

Кудрявцев К. А., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации производства Поволжского Государственного технологического университета, г. Йошкар-Ола, kostik234@mail.ru



ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИ НЕОБОСНОВАННЫХ ЦЕН КАК МЕТОД ЗАЩИТЫ СУБЪЕКТОВ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

В действиях хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках, зачастую наблюдается поведение прямо не поименованное в запретах, содержащихся в Законе о защите конкуренции, но имеющее все признаки злоупотребления. К примеру, когда один и тот же субъект в условиях конкуренции на товарных рынках устанавливает розничные цены ниже, чем в условиях монополии; когда на конкурентном рынке прибыль с единицы товара может иметь отрицательную величину; когда необоснованные затраты включаются в себестоимость товара и т.д. Данная статья посвящена выявлению действий монополистов, выходящих за пределы осуществления гражданских прав при проведении хозяйственной деятельности и их пресечению посредством предложенного метода.

Ключевые слова: доминирующее положение, пределы осуществления гражданских прав, экономически необоснованная цена.

Введение

Закон о защите конкуренции устанавливает запрет на действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (ч. 1 ст. 10)¹. При этом необходимо учитывать, что перечень запретов в указанной статье не исчерпывающий. Следовательно, возможно выявление и доказательство иных нарушений.

Таким образом, целью настоящей статьи является исследование действий хозяйствующих субъектов, прямо не поименованных в запретах на злоупотребление доминирующим положением, но ущемляющих права третьих лиц, а также пресечение данных действий посредством разработанного метода исследования экономически необоснованных цен.

Пленум Высшего Арбитражного Суда РФ разъяснил, что, оценивая иные действия (бездействие), кроме установленных ч. 1 ст. 10 Федерального закона о защите конкуренции как злоупотребление доминирующим положением, следует учитывать положения ст. 10 Гражданского кодекса РФ, ч. 2 ст. 10, ч. 1 ст. 13 Закона о защите конкуренции и, в частности, определить, были совершены данные действия в допустимых пределах осуществ-

¹ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О защите конкуренции» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.

ления гражданских прав либо ими налагаются на контрагентов неразумные ограничения или ставятся необоснованные условия реализации контрагентами своих прав².

Однако четкое определение пределов злоупотребления отсутствует, следовательно, главная проблема современной нормативно-правовой базы как по регулированию товарных рынков, так и по пресечению неконкурентных действий состоит в отсутствии четкого методического обеспечения.

Двойственность вопроса о злоупотреблении доминирующим положением

Существует мнение, что нарушение статьи 10 ГК РФ, т. е. определение допустимых пределов осуществления гражданских прав, необходимо выявлять через нарушения иных норм законодательства РФ (в том числе и гражданского кодекса), например, ч. 1 ст. 1 ГК РФ, которая указывает, что гражданское законодательство основывается на признании равенства участников регулируемых им отношений, нарушение ч. 2 ст. 426 ГК РФ, в которой говорится, что цена товаров, работ и услуг, а также иные условия публичного договора устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей.

Согласно ч. 1 ст. 426 ГК РФ публичным договором признается договор, заключенный коммерческой организацией и устанавливающий ее обязанности по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг, которые такая организация по характеру своей деятельности должна осуществлять в отношении каждого, кто к ней обратится (розничная торговля, перевозка транс-

портом общего пользования, услуги связи, энергоснабжение, медицинское, гостиничное обслуживание и т. п.)³.

Однако, например, договоры оптовой торговли прямо не поименованы в данном списке, следовательно, ввиду того что список публичных договоров, определенный выше, не является закрытым, остается нерешенным вопрос, когда договор оптовой торговли становится публичным и является ли он таковым вообще? Да, является — с момента включения в Реестр хозяйствующих субъектов, так как по аналогии с ч. 3 ст. 426 ГК РФ в п. 5 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции содержится запрет на экономически или технологически необоснованный отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями в случае наличия возможности.

Противоположной позиции придерживается ФАС Волго-Вятского округа в постановлении от 24.12.2012 по делу № А38-209/2012, указывая следующее: «Суды правомерно признали ошибочным вывод Управления о том, что все договоры, заключаемые Обществом с покупателями, являются публичными в силу занимаемого им доминирующего положения... обязанность заключать договор поставки гречневой крупы с каждым, кто к нему обратится, у Общества отсутствует»⁴.

Однако суды в дополнение к вышеуказанному не учитывают положения ч. 2 ст. 9 Закона об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации, согласно которому хозяйствующий субъект, осуществляющий поставки продовольственных товаров, обязан обеспечивать хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность посредством организации торговой сети, доступ к информации об условиях от-

² Постановление Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.

³ Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 06.12.2011) [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.

⁴ Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 24.12.2012 г. по делу № А38-209/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.

