

**О Методике определения монопольно высоких и монопольно низких цен**

Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 4 декабря 2012 года № 259

      Коллегия Евразийской экономической комиссии **решила**:

      Одобрить проект решения Совета Евразийской экономической комиссии «О Методике определения монопольно высоких и монопольно низких цен» (прилагается) и внести его для рассмотрения на очередном заседании Совета Евразийской экономической комиссии.

      Председатель                               В.Б. Христенко



Проект

 **РЕШЕНИЕ**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2012 г.            №               г. Москва

 **О Методике определения монопольно высоких**
**и монопольно низких цен**

      Совет Евразийской экономической комиссии **решил**:

      1. Утвердить Методику определения монопольно высоких и монопольно низких цен (прилагается).

      2. Настоящее Решение вступает в силу после принятия решения Высшего Евразийского экономического совета, фиксирующего факт исполнения требований, предусмотренных статьями 29 и 30 Соглашения о единых принципах и правилах конкуренции от 9 декабря 2010 года, и введения в действие соглашения, определяющего порядок защиты конфиденциальной информации и ответственность за ее разглашение, по истечении 10 календарных дней с той даты вступления в силу указанных актов, которая является более поздней.

*Члены Совета Евразийской экономической комиссии:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *От Республики*
*Беларусь*
*С. Румас* | *От Республики*
*Казахстан*
*К. Келимбетов* | *От Российской*
*Федерации*
*И. Шувалов* |

УТВЕРЖДЕНА

Решением Совета

Евразийской экономической комиссии

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2012 г. № \_\_\_

 **М Е Т О Д И К А**
**определения монопольно высоких и монопольно низких цен**

 **I. Общие положения**

      1. Настоящая Методика разработана в соответствии с подпунктом 2 пункта 1 статьи 29 Соглашения о единых принципах и правилах конкуренции от 9 декабря 2010 года (далее – Соглашение) и применяется Евразийской экономической комиссией в соответствии с ее компетенцией при осуществлении контроля соблюдения единых правил конкуренции хозяйствующими субъектами (субъектами рынка), занимающими доминирующее положение, на трансграничных товарных рынках.

      2. В настоящей Методике используются понятия, определенные в статье 2 Соглашения, а также понятия, означающие следующее:

      «конъюнктура мирового рынка» – условия продажи на мировых товарных рынках, уровень спроса, предложения, цен на этих рынках, тенденции их изменения;

      «смежные рынки», «оптовые рынки», «розничные рынки» – используются в значениях, определенных в Методике оценки состояния конкуренции,

      утвержденной в соответствии с подпунктом 1 пункта 1 статьи 29 Соглашения (далее – Методика оценки состояния конкуренции).

      3. Под монопольно высокой ценой понимается цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка), при наличии в совокупности следующих условий:

      а) если она выше суммы необходимых для производства и реализации такого товара расходов (себестоимости производства и реализации товара, определенной в соответствии с законодательством государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства) и прибыли;

      б) если она выше цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование (далее – сопоставимый товарный рынок), при наличии такого рынка на единой таможенной территории Таможенного союза и Единого экономического пространства или за ее пределами, или цены, установленной на этом же товарном рынке ранее, если эта цена сформировалась в условиях конкуренции.

      4. Не признается монопольно высокой цена, установленная субъектом естественной монополии в пределах тарифа на товар, определенного в соответствии с законодательством государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства.

      5. Под монопольно низкой ценой понимается цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка), при наличии в совокупности следующих условий:

      а) если эта цена ниже суммы необходимых для производства и реализации такого товара расходов (себестоимости производства и реализации товара, определенной в соответствии с законодательством государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства) и прибыли;

      б) если она ниже цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке при наличии такого рынка на единой таможенной территории Таможенного союза и Единого экономического пространства или за ее пределами.

      6. Не признается монопольно низкой цена, если ее установление продавцом товара не привело или не могло привести к ограничению конкуренции в связи с сокращением числа хозяйствующих субъектов (субъектов рынка), не входящих с продавцами или покупателями товара в одну группу лиц на соответствующем товарном рынке.

      II. Определение монопольно высокой и монопольно низкой цен

      7. Монопольно высокой ценой товара является цена, соответствующая указанным в пункте 3 настоящей Методики условиям и установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка) путем:

      а) повышения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

      расходы, необходимые для производства и реализации товара, остались неизменными или их изменение не соответствует изменению цены товара;

      состав продавцов или покупателей товара остался неизменным либо изменение состава продавцов или покупателей товара является незначительным;

      условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, таможенно-тарифное регулирование, остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

      спрос и (или) предложение товара остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

      влияние конъюнктуры мирового рынка осталось неизменным или его изменение несоразмерно изменению цены товара;

      влияние смежных рынков осталось неизменным или его изменение несоразмерно изменению цены товара;

      б) поддержания или неснижения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

      расходы, необходимые для производства и реализации товара, существенно снизились;

      состав продавцов или покупателей товара обусловливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;

      условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, таможенно-тарифное регулирование, обеспечивают возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;

      изменение спроса и (или) предложения товара обусловливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;

      влияние конъюнктуры мирового рынка обусловливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;

      влияние смежных рынков обусловливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения.

