при определении географических границ товарного рынка, определяются хозяйствующие субъекты, действующие на рассматриваемом рынке, для которых устанавливаются позволяющие их идентифицировать данные:

- полное наименование (с указанием организационно-правовой формы);

- адрес (место нахождения).

5.4. Для хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, в случае необходимости определяются также:

- принадлежность к группе лиц;

- приобретатели товара либо регионы продаж данного товара;

- наличие собственного производства данного товара;

- продавцы данного товара или товаров, необходимых для его производства.

5.5. При определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, должен быть уточнен состав (численность) групп покупателей, приобретающих товар у продавцов, которые действуют на рассматриваемом товарном рынке.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

При определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, состав приобретателей товара должен быть уточнен в случае, если исследование выявит иных приобретателей товара.
(абзац введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

Если на рынке действует небольшое количество приобретателей (менее 15), то выявляются хозяйственные связи этих приобретателей с продавцами.

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

6.1. Расчет общего объема товарной массы в обороте за определенный период времени в

продуктовых и географических границах рассматриваемого рынка (далее - объем товарного рынка) и долей хозяйствующих субъектов на рынке осуществляется на основании одного из следующих показателей:

- объем продаж;

- объем поставок (отгрузок);

- объем выручки;

- объем перевозок;

- объем производства;

- объем производственных мощностей;

- объем запасов ресурсов;

- объем товара в соответствии с заключенными договорами.

Основным показателем для расчета объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке является объем продаж (поставок) на рассматриваемом товарном рынке. Иные показатели используются в тех случаях, когда из-за отраслевых особенностей они позволяют более точно охарактеризовать положение хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке с точки зрения конкуренции.

Указанные выше показатели могут использоваться в натуральном или стоимостном выражении, а также в условных расчетных единицах, обеспечивающих сопоставимость данных по различным товарам из группы взаимозаменяемых товаров, сопоставимость данных по различным продавцам и приобретателям.

6.2. В зависимости от наличия информации объем рынка определяется:

а) как сумма объемов продаж данного товара хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке. При этом не допускается повторный учет одного и того же товара;

б) как сумма объемов производства данного товара в географических границах рассматриваемого рынка (за вычетом потребления рассматриваемого товара в процессе его производства и объема запасов) за вычетом объемов вывоза (экспорта) рассматриваемого товара с данной территории и с добавлением объемов ввоза (импорта) рассматриваемого товара на данную территорию;

в) как сумма объемов покупок товара действующими на рассматриваемом товарном рынке приобретателями, которая может в том числе определяться:

- как скорректированный на величину средней торговой наценки объем розничного товарооборота (для оптовых рынков);

- как произведение обоснованных норм потребления товара на численность приобретателей или на душу населения (например, для розничных товарных рынков с большим количеством

приобретателей) с корректировкой, при необходимости, на фактическую степень достижения норм потребления;

г) иным способом.

6.3. 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.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

Показатели, используемые при расчете доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, приводятся в тех же единицах измерения, что и при расчете объема товарного рынка.

6.4. Доля группы лиц на соответствующем товарном рынке определяется как сумма долей хозяйствующих субъектов, действующих на одном товарном рынке и составляющих группу лиц в соответствии с частью 1 статьи 9 Закона о защите конкуренции.

6.5. Совокупная доля хозяйствующих субъектов, доминирующее положение которых устанавливается по правилам, предусмотренным частью 3 статьи 5 Закона о защите конкуренции, определяется как сумма долей таких хозяйствующих субъектов или их групп лиц на соответствующем товарном рынке.
(в ред. Приказа ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

6.6. При определении доминирующего положения хозяйствующего субъекта (группы лиц) доля, занимаемая хозяйствующим субъектом (группой лиц) на товарном рынке, считается неизменной или стабильной, если выполняется хотя бы одно из следующих условий:

- в течение длительного периода (как правило, одного года, а в случае, если срок существования товарного рынка составляет менее одного года, то в течение срока существования товарного рынка) доля, занимаемая хозяйствующим субъектом на рынке определенного товара, не изменяется более чем на десять процентов;

- в течение временного интервала исследования сохраняется порядок ранжирования крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке. Ранжирование хозяйствующих субъектов производится по доле, которую каждый из них занимает на товарном рынке.