бора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора⁵. Кроме того, суды не учитывают того, что гражданское законодательство основывается на признании равенства участников регулируемых им отношений (ч. 1 ст. 1 ГК РФ).

Следовательно, хозяйствующий субъект не может безосновательно отказать в заключении договора поставки — данный договор является публичным.

Другая точка зрения строится на том, что доминирующее положение на рынке свидетельствует не о наличии особого права, а о существовании определенной экономической ситуации, предполагающей государственный контроль, в связи с этим сомнительно применение статьи 10 ГК РФ⁶.

Проанализировав положения действующего законодательства, будем понимать под экономически необоснованной ценой совокупность следующих условий.

Экономически необоснованная цена — это цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, выходящая за пределы осуществления гражданских прав и в итоге налагающая необоснованные ограничения.

Необоснованное установление цен доминирующими субъектами

Общество с ограниченной ответственностью «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт»

В результате анализа цен розничной реализации нефтепродуктов ООО «ЛУКОЙЛ-

⁵ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.

⁶ Конкурентное право России / Д. А. Алешин, И. Ю. Артемьев, Е. Ю. Борзило и др.; отв. ред. И. Ю. Артемьев, А. Г. Сушкевич; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2012. — 391 с.

Волганефтепродукт» (далее — Общество) было выявлено, что в Республике Марий Эл с 18 января по 14 октября 2010 г. цены на все марки моторного топлива были идентичны ценам, установленным в Чувашской Республике, но в дальнейшем, с 15 октября 2010 г., цены на автомобильное топливо начали отличаться на 30 коп. Между тем цены в Чувашской Республике стали идентичными ценам в Нижегородской области. В период с 4 мая по 2 июня 2011 г. цены у трех регионов менялись на одну величину, в результате цены в Республике Марий Эл были снижены на 15 коп. С 3 июня 2011 г. Общество восстановило прежнюю разницу в ценах между регионами в 30 коп. за литр, за исключением дизельного топлива (разница в 15 коп.) (табл. 1)⁷.

Данные обстоятельства Общество объяснило следующим образом.

С 2009 года в ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» действует программа оптимизации нефтебаз на территориях Чувашской Республики и Республики Марий Эл, направленная на уменьшение затрат, происходящих на единицу реализованного через АЗС топлива. Для ее реализации Общество предусмотрело перечень мероприятий.

Установлена очередность вывода из эксплуатации нефтебаз: Чебоксарская нефтебаза — 2010 г., Йошкар-Олинская нефтебаза — 2011 г.

1 июля 2010 г. расторгнут договор аренды Чебоксарской нефтебазы, что позволило через квартал с 15 октября 2010 г. снизить цены в Чувашской Республике на 30 коп., сравнив их с ценами в Нижегородской области.

Йошкар-Олинская нефтебаза выведена из эксплуатации 15 октября 2011 г., и с 1 января 2012 г. Общество планировало привести цены на АЗС в Республике Марий Эл к ценам в Чувашской Республике и Нижегородской области, т. е. также снизить их на 30 коп.

⁷ Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 05.06.2012 № А38-1460/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.

Таблица 1

Динамика изменения розничных цен (фактических) на каждую дату изменения по маркам бензина и дизельного топлива ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт»⁸

Марка нефтепродуктов	Нижегородская область, руб./л	Чувашская Республика, руб./л	Республика Марий Эл, руб./л
18.01.2010			
АИ-80	18,90	19,20	19,20
АИ-92	21,10	21,40	21,40
АИ-95	22,70	23,00	23,00
ДТ	18,10	18,40	18,40
...../.../...../.../.....			
15.10.2010			
АИ-80	20,40	20,40 (-0,3)	20,70
АИ-92	23,00	23,00 (-0,3)	23,30
АИ-95	24,80	24,80 (-0,3)	25,10
ДТ	18,8	18,80 (-0,3)	19,10
...../.../...../.../.....			
04.05.2011			
АИ-80	24,40 (+0,3)	24,40 (+0,3)	24,55 (+0,15)
АИ-92	24,50 (+0,3)	24,50 (+0,3)	24,65 (+0,15)
АИ-95	26,15 (+0,15)	26,15 (+0,15)	26,30
ДТ	25,30 (+0,3)	25,30 (+0,3)	25,45 (+0,15)
03.06.2011			
АИ-80	24,60 (+0,20)	24,60 (+0,20)	24,90 (+0,35)
АИ-92	24,70 (+0,20)	24,70 (+0,20)	25,00 (+0,35)
АИ-95	26,35 (+0,20)	26,35 (+0,20)	26,65 (+0,35)
ДТ	25,30	25,30	25,45

С целью изучения влияния указанных доводов на ценообразование между субъектами Российской Федерации были проанализированы полные затраты на реализацию нефтепродуктов, в число которых также входят затраты, отнесенные на нефтебазы.