      8. Монопольно низкой ценой товара является цена, соответствующая указанным в пункте 5 настоящей Методики условиям и установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка) путем:

      а) снижения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

      расходы, необходимые для производства и реализации товара, остались неизменными или их изменение не соответствует изменению цены товара;

      состав продавцов или покупателей товара остался неизменным либо изменение состава продавцов или покупателей товара является незначительным;

      условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, таможенно-тарифное регулирование, остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

      спрос и (или) предложение товара остались неизменными или их изменение несоразмерно изменению цены товара;

      влияние конъюнктуры мирового рынка осталось неизменным или его изменение несоразмерно изменению цены товара;

      влияние смежных рынков осталось неизменным или его изменение несоразмерно изменению цены товара;

      б) поддержания или неповышения ранее установленной цены товара, если при этом выполняются в совокупности следующие условия:

      расходы, необходимые для производства и реализации товара, существенно возросли;

      состав продавцов или покупателей товара обусловливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения;

      условия обращения товара на товарном рынке, в том числе обусловленные мерами государственного регулирования, включая налогообложение, таможенно-тарифное регулирование, обеспечивают возможность изменения цены товара в сторону увеличения;

      изменение спроса и (или) предложения товара обусловливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения;

      влияние конъюнктуры мирового рынка обусловливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения;

      влияние смежных рынков обусловливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения.

      9. Для определения признаков установления занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка) монопольно высокой (монопольно низкой) цены согласно пунктам 7 и 8 настоящей Методики применяется анализ:

      а) динамики различных видов цен (средневзвешенных, для различных видов покупателей и др.);

      б) себестоимости производства товара и структуры коммерческих расходов на его реализацию (в том числе обоснованности всех видов затрат), а также динамики себестоимости (в том числе сопоставление темпов роста себестоимости (отдельных элементов затрат));

      в) динамики инвестиций в нефинансовые активы;

      г) динамики различных видов валовой прибыли и направлений ее распределения (в том числе на выплату дивидендов и инвестиционную деятельность);

      д) рентабельности производства, продаж, активов;

      е) динамики объемов производства (продаж) товара.

      10. В целях проведения анализа, предусмотренного пунктом 9 настоящей Методики, в качестве исходной информации используются следующие источники:

      а) данные официальной статистической информации;

      б) сведения, полученные от налоговых, таможенных и иных государственных органов, центральных (национальных) банков государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства;

      в) сведения, полученные от физических и юридических лиц (включая сведения, предоставляемые покупателями конкретного товара), в том числе путем их выборочного опроса, а также сведения, предоставляемые продавцами конкретного товара, данные маркетинговых, социологических исследований;

      г) результаты экономических и иных экспертиз, заключения специализированных организаций, а также специалистов и экспертов;

      д) данные изданий органов исполнительной власти и независимых информационных центров и служб;

      е) информация объединений потребителей и объединений производителей;

      ж) сообщения средств массовой информации;

      з) материалы Евразийской экономической комиссии и сведения антимонопольных органов государств, не являющихся членами Таможенного союза и Единого экономического пространства;

      и) государственные стандарты, технические условия и другие нормативы;

      к) обращения физических и юридических лиц в Евразийскую экономическую комиссию.

      11. Для определения сопоставимости товарных рынков проверяется наличие в совокупности следующих условий:

      а) сопоставляемые товарные рынки относятся к одному типу рынков в зависимости от специфики хозяйственной деятельности продавцов и покупателей (оптовые, розничные);

      б) отсутствуют существенные различия по составу покупателей и (или) продавцов товара (сопоставимые уровень концентрации и объем товарного рынка, определяемые в соответствии с Методикой оценки состояния конкуренции);

      в) отсутствуют существенные различия в общих условиях обращения товара на рынке (сопоставимые экономико-географические, природно-климатические условия);

      г) отсутствуют существенные различия в условиях доступа на товарные рынки (например, сопоставимый уровень первоначальных вложений для осуществления деятельности, сопоставимая продолжительность финансового цикла, сопоставимый минимальный уровень производства, отсутствие преференций отдельным производителям, сопоставимые административные барьеры и др.);

      д) отсутствуют существенные различия в степени влияния мер государственного регулирования, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование, на уровень цены товара.

      12. Оценка состояния конкуренции на сопоставимом товарном рынке осуществляется по результатам анализа состояния конкуренции, проведенного в соответствии с Методикой оценки состояния конкуренции.

      13. Определение наличия сопоставимых товарных рынков не требуется, если сопоставляется цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка), и цена, сформировавшаяся в условиях конкуренции на этом же товарном рынке в предшествующий нарушению единых правил конкуренции период, с учетом уровня инфляции, если при анализе состояния конкуренции на товарном рынке, на котором установлена монопольно высокая цена, будут выявлены следующие обстоятельства (в совокупности):

      а) в период, предшествующий нарушению единых правил конкуренции, цена формировалась в условиях конкуренции;

      б) на таком товарном рынке не изменились условия осуществления хозяйственной деятельности.

 © 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан» Министерства юстиции Республики Казахстан