VII. Определение уровня концентрации товарного рынка

7.1. Для определения уровня концентрации товарного рынка используются следующие показатели:

а) коэффициент рыночной концентрации (CR) - сумма долей на товарном рынке (выраженных в процентах) определенного числа (n) крупнейших хозяйствующих субъектов,

действующих на данном рынке:

$$CR = \underset{i=1}{\overset{n}{SUM}} \; D_i,$$

где:

D - выраженная в процентах доля i-го крупнейшего хозяйствующего субъекта, действующего на товарном рынке,

n - число рассматриваемых крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на данном товарном рынке;

б) индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (HHI) - сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке:

$$HHI = \underset{i=1}{\overset{N}{SUM}} \; D_i^2,$$

где:

D - выраженная в процентах доля i-го хозяйствующего субъекта, действующего на товарном рынке,

N - общее количество хозяйствующих субъектов, действующих на данном товарном рынке;

в) иные показатели рыночной концентрации.

7.2. В соответствии с различными значениями коэффициента рыночной концентрации и индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана выделяются следующие уровни концентрации товарного рынка:

- высокий - при 70% <= CR_3 <= 100% или 2000 <= HHI <= 10000;

- умеренный - при 45% <= CR_3 < 70% или 1000 <= HHI < 2000;

- низкий - при CR_3 < 45% или HHI < 1000.

Если коэффициент рыночной концентрации и индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана указывают на различные уровни концентрации товарного рынка, то окончательное решение о типе рынка принимается с учетом характеризующих рассматриваемый рынок признаков, перечисленных в пунктах 9.3 - 9.5 настоящего Порядка.

VIII. Определение барьеров входа на товарный рынок

8.1. Процедура определения обстоятельств или действий, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих хозяйствующим субъектам начало деятельности на товарном рынке (далее - определение барьеров входа на товарный рынок), включает:

- выявление наличия (или отсутствия) барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок;

- определение преодолимости выявленных барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок.

8.2. К барьерам входа на товарный рынок относятся:

а) экономические ограничения, в том числе:

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

- ограниченная доступность финансовых ресурсов и более высокие издержки привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;

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

- издержки получения доступа к необходимым ресурсам и правам интеллектуальной собственности, издержки на рекламу, издержки на получение информации;

- транспортные ограничения;

- отсутствие доступа потенциальных участников к ресурсам, предложение которых ограничено и которые распределены между хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке;

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

- преимущества хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, перед потенциальными участниками товарного рынка, в частности, по затратам на единицу продукции и по спросу на товар, по наличию долгосрочных договоров с приобретателями;

б) административные ограничения, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов (не противоречащие антимонопольному законодательству), в том числе:

- условия лицензирования отдельных видов деятельности;

- квотирование;

- ограничения ввоза-вывоза товаров;

- требования обязательного удовлетворения определенного спроса, поддержания

мобилизационных мощностей, сохранения рабочих мест и социальной инфраструктуры;

- предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам;

- препятствия в отведении земельных участков, предоставлении производственных и иных помещений;

- условия конкурсного отбора поставщиков товара для государственных и муниципальных нужд;

- экологические ограничения, в том числе запрещение строительства производственных мощностей и объектов транспортной инфраструктуры;

- стандарты и предъявляемые к качеству требования;

в) стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов, направленная на создание барьеров входа на рынок, в том числе:

- инвестирование в избыточные производственные мощности, позволяющие увеличить выпуск товара для целей ограничения новых участников рынка;

- увеличение для приобретателя издержек, связанных со сменой продавца, в том числе в результате предоставления скидок постоянным приобретателям, заключения долгосрочных контрактов или выпуска взаимодополняющих товаров, не являющихся взаимозаменяемыми с продукцией других хозяйствующих субъектов;

- проведение интенсивных рекламных кампаний;

г) наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которое приводит к созданию барьеров входа на рынок, в том числе:

- создает преимущества для участников вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов по сравнению с другими потенциальными участниками рынка;

- требует необходимости участия потенциальных участников рынка в вертикальной интеграции, что увеличивает издержки входа на товарный рынок;

д) другие ограничения входа на товарный рынок.

