

## Об утверждении Методики анализа общественно значимых рынков

Приказ Министра национальной экономики Республики Казахстан от 28 декабря 2017 года № 438. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 12 января 2018 года № 16215.

В соответствии с подпунктом 14) статьи 90-6 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить прилагаемую Методику анализа общественно-значимых рынков.

2. Комитету по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и прав потребителей Министерства национальной экономики Республики Казахстан обеспечить в установленном законодательством Республики Казахстан порядке:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) в течение десяти календарных дней со дня государственной регистрации настоящего приказа направление его копии в бумажном и электронном виде на казахском и русском языках в Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения "Республиканский центр правовой информации" для официального опубликования и включения в Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан;

3) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства национальной экономики Республики Казахстан;

4) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан представление в Юридический департамент Министерства национальной экономики Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1), 2) и 3) настоящего пункта.

3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра национальной экономики Республики Казахстан.

4. Настоящий приказ вводится в действие с 1 января 2018 года и подлежит официальному опубликованию.

*Министр  
национальной экономики  
Республики Казахстан*

*Т. Сулейменов*

" С О Г Л А С О В А Н "

Исполняющий  
Министра по инвестициям и развитию  
Республики  
Казахстан

-----  
от 29 декабря 2017 года  
" С О Г Л А С О В А Н " Р. С к л я р  
М и н и с т р э н е р г е т и к и  
Р е с п у б л и к и К а з а х с т а н  
----- К. Б о з у м б а е в  
от 29 декабря 2017 года

Утверждена  
приказом Министра  
национальной экономики  
Республики Казахстан  
от 29 декабря 2017 года № 438

## **Методика анализа общественно значимых рынков**

### **Глава 1. Общие положения**

1. Настоящая Методика анализа общественно значимых рынков (далее – Методика) разработана в соответствии с подпунктом 14) статьи 90-6, статьей 124-5, подпунктами 1) и 11) статьи 124-6 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан от 29 октября 2015 года (далее – Кодекс) и определяет процедуру проведения анализа общественно значимых рынков (далее – анализ).

2. Основные понятия, применяемые в Методике:

1) эластичность спроса по цене – категория, характеризующая реакцию потребителей на изменение цены товара;

2) общественно значимый рынок – товарный рынок, на который распространяется государственное регулирование цен товаров (работ, услуг) в соответствии с подпунктом 14) пункта 3 статьи 116, статьей 124-5 Кодекса;

3) субъект общественно значимого рынка – физическое или юридическое лицо, производящее (реализующее) товары (работы, услуги) на общественно значимых рынках;

4) анализируемый рынок – товарный рынок, рассматриваемый ведомством уполномоченного органа на предмет возможного отнесения его к общественно значимому рынку;

5) уполномоченный орган – государственный орган, осуществляющий руководство в сферах естественных монополий;

6) ведомство уполномоченного органа – ведомство государственного органа, осуществляющего руководство в сферах естественных монополий.

Иные понятия и термины, используемые в Методике, применяются в соответствии с законодательством Республики Казахстан о естественных монополиях, Кодексом, а также другими законодательными актами Республики Казахстан.

3. Настоящая Методика применяется с целью выработки предложений по формированию государственной политики на общественно значимых рынках:

1) о целесообразности сохранения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков, определенных пунктом 1 статьи 124-5 Кодекса, после завершения сроков действия государственного регулирования цен;

2) о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам и введения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги).

4. При проведении анализа ведомство уполномоченного органа:

1) не позднее 5 рабочих дней со дня начала проведения анализа размещает на своем интернет-ресурсе информацию о начале анализа общественно значимого рынка или анализируемого рынка с указанием оснований, сроков, целей его проведения, типа рынка (оптовый или розничный), с приглашением к сотрудничеству всех заинтересованных субъектов рынка, ассоциаций потребителей и предпринимателей;

2) получает от заинтересованных субъектов рынка, ассоциаций потребителей и ассоциаций предпринимателей результаты исследований рынка, данные о барьерах входа на рынок, другую информацию, способствующую объективной оценке состояния конкуренции на рынке;

3) запрашивает у субъектов, осуществляющих производство (реализацию) товаров (работ, услуг) на общественно значимом рынке или анализируемом рынке, информацию, необходимую для проведения анализа;

4) организует встречи с участием заинтересованных в анализе сторон (средства массовой информации, ассоциации потребителей, ассоциации предпринимателей, субъекты рынка, государственные органы).

Срок проведения анализа не превышает 12 календарных месяцев.

## **Глава 2. Анализ с целью формирования предложения о целесообразности сохранения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков**

5. Ведомство уполномоченного органа проводит анализ с целью формирования предложения о целесообразности государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков в соответствии с планом проведения анализа общественно значимых рынков, утверждаемым ведомством уполномоченного органа, ежегодно не позднее 1 февраля.

6. Анализ с целью формирования предложения о целесообразности сохранения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков состоит из следующих этапов:

1) оценка состояния конкурентной среды на общественно значимом рынке в соответствии с приказом Министра национальной экономики Республики Казахстан от 30 ноября 2015 года № 741 "Об утверждении Методики по проведению анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 12592) (далее – Методика анализа) и пунктом 7 Методики;

2) оценка соответствия общественно значимого рынка признакам отнесения к общественно значимым рынкам в соответствии с пунктом 8 Методики;

3) оценка барьеров входа на общественно значимый рынок новых субъектов в соответствии с пунктом 9 Методики.