При сравнении темпа снижения полных затрат с января 2010 г. по сентябрь 2011 г., было выявлено, что в Республике Марий Эл затраты снизились на 557 руб./т — больше,

чем в Чувашской Республике⁹, следовательно, довод о снижении цен в одном из регионов за счет уменьшения затрат не обоснован. Данный результат следует из того, что при экономии по одной статье затрат произошло увеличение плеча доставки нефтепродуктов и, соответственно, транспортных затрат на автомобильные перевозки.

Таким образом, у Общества имелись основания для снижения розничных цен

⁸ Составлено автором на основании проведенного мониторинга цен.

⁹ Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 17.09.2012 по делу № А38-1460/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.

на нефтепродукты, в том числе и в Республике Марий Эл. Следовательно, действия «Лукойла», выходя за допустимые пределы осуществления гражданских прав, что является нарушением ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции.

В судебном заседании Общество пояснило, что ценовая политика сдерживания роста цен в мае 2011 г. в Республике Марий Эл была связана с социальными причинами — майскими праздниками и началом дачного сезона. Увеличение рентабельности до 5,46% в третьем квартале 2011 г. само по себе не свидетельствует о том, что в течение всех 9 мес. 2011 г. цены на бензин и дизельное топливо были в Республике Марий Эл необоснованными⁹.

Однако вопросы о том, насколько оправдана социальная значимость в сдерживании цен Обществом на 15 коп./л и почему только для Республики Марий Эл, остаются открытыми. Например, емкость топливного бака *LADA Samara* хэтчбек составляет 42,5 л, для заправки полного бака АИ-92 по цене, сложившейся на 4 мая 2011 г. (24,65 руб./л), необходимо было потратить 1047,63 руб., в случае увеличения цен на 30 коп./л (как в других регионах), затраты на заправку бака по цене 24,8 руб./л составили бы 1054 руб., т.е. имела ли место социальная значимость при экономии с полного бака, заправка которого в полном объеме происходит не так часто в размере 6,37 руб./л?

Таким образом, в результате анализа эффективности работы ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» на территории Республики Марий Эл и Чувашской Республики сделан вывод о том, что Общество экономически необоснованно устанавливало разницу в ценах между АЗС Чувашской Республики и АЗС Республики Марий Эл, кроме того, длительное бездействие Общества ставило в неравное положение и ущемляло интересы граждан, проживающих на территории Республики Марий Эл и пользующихся услугами по заправке автомобилей топливом ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт».

Результатом рассмотренного дела явилось снижение цен на все виды топлива на АЗС ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» на территории Республики Марий Эл и уравнивание их с ценами на АЗС Нижегородской области и Чувашской Республики с 16 декабря 2011 г.

Общество с ограниченной ответственностью «Татнефть-АЗС Центр»

При исследовании вопроса о действиях ООО «Татнефть-АЗС Центр» (далее — Общество) в допустимых пределах осуществления гражданских прав была проверена обоснованность установления розничных цен реализации АИ-95 на АЗС №286 в Волжском районе Республики Марий Эл в сравнении с близлежащими АЗС №62 Чувашской Республики и АЗС №182 Зеленодольского района Республики Татарстан.

В результате анализа полученных ответов было установлено, что ООО «Татнефть-АЗС Центр» получало на АЗС №286 Волжского района Республики Марий Эл прибыль с одного литра бензина выше, чем на АЗС №62 Чувашской Республики в периоды с 3 по 17 января 2011 г., с 11 по 16 марта 2011 г., с 5 по 29 мая 2011 г., а также выше, чем на АЗС №182 Зеленодольского района Республики Татарстан (наиболее близкая АЗС) в периоды с 3 января по 31 марта 2011 г. и с 26 по 29 мая 2011 г.

Рентабельность продаж общества в первом полугодии 2011 г. на АЗС в Республике Марий Эл в течение первых пяти месяцев была выше, чем на двух других заправках (как правило, положительной): на АЗС №62 Чувашской Республики — отрицательная в феврале, марте, апреле 2011 г., на АЗС №182 Зеленодольского района Республики Татарстан — в феврале, марте, апреле, мае и июне 2011 г.¹⁰

¹⁰ Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 19.07.2012 № А38-1824/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.

В Приволжском Федеральном округе рентабельность продаж составляла: на 1 января 2011 г. — 3%; на 1 апреля 2011 г. — 0,5%; на 1 июля 2011 г. — 0,7%, рентабельность продаж Общества в Волжском районе Республики Марий Эл превосходила данные показатели в ПФО¹¹.

Следовательно, Общество использовало неравные подходы к установлению цены на территориях трех регионов, зарабатывая при этом больше в Волжском районе Республике Марий Эл, т. е. используя свое доминирующее положение в этом районе. На сравняемых АЗС Республики Татарстан и Чувашской Республики положение другое, рынок заправок конкурентный, что подтверждалось информацией на официальном сайте <http://reestr.fas.gov.ru/>.