8.3. Барьеры входа на товарный рынок анализируются:

а) с точки зрения возможности потенциальных продавцов, в том числе действующих на смежных рынках, стать участниками рассматриваемого товарного рынка;

б) с точки зрения возможности хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, расширить производственные мощности или объем продаж данного товара.

При определении наличия (или отсутствия) барьеров входа на товарный рынок учитывается возможность наличия барьеров входа на товарный рынок для крупных хозяйствующих

субъектов при отсутствии таких барьеров для малых хозяйствующих субъектов, и наоборот.

8.4. Преодолимость барьеров входа на товарный рынок оценивается на основе сроков и величины затрат на преодоление таких барьеров.

Барьеры входа на товарный рынок считаются преодолимыми, если затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок экономически оправдываются доходами (преимуществами), которые получит (предполагает получить) хозяйствующий субъект, собирающийся войти на данный товарный рынок.

Необходимые для хозяйствующих субъектов сроки и затраты на преодоление барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок, а также преодолимость барьеров входа на рассматриваемый товарный рынок могут оцениваться путем опроса фактических и потенциальных продавцов или отраслевых специалистов (экспертов).

IX. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

9.1. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке включает:

а) заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок: к рынку с развитой конкуренцией, к рынку с недостаточно развитой конкуренцией или к рынку с неразвитой конкуренцией;

б) оценку перспективы изменения конкуренции на рассматриваемом товарном рынке (в случаях, предусмотренных подпунктами "б" и "в" пункта 1.1 настоящего Порядка).

9.2. Заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок, дается на основании показателей уровня концентрации товарного рынка, наличия и преодолимости барьеров входа на товарный рынок (в соответствии с разделами 7 и 8 настоящего Порядка).

В случае если указанных характеристик недостаточно для заключения о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок, то анализируется поведение хозяйствующих субъектов на товарном рынке (в соответствии с пунктом 9.3 настоящего Порядка) и результаты хозяйственной деятельности (в соответствии с пунктом 9.4 настоящего Порядка), а также наличие факторов, способствующих ограничению конкуренции (в соответствии с пунктом 9.5 настоящего Порядка).

9.3. Анализ поведения хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке включает в том числе:

- изучение инновационной деятельности и маркетинговой стратегии продавцов;

- установление фактов предоставления продавцами льгот отдельным приобретателям (группам приобретателей);

- выявления соглашений хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке;

- выявление имеющихся в распоряжении покупателя источников информации о товаре, оценка достоверности и актуальности доступной ему информации, а также расходов, связанных с

получением такой информации.

9.4. При анализе результатов хозяйственной деятельности могут рассматриваться:

- соотношение размера прибыли и издержек привлечения капитала для хозяйствующих субъектов, имеющих на рассматриваемом товарном рынке долю более 35 процентов;

- динамика цен на рассматриваемом товарном рынке;

- динамика объема рассматриваемого товарного рынка и спроса (в том числе наличие спроса, не обеспеченного товарной массой, и возможности расширения спроса);

- открытость рассматриваемого товарного рынка для межрегиональной и международной торговли;

- частота появления новых продавцов на рассматриваемом товарном рынке;

- уровень технического развития хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, и частота появления новых товаров.