При анализе затрат ООО «Татнефть-АЗС Центр» по реализации нефтепродуктов на АЗС № 286 Волжского района Республики Марий Эл установлено, что в общем объеме полных затрат предприятия по розничной реализации АИ-95 в первом полугодии 2011 г. достаточно большую долю занимают расходы на рекламу — 6% от всего объема затрат, или 274 руб./т¹⁰. При этом они связаны с распространением информации об ООО «Татнефть-АЗС Центр» как об официальном спонсоре на хоккейных матчах, не имеющих никакого отношения к Республике Марий Эл.

Рекламные расходы не должны включаться в структуру затрат при определении розничных цен на территории Республики Марий Эл. Обоснованные расходы, уменьшающие в целях налогообложения полученные доходы, оправданы и должны учитываться Обществом при налогообложении в любом случае. Но так как ООО «Татнефть-АЗС Центр» тратит денежные средства на территории Республики Татарстан, то расходы и должны включаться в структуру затрат

на территории данной республики и в дальнейшем уменьшать в целях налогообложения полученные доходы, как это делается по иным видам затрат на территории Республики Марий Эл.

Таким образом, потребители Республики Марий Эл, приобретая АИ-95 на территории Волжского района на АЗС № 286 ООО «Татнефть-АЗС Центр», оплачивают расходы предприятия по позиционированию бренда Общества в других регионах России, обеспечивают обществу большую рентабельность и прибыль, в сравнении с потребителями других регионов.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что действия ООО «Татнефть-АЗС Центр» по экономически необоснованному установлению розничных цен реализации АИ-95 в первом полугодии 2011 г. выходят за допустимые пределы осуществления гражданских прав, что является нарушением Закона о защите конкуренции.

По результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «Татнефть-АЗС Центр» явилось (решение принято 25 января 2012 г.) снижение Обществом цен (табл. 2).

Кроме того, по итогам рассмотрения указанных дел в феврале 2012 г. существенно улучшились показатели средних потребительских цен на нефтепродукты Республики Марий Эл в Приволжском федеральном округе в сравнении с декабрем 2011 г.

По уровню цен реализации А-76 (АИ-80) в декабре 2011 г. Республика Марий Эл занимала 14 место из 14 субъектов ПФО, в феврале 2012 г. — 12 место с самым высоким темпом снижения цен, что позволило вплотную приблизиться к Республике Башкортостан, Республике Татарстан и Ульяновской области. По бензину автомобильному марки АИ-92 в декабре 2011 г. Республика Марий Эл занимала 11 место в ПФО, в феврале 2012 г. — 2 место практически с самым высоким темпом снижения цен. По бензину автомобильному марки АИ-95 в декаб-

¹¹ Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный документ] <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do>.

Таблица 2

Динамика изменения цен ООО «Татнефть-АЗС Центр» в Республике Марий Эл¹²

Марка топлива	Розничные цены в 2011–2012 гг., руб./л									
	14.12	15.12	25.12	14.01	21.01	30.01	01.02	07.02	11.02	+/-
АИ-80	25,2	25,2	25,2	25,2	25,2	25	24,8	24,8	24,7	-0,5
АИ-92	26,9	26,5	26,1	26	26	26	25,8	25,8	25,6	-1,3
АИ-95	28,7	28,7	28,5	28,5	28,3	28,3	28	27,7	27,7	-1,0
ДТ	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	28,7	0

ре 2011 г. Республика Марий Эл занимала 6 место в ПФО, в феврале 2012 г. — 2 место вместе с Оренбургской областью с приличным темпом снижения цен. По дизельному топливу в декабре 2011 г. Республика Марий Эл занимала 4 место в ПФО вместе с Оренбургской областью, в феврале 2012 г. — 6 место, что указывает на незначительный перенос нормы прибыли на дизельное топливо в ПФО (сдерживание темпов в Республике Марий Эл) при колоссальных показателях снижения цен по АИ-92, АИ-95¹³.

Проведенные мероприятия также нашли отражение в публикациях средств массовой информации. В газете «проГород» от 21 января 2012 г. была опубликована статья «“Лукойл” обвинили в завышении цен» с фотографией, сделанной летом 2011 г. на митинге граждан, недовольных ценами на топливо¹⁴. В ежедневной республиканской газете «Марийская правда» от 3 февраля 2012 г. была опубликована статья «Цены на бензин удалось притормозить»¹⁵.

¹² Составлено автором на основании проведенного мониторинга цен.

¹³ Средние потребительские цены и тарифы на отдельные виды непродовольственных товаров [Электронный документ] <http://maristat.mari.ru/scripts/dbdпfolnet/DBInet.cgi?pl=3202>.