9.5. К факторам, способствующим ограничению конкуренции на рассматриваемом товарном рынке, могут относиться:

- наличие барьеров для распространения информации о товарах-заменителях;

- значительная доля вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов;

- снижение в течение временного интервала исследования доли хозяйствующих субъектов, не являющихся вертикально-интегрированными;

- доминирующее положение вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, на одном из смежных товарных рынков, на которых обращаются товары, используемые в производстве данного товара, или на которые данный товар последовательно поступает в процессе своего физического перемещения от производителя к потребителю;

- высокий уровень концентрации предшествующих (вышестоящих) смежных товарных рынков, на которых хозяйствующий субъект, действующий на рассматриваемом товарном рынке (последующем или нижестоящем) в качестве продавца, выступает или готов выступить в качестве приобретателя.

X. Особенности проведения анализа конкуренции на товарных рынках

10.1. Анализ состояния конкуренции на товарном рынке, на котором действуют хозяйствующие субъекты (в том числе группы лиц), деятельность которых охватывает ряд последовательных стадий процесса производства (обработки, переработки) и обращения, продукция каждой из которых может рассматриваться в качестве товара на соответствующем товарном рынке (далее - вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты), осуществляется с учетом следующих особенностей:

а) произведенная на отдельных стадиях производства продукция (работы, услуги) вертикально-интегрированных хозяйствующих субъектов, которую они могут без значительных дополнительных издержек (не превышающих 10 процентов от затрат на производство продукции) выпустить в обращение в качестве товара на соответствующем товарном рынке, признается товаром, обращающимся на товарном рынке;

б) вертикально-интегрированный хозяйствующий субъект включается в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке, если произведенная им на отдельных стадиях производства продукция признается товаром, обращающимся на рассматриваемом рынке;

в) в случае, если вертикально-интегрированные хозяйствующие субъекты включаются в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке, в расчет объема рассматриваемого товарного рынка включается объем производства вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами соответствующей продукции (работ, услуг), а при расчете долей хозяйствующих субъектов на рынке и при определении уровня концентрации товарного рынка учитываются данные об объеме производства вертикально-интегрированными хозяйствующими субъектами указанной продукции.

10.2. При анализе состояния конкуренции на товарном рынке, в случае предполагаемой возможности покупателя товара устранять, ограничивать или не допускать конкуренцию на таком товарном рынке, учитываются следующие особенности:

а) при определении временного интервала исследования товарного рынка, продуктовых границ товарного рынка и географических границ товарного рынка выявляется наличие у продавца (продавцов) экономической и технической возможности продать рассматриваемый товар;

б) при определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, расчете объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке, определении уровня концентрации товарного рынка выявляются приобретатели товара, для которых рассчитываются соответствующие показатели;

в) при определении барьеров входа на товарный рынок и оценке состояния конкуренции на товарном рынке анализируются возможности потенциальных приобретателей приобрести товар на рассматриваемом рынке.

10.3. По делам, возбужденным по признакам нарушения части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, за исключением нарушений пункта 2 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка, которое производится исходя из предмета соглашения хозяйствующих субъектов, в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) установление факта наличия конкурентных отношений между участниками соглашения.

Географические границы товарного рынка определяются с учетом материалов дела о нарушении антимонопольного законодательства, в том числе территорий, определенных в соглашении хозяйствующих субъектов, в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства.
(п. 10.3 введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

10.4. По делам, возбужденным по признакам нарушения части 2 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке товара, являющегося предметом "вертикального" соглашения, включает следующие этапы:
(в ред. Приказа ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов - участников "вертикального" соглашения (в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства), действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;

д) расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке.

Если соглашение хозяйствующих субъектов, в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства, заключено в связи с продажей нескольких товаров на разных товарных рынках, такие товарные рынки следует анализировать обособленно.
(п. 10.4 введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

10.5. По делам, возбужденным по признакам нарушения части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции, если такое нарушение приводит или может привести к последствиям, указанным в части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, за исключением последствий, указанных в пункте 2 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с учетом особенностей, установленных пунктом 10.3 настоящего Порядка.

По делам, возбужденным по признакам нарушения части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции, за исключением случаев, когда координация приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах, если такое нарушение приводит или может привести к последствиям, указанным в части 2 статьи 11 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с учетом особенностей, установленных пунктом 10.4 настоящего Порядка.
(п. 10.5 введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

10.6. По делам, возбужденным по признакам нарушения статей 14.1 - 14.8 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка. Определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявление, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, в объеме установления фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом, которому указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки либо нанесен или может быть нанесен вред его деловой репутации.
(п. 10.6 введен Приказом ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

10.7. По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 15 Закона о защите конкуренции (за исключением пункта 11 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции), анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:
(в ред. Приказа ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка;

в) определение географических границ товарного рынка. При определении таких границ могут приниматься во внимание, в частности:

- границы территории, на которой осуществляют свои полномочия соответствующие федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, организации, участвующие в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации;

- границы территорий, на которых действуют хозяйствующие субъекты, на деятельность которых оказали или могли оказать негативное влияние соответствующие акты, действия (бездействие);

- границы территорий, на которые поставляется товар и с которых поставляется товар;

г) оценка изменения (возможного изменения) состояния конкуренции на товарном рынке вследствие принятия акта и (или) осуществления действий (бездействия).
(п. 10.7 введен Приказом ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

10.8. По делам, возбужденным по признакам нарушения пункта 11 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов;

д) заключение о том, находится или не находится товарный рынок в состоянии конкуренции.
(п. 10.8 введен Приказом ФАС России от 12.03.2020 N 261/20)

10.9. По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 16 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка. При определении таких границ может приниматься во внимание предмет соглашения, заключенного между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации или между ними и хозяйствующими субъектами, в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства;

в) определение географических границ товарного рынка. При определении таких границ могут приниматься во внимание, в частности:

- предмет соглашения, заключенного между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации или между ними и хозяйствующими субъектами, в котором усматриваются признаки нарушения антимонопольного законодательства;

- границы территории, на которой осуществляют свои полномочия участвующие в соглашении федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации;

- границы территорий, на которых действуют хозяйствующие субъекты - участники рассматриваемого соглашения;

- границы территорий, на которых действуют хозяйствующие субъекты, на деятельность которых рассматриваемое соглашение оказало или могло оказать негативное влияние.
(пункт введен Приказом ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

10.10. По делам, возбужденным по признакам нарушения пункта 2 части 1, части 5 (если координация приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах) статьи 11, статей 17, 17.1, 18 Закона о защите конкуренции, анализ состояния

конкуренции включает:

а) определение временного интервала исследования;

б) определение предмета торгов (по делам, возбужденным по признакам нарушения пункта 2 части 1, части 5 (если координация приводит или может привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах) статьи 11, статьи 17 Закона о защите конкуренции); предмета договоров, заключаемых в отношении государственного и (или) муниципального имущества (по делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 17.1 Закона о защите конкуренции); предмета договоров на оказание соответствующих финансовых услуг (по делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 18 Закона о защите конкуренции);

в) определение состава хозяйствующих субъектов, участвующих в торгах (с момента подачи заявки на участие в торгах) либо отказавшихся от участия в торгах в результате соглашения, но соответствующих требованиям к участникам торгов, которые предусмотрены документацией о торгах, - в случаях, возбуждения дел по признакам нарушения пункта 2 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции.
(пункт введен Приказом ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)

XI. Аналитический отчет

11.1. По результатам проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке составляется аналитический отчет, в котором приводятся результаты проведенного анализа.

11.2. Аналитический отчет включает:

а) общие положения:

- цель исследования;

- описание источников исходной информации (включая мнение антимонопольного органа об источниках информации о товарных рынках, рекомендованных участниками рынка);

б) сведения о выбранном временном интервале исследования. В случае если временной интервал исследования не включает или частично включает период совершения нарушения антимонопольного законодательства, такие отказ от включения или частичное включение должны быть обоснованы;

в) выводы о продуктовых границах товарного рынка (с обоснованием выбора метода их определения, с учетом положений пунктов 3.8 и 3.9 настоящего Порядка);

г) выводы о географических границах товарного рынка (с обоснованием выбора метода их определения, с учетом положений пунктов 4.5 и 4.6 настоящего Порядка);