¹⁴ Лукойл обвинили в завышении цен // проГород. 2012. №3 (123).

¹⁵ Цены на бензин удалось притормозить // Марийская правда. 2012. №19 (23623).

Методические аспекты доказательства экономической необоснованной цены

Важный неурегулированный методический вопрос в доказывании наличия экономически необоснованных цен заключается в подходах к определению сопоставимых товарных рынков.

В решении Арбитражного суда Республики Марий Эл по делу № А38-1460/2012 указывается, что: «...сравнивая цены на бензин и дизельное топливо в Республике Марий Эл, Чувашской Республике и Нижегородской области, антимонопольный орган обязан был обосновать, что такое сравнение возможно и что товарные рынки розничной реализации моторного топлива в этих субъектах существуют и являются сопоставимыми.

Между тем ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» является хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение в пределах административно-территориальных районов Республики Марий Эл. Причины, по которым антимонопольный орган, сравнивая товарные рынки, расширяет географические границы до территорий субъектов Российской Федерации, в оспариваемом решении не названы.

Также не обозначено, по каким критериям товарные рынки розничной реализации бензина и дизельного топлива в Республике Марий Эл, Чувашской Республике и Нижегородской области являются сопоставимыми, для того чтобы можно было сравнить

цены в этих субъектах. Из материалов дела следует, что в данных субъектах Российской Федерации имелись разные объемы реализации каждого из видов топлива; состав продавцов и покупателей на установленных товарных рынках; условия доступа на эти товарные рынки и т. д.

В связи с этим арбитражный суд приходит к выводу о том, что антимонопольный орган не доказал и не обосновал возможность сравнения цен на нефтепродукты в Республике Марий Эл, Чувашской Республике и Нижегородской области в целях подтверждения экономически необоснованных цен в Республике Марий Эл».

В решении Арбитражного суда Республики Марий Эл по делу № А38-1824/2012 указывается, что: «...для сравнения цен на бензин в Волжском районе Республики Марий Эл, Чувашской Республике и Зеленодольском районе Республики Татарстан, антимонопольный орган обязан был обосновать, что такое сравнение возможно и что товарные рынки розничной реализации бензина автомобильного АИ-95 в этих субъектах существуют и являются сопоставимыми.

Из материалов дела следует, что ООО «Татнефть-АЗС Центр» является хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение в пределах административно-территориальных районов Республики Марий Эл. Причины, по которым антимонопольный орган, сравнивая товарные рынки, на которые осуществляет реализацию бензина ООО «Татнефть-АЗС Центр», расширяет географические границы до территорий субъектов Российской Федерации, в оспариваемом решении не указаны.

Также Марийским УФАС России не обозначено, по каким критериями локальные товарные рынки розничной реализации бензина АИ-95 в Республике Марий Эл, Чувашской Республике и Республике Татарстан являются сопоставимыми для того, чтобы можно было сравнить цены на АЗС № 62, № 182 и № 286. Из материалов дела следует, что в данных субъектах Российской Фе-

дерации разные объемы реализации каждого из видов топлива; состав продавцов и покупателей на установленных товарных рынках; условия доступа на эти товарные рынки и т. д.

Территориальная близость расположения АЗС № 62 и № 182 к АЗС № 286 Волжского района Республики Марий Эл по смыслу Закона о защите конкуренции не свидетельствует о сопоставимости товарных рынков розничной реализации бензина АИ-95.

В связи с этим арбитражный суд приходит к выводу о том, что антимонопольный орган не доказал и не обосновал возможность сравнения цен на бензин АИ-95 в Волжском районе Республики Марий Эл, Чувашской Республике и Зеленодольском районе Республики Татарстан в целях подтверждения экономически необоснованных цен в Волжском районе.

...сам факт получения обществом в одном из филиалов в отдельные периоды времени большей прибыли с одного литра не является доказательством установления в этом филиале экономически необоснованной цены, а следовательно, злоупотребления Обществом доминирующим положением».

Однако доказывание экономически необоснованных цен в Республике Марий Эл основывалось на сравнении деятельности тех же самых хозяйствующих субъектов в иных регионах России, т. е. фактически сравнивались не сами цены, а подходы к их установлению, в связи с чем необоснованна ссылка на определение сопоставимых товарных рынков по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, определенная в критериях доказывания монопольно высокой цены в ч. 1 ст. 6 Закона о защите конкуренции. Чувашская Республика и Нижегородская область также не являются сопоставимыми, однако ООО «ЛУКОЙЛ-Волганефтепродукт» уравнило цены между данными регионами и не сделало этого по отношению к Республике Ма-

рий Эл, при имеющихся фактических основаниях, указанных выше.