д) сведения о составе хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке;

е) сведения об объеме товарного рынка и долях хозяйствующих субъектов на рынке;

ж) выводы об уровне концентрации товарного рынка;

з) сведения о барьерах входа на товарный рынок;

и) оценку состояния конкуренции на товарном рынке.
(в ред. Приказа ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16)
(п. 11.2 введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

11.3. В случае если в соответствии с пунктами 1.3, 10.3 - 10.10 настоящего Порядка отдельные этапы анализа состояния конкуренции не проводились, по итогам анализа составляется краткое описание полученных результатов (краткий отчет (обзор)).
(в ред. Приказов ФАС России от 20.07.2016 N 1000/16, от 12.03.2020 N 261/20)

11.4. К аналитическому отчету прилагается перечень документов, использованных для определения характеристик рассматриваемого товарного рынка.
(п. 11.4 введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

XII. Определение хозяйствующих субъектов (за исключением финансовых организаций), занимающих доминирующее положение на товарном рынке

(введен Приказом ФАС России от 30.01.2015 N 33/15)

12.1. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке определяется на основании статьи 5 Закона о защите конкуренции.

12.2. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов, если не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, такой хозяйствующий субъект не обладает возможностью оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

12.3. Положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем пятьдесят процентов, признается доминирующим, если это установлено исходя из:

- неизменной или подверженной малозначительным изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке (пункт 6.6 настоящего Порядка);

- относительного размера долей на товарном рынке, принадлежащих конкурентам хозяйствующего субъекта;

- возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов (раздел VIII настоящего Порядка);

- иных критериев, характеризующих товарный рынок.

12.4. Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке определяется в соответствии с разделом VI настоящего Порядка.

12.5. Без проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта - субъекта естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии.

12.6. Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), в отношении которого выполняются в совокупности следующие условия:

а) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает пятьдесят процентов, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает семьдесят процентов (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем восемь процентов). Расчет долей хозяйствующих субъектов осуществляется в порядке, установленном в разделе VI настоящего Порядка;

б) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям (пункт 6.6 настоящего Порядка), а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен (определяется в соответствии с разделом VIII настоящего Порядка);

в) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях) (определяется в соответствии с разделом III настоящего Порядка), рост цены товара не обусловливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар (пункт 12.7 настоящего Порядка), информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц (пункт 12.8 настоящего Порядка).

12.7. Для установления того, что рост цены товара не обусловливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, могут использоваться следующие методы:

- расчет показателя ценовой эластичности спроса на рассматриваемый товар. Данный показатель рассчитывается как отношение выраженного в процентах изменения объема спроса на соответствующий товар к выраженному в процентах изменению цены такого товара за определенный период. О неэластичности спроса свидетельствуют значения показателя ценовой эластичности спроса на товар меньше единицы. Рост цены товара не обусловливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, в случае если при повышении цены на товар спрос на него является неэластичным;

- опрос покупателей товара в целях определения их готовности в случае повышения цены на рассматриваемый товар уменьшить объем его приобретения или отказаться от его приобретения;

- иным методом, позволяющим установить, что рост цены товара не обусловливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар.

12.8. Информация о цене, об условиях реализации или приобретения товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц, если любое заинтересованное лицо имеет возможность получить достоверные и полные сведения об условиях приобретения и (или) реализации товара, в частности, о его цене, минимальной (максимальной) партии товара, условиях его отгрузки со склада или поставки за пределы производственного комплекса поставщика, условиях после продажного обслуживания и гарантийного ремонта, а также иные сведения, которые необходимы приобретателю для принятия им решения о приобретении товара.

12.9. Положения настоящего раздела не применяются для установления доминирующего положения финансовых организаций, а также для установления доминирующего положения хозяйствующих субъектов в соответствии со статьей 14 Федерального закона от 29.12.2012 N 275-ФЗ "О государственном оборонном заказе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, N 53 (ч. I), ст. 7600; 2013, N 52 (ч. I), ст. 6961).