ООО «Татнефть-АЗС Центр» в Волжском районе Республики Марий Эл получало прибыль с одного литра бензина больше, чем на близлежащих АЗС в соседних регионах России.

Таким образом, на сегодняшний день там, где товарные рынки конкурентны, цены ниже и хозяйствующие субъекты готовы дотировать данные рынки и продавать даже с отрицательными финансовыми показателями, там, где локальные рынки монополизированы, можно зарабатывать больше, и это законно, что парадоксально, т.е. сегодня нет ни прямых, ни косвенных методов государственного регулирования.

Крупные вертикально-интегрированные нефтяные компании, как правило, устанавливают внутри конкретного региона единую розничную цену реализации бензинов и дизельного топлива.

На локальных рынках в Республике Марий Эл также доминируют независимые хозяйствующие субъекты, установленные ими розничные цены между районами республики варьируются. В отдельных районах Общества имеют по одной АЗС, за исключением г. Йошкар-Олы — столицы Республики Марий Эл. Фактически независимые хозяйствующие субъекты на товарных рынках в условиях конкуренции устанавливают розничные цены, как правило, ниже, чем на рынках в условиях доминирования, что имеет признаки экономически необоснованной цены.

Иные варианты проявления экономически необоснованных цен

Независимый хозяйствующий субъект

Независимый хозяйствующий субъект устанавливает розничные цены на автомобильные бензины и дизельное топливо, исходя из рыночной конъюнктуры, ориентируясь на среднюю по Республике Марий Эл.

Хозяйствующий субъект занимает доминирующее положение на АЗС № 1 в одном из районов Республики Марий Эл по позиции розничная торговля бензином автомобильным АИ-95 (и аналогами) с долей более 50%.

Исследуем динамику изменения закупочных и розничных цен реализации АИ-95 на АЗС по датам изменения, а также произведем исследование полных затрат и прибыли по каждой АЗС на один литр (табл. 3).

По данным таблицы, Общество получало на АЗС № 1, где оно доминирует (выделено полужирным шрифтом), прибыль с одного литра АИ-95, превышавшую прибыль на АЗС № 2, 4 (г. Йошкар-Ола) в период:

- а) с 22 января по 16 февраля 2011 г. (26 дней);
- б) с 12 по 18 марта 2011 г. (7 дней);
- в) с 16 по 31 декабря 2011 г. (16 дней).

Транспортно-заготовительные расходы (ТЗР) от НПЗ до нефтебазы включены в закупочную цену ГСМ, от нефтебазы до АЗС среднемесячные затраты составляли в 2011 г. — 0,02 руб./л, при разнице в ценах на АИ-95 до 1,00 руб./л, по данным таблицы, следовательно, установленные цены необоснованны ТЗР.

Указанные действия независимого хозяйствующего субъекта нарушают ч. 1 ст. 1 ГК РФ, в которой указывается, что гражданское законодательство основывается на признании равенства участников регулируемых им отношений, и ч. 2 ст. 426 ГК РФ, которая утверждает, что цена товаров, работ и услуг, а также иные условия публичного договора устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей. Следовательно, действия выходят за пределы осуществления гражданских прав, т.е. общество злоупотребляет доминирующим положением.

Метод исследования экономически необоснованных цен способствует устране-

Таблица 3

Динамика изменения розничных цен на АИ-95 с 01.01.2011 по 31.12.2011 г. по датам изменения¹⁶

Дата изменения цены	Закупочные цены, руб./л	Полные затраты, руб./л	Цена = закуп + затраты	Розничные цены (фактические) руб./л			Прибыль*, руб./л
				АЗС № 1 (район)	АЗС № 2 (город)	АЗС № 4 (город)	
14.01.11	21,79	1,73	23,52	25,00	25,00	25,00	1,48
22.01.11	21,79	1,73	23,52	25,50	25,00	25,00	1,98 1,48
27.01.11	22,50	1,73	24,23	26,00	25,00	25,00	1,77 0,77
01.02.11	22,50	1,74	24,24	26,00	25,00	25,00	1,76 0,76
17.02.11	22,50	1,74	24,24	25,00	25,00	25,00	0,76
01.03.11	22,50	1,25	23,75	25,00	25,00	25,00	1,25
12.03.11	22,50	1,25	23,75	25,00	24,70	24,70	1,25 0,95
19.03.11	22,50	1,25	23,75	24,70	24,70	24,70	0,95
.....////.....////.....							
16.12.11	24,21	1,39	25,6	28,30	28,00	28,00	2,7 2,4
31.12.11	24,21	1,39	25,6	28,30	28,00	28,00	2,7 2,4

* Прибыль формируется как разница между розничными ценами и ценой (закуп + затраты).

нию неравноправного положения одних лиц перед другими в отношении заключения публичного договора закупки нефтепродуктов, а следовательно, защищает товарные рынки.

Таким образом, метод исследования экономически необоснованной цены розничной реализации нефтепродуктов включает следующий алгоритм действий:

1) установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке;

2) исследование динамики изменения закупочных и розничных цен на АЗС по датам изменения;

3) исследование структуры затрат реализации бензинов и дизельного топлива через АЗС по месяцам;

4) исследование прибыли на каждую АЗС (по возможности по датам изменения);

5) исследование доходности АЗС по месяцам.

Хозяйствующий субъект, осуществляющий розничную реализацию сжиженного газа, используемого в качестве моторного топлива

Хозяйствующий субъект занимает доминирующее положение на территории одного

¹⁶ Кудрявцев К. А. Государственное регулирование и защита конкуренции на товарных рынках (на примере Республики Марий Эл): монография. Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2012. — 292 с.

из муниципальных образований Республики Марий Эл по позиции розничная реализация сжиженного газа, используемого в качестве моторного топлива с долей более 50%.

В результате исследования структуры затрат субъекта установлено, что затраты на фонд оплаты труда с отчислениями в пересчете на 1 л реализованного СУГ росли следующим образом: в период с 2009 г. по 2010 г. — 19,66%, в период с 2010 г. по 2011 г. — 81,52%; всего за период 2009–2011 гг. рост затрат составил 117,2%¹⁷.

По официальным данным, уровень инфляции в 2009 г. составлял 8,8%, в 2010 г. — 8,78%, в 2011 г. — 6,1%¹⁸.

Рост инфляции за три года составил 23,68%, в то время как рост фонда оплаты труда хозяйствующего субъекта за 3 года — 117,2%.

К примеру, в ч. 11 ст. 50 Закона о государственной гражданской службе Российской Федерации закреплено, что размеры окладов денежного содержания по должностям федеральной гражданской службы ежегодно увеличиваются (индексируются) в соответствии с федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий год с учетом уровня инфляции (потребительских цен)¹⁹. Почему бы данный механизм не применять и к коммерческим предприятиям?

Таким образом, вышеуказанные действия хозяйствующего субъекта создают ситуацию, когда улучшенное материальное благосостояние его сотрудников, как правило, управленческого персонала, факти-

чески оплачивается за счет потребителей сжиженного газа.

На основании вышеизложенного можно утверждать, что имеются признаки экономически необоснованного установления и поддержания хозяйствующим субъектом размера фонда оплаты труда по виду деятельности — розничная реализация сжиженного газа, используемого в качестве моторного топлива.

Для обоснования указанной позиции можно также произвести сравнение с иными хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на данном товарном рынке, уровень цен которых ниже.

Устранение экономически необоснованных расходов позволило бы хозяйствующему субъекту снизить размер снабженческо-сбытовых наценок, что постепенно привело бы к снижению цен на АГЗС (при прочих равных условиях, в частности, при неизменных оптовых ценах).

По результатам исследований, определенная совокупность действий при исследовании методом экономически необоснованной цены может быть дополнена необходимостью изучения обоснованности роста статей затрат в соответствии с темпом инфляции, а также отдельные показатели могут сравниваться с более эффективными хозяйствующими субъектами.

Хозяйствующий субъект, осуществляющий оптовую реализацию гречневой крупы (ядрицы)

Метод исследования экономически необоснованной цены оптовой реализации гречневой крупы (ядрицы) включает следующую совокупность действий:

- 1) установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке;
- 2) исследование динамики изменения закупочных, розничных цен и торговых наценок;
- 3) исследование факторов, влияющих на ценообразование;

¹⁷ Кудрявцев К. А. Государственное регулирование и защита конкуренции на товарных рынках (на примере Республики Марий Эл): монография. Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2012. — 292 с.

¹⁸ Уровень инфляции в Российской Федерации [Электронный документ] http://уровень-инфляции.рф/таблица_инфляции.aspx.

¹⁹ Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.

4) исследование общехозяйственных затрат;

5) исследование выручки, коммерческой прибыли и рентабельности продаж на конкретном товарном рынке по хозяйствующим субъектам, занимающим доминирующее положение и в среднем по России.

В ходе проведенного анализа состояния конкуренции на товарном рынке оптовой торговли гречневой крупой-ядрицей установлено, что хозяйствующий субъект занимает доминирующее положение по позиции: оптовая торговля крупой гречневой-ядрицей; в географических границах: Республика Марий Эл; с долей: более 50%.

В результате анализа хозяйственной деятельности обществ в соответствии с указанным алгоритмом выявлено, что экономически необоснованная цена выразилась: в установлении в каждый отдельный месяц на протяжении 2010 г. разных торговых наценок для различных покупателей; в переоценке товарных запасов и необоснованно высокой торговой наценке; в завышенной норме рентабельности продаж.

Следовательно, действия хозяйствующего субъекта по экономически необоснованному установлению цен на гречневую крупу (ядрицу) выходят за допустимые пределы осуществления гражданских прав.

Результатом настоящей работы явилось снижение цен оптовой реализации гречневой крупы (ядрицы) на территории Республики Марий Эл и установление приемлемой торговой наценки хозяйствующим субъектом на данном товарном рынке.

Заключение

В целях совершенствования антимонопольного законодательства в области пресечения иных видов злоупотребления доминирующим положением, прямо непоименованных в Законе о защите конкуренции, но выходящих за допустимые пределы осуществления гражданских прав, а также налагающих на контрагентов неразумные огра-

ничения, необходимо нормативно закрепить при исследовании экономически необоснованных цен совокупность следующих допущений:

1) понятие экономически необоснованной цены — цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, выходящая за пределы осуществления гражданских прав и в итоге налагающая необоснованные ограничения;

2) признаки экономически необоснованной цены:

а) большой уровень цен и (или) прибыли на монопольном рынке в сравнении с конкурентным, а также неравенство в ценообразовании среди филиалов и отдельных структурных подразделений одного предприятия в регионах (регионе);

б) необоснованное включение статей затрат в себестоимость товара, которые прямо не относятся к основной деятельности хозяйствующего субъекта на определенном товарном рынке;

в) рост отдельных статей затрат, превышающий темп роста инфляции;

г) переоценка товарных остатков только в сторону увеличения и извлечения дополнительной прибыли при сложившихся предпосылках к обратной тенденции;

д) рост рентабельности продаж выше сформировавшегося на российском уровне по определенному товарному рынку, либо направлению;

3) возможность сравнивать подходы (политику) установления цен одним и тем же хозяйствующим субъектом среди филиалов и отдельных структурных подразделений в регионах (регионе);

4) допустить возможность принять за экономически обоснованные те цены и, соответственно, ту политику их формирования, которые сложились на товарных рынках, находящихся в условиях конкуренции;

5) признать с момента включения в Реестр хозяйствующих субъектов заключаемые ими договоры оптовой торговли публичными.

Таким образом, пресечение действий монополистов с помощью метода исследования экономически необоснованных цен позволит еще в большей степени, чем это возможно на данный момент, защитить субъектов, действующих на товарных рынках.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный документ] <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do>.
3. Конкурентное право России / Д. А. Алешин, И. Ю. Артемьев, Е. Ю. Борзило и др.; отв. ред. И. Ю. Артемьев, А. Г. Сушкевич; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2012. — 391 с.
4. Кудрявцев К. А. Государственное регулирование и защита конкуренции на товарных рынках (на примере Республики Марий Эл): монография. Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2012. — 292 с.
5. Кудрявцев К. А. Методические аспекты исследования согласованных действий // Современная конкуренция. 2012. №5 (35).
6. Лукойл обвинили в завышении цен // проГород. 2012. №3 (123).
7. Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 17.09.2012 по делу № А38-1460/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.
8. Постановление Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.
9. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 24.12.2012 по делу № А38-209/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.
10. Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 05.06.2012 № А38-1460/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.
11. Решение Арбитражного суда Республики Марий Эл от 19.07.2012 № А38-1824/2012 [Электронный документ] <http://kad.arbitr.ru/>.
12. Средние потребительские цены и тарифы на отдельные виды непродовольственных товаров [Электронный документ] <http://maristat.mari.ru/scripts/dbdplnet/DBlnet.cgi?pl=3202>.
13. Уровень инфляции в Российской Федерации [Электронный документ] http://уровень-инфляции.рф/таблица_инфляции.aspx.
14. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О защите конкуренции» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.
15. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [Электронный документ]. <http://www.consultant.ru/online/>.
16. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [Электронный документ] <http://www.consultant.ru/online/>.
17. Цены на бензин удалось притормозить // Марийская правда. 2012. № 19 (23623).

K. Kudryavtsev, PhD (Economics), Associate Professor of economy and production organization, FGBOU VPO «Volga State Technological University», Yoshkar-Ola, kostik234@mail.ru

STUDY ECONOMICALLY UNJUSTIFIED PRICE AS A METHOD OF PROTECTION ACTORS IN COMMODITY MARKETS

The actions of economic entities with dominant position in the markets, there is often a behavior is not explicitly named in the prohibitions contained in the Act on the Protection of Competition, but has all the signs of abuse. For example, when the same subject in a competitive environment in the markets set retail prices lower than under monopoly, and when in a competitive market with profits unit price may have a negative value, when unreasonable costs included in cost of goods, etc. This article is devoted to finding action monopoly beyond the exercise of civil rights in its business activities and its suppression by the proposed method.

Keywords: dominant position, limits implementation of civil rights, economically unjustified price.