7. Оценка состояния конкурентной среды на общественно значимом рынке проводится путем сопоставления его показателей, определенных в соответствии с Методикой анализа, со следующими критериями:

1) значение индекса рыночной концентрации Герфиндаля - Гиршмана на общественно значимом рынке соответствуют критерию высококонцентрированного рынка;

2) в течение анализируемого временного периода на общественно значимом рынке не появилось новых субъектов с совокупной долей не менее 35%;

3) в течение анализируемого временного периода на общественно значимом рынке не появился взаимозаменяемый(-ые) товар(-ы) к анализируемому общественно значимому товару.

Если показатели общественно значимого рынка не соответствуют критериям, указанным в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности сохранения государственного регулирования цен на данном общественно значимом рынке, и анализ завершается.

Если показатели общественно значимого рынка соответствуют критериям, указанным в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа проводится оценка соответствия общественно значимого рынка признакам отнесения к общественно значимым рынкам в соответствии с пунктом 8 Методики.

8. Оценка соответствия общественно значимого рынка признакам отнесения к общественно значимым рынкам проводится путем сопоставления его показателей со следующим критерием:

цены на общественно значимом рынке оказывают мультипликативное влияние на инфляцию и конкурентоспособность базовых отраслей.

Если показатели общественно значимого рынка не соответствуют критерию, указанному в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности сохранения государственного регулирования цен на данном общественно значимом рынке, и анализ завершается.

Если показатели общественно значимого рынка соответствуют критерию, указанному в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа проводится оценка барьеров входа на общественно значимый рынок новых субъектов в соответствии с пунктом 9 Методики.

9. Если на общественно значимом рынке в пределах географических границ, установленных в соответствии с Методикой анализа, в течение трех последних лет доля доминирования одного субъекта рынка, либо Группы лиц, составляет 90 % и более барьеры считаются существенными и непреодолимыми.

Если на общественно значимом рынке в пределах географических границ, установленных в соответствии с Методикой анализа, в течение трех последних лет доля доминирования одного субъекта рынка, либо Группы лиц, составляет менее 90 %, то оценка барьеров входа на общественно значимый рынок осуществляется по итогам анализа барьеров (экономические, технологические и административные) в баллах, в соответствии с формой оценки барьеров входа новых субъектов на анализируемый товарный или общественно значимый рынок согласно приложению 1 к Методике.

Итоговая оценка барьеров входа на общественно значимый рынок получается суммированием баллов по барьерам. При этом, если сумма баллов будет находиться в интервале 1,8-3,0 баллов, то на общественно значимом рынке имеются существенные барьеры входа новых субъектов рынка, если менее 1,8 балла – то барьеры либо преодолимы, либо они отсутствуют.

Если по итогам оценки барьеры входа на общественно значимый рынок преодолимы либо отсутствуют, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности сохранения государственного регулирования цен на данном общественно значимом рынке.

Если по итогам оценки барьеры входа на общественно значимый рынок существенны и непреодолимы, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о целесообразности сохранения государственного регулирования цен на данном общественно значимом рынке.

### **Глава 3. Анализ с целью формирования предложения о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам**

10. Ведомство уполномоченного органа проводит анализ с целью формирования предложения о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам на основании заявлений, поступивших в ведомство уполномоченного органа от государственных органов, субъектов общественно значимых рынков или товарных рынков, потребителей (далее – Заявитель), согласно приложению 2 к Методике.

11. Анализ с целью формирования предложения о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам состоит из следующих этапов:

1) оценка состояния конкурентной среды на анализируемом рынке в соответствии с Методикой анализа и пунктом 12 Методики;

2) оценка соответствия анализируемого рынка признакам общественно значимых рынков, в соответствии с пунктом 13 Методики;

3) оценка барьеров входа на анализируемый рынок новых субъектов в соответствии с пунктом 14 Методики;

4) определение чистой выгоды потребителей от введения ценового регулирования на товары (работы, услуги) анализируемого рынка в соответствии с пунктами 15, 16, 17, 18 и 19 Методики.

12. Оценка состояния конкурентной среды на анализируемом рынке проводится путем сопоставления его показателей, определенных в соответствии с Методикой анализа, со следующими критериями:

1) индекс Лернера по анализируемому товару в течение рассматриваемого временного периода стабильно выше 0,8;

2) значение индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана на анализируемом товарном рынке, соответствуют критерию высококонцентрированного рынка.

Если показатели анализируемого рынка не соответствуют критериям, указанным в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым, и анализ завершается.

Если показатели анализируемого рынка соответствуют критериям, указанным в настоящем пункте, ведомством уполномоченного органа проводится оценка соответствия анализируемого рынка признакам общественно значимых рынков, в соответствии с пунктом 13 Методики.

13. Оценка соответствия анализируемого рынка признакам общественно значимых рынков, проводится путем сопоставления его показателей со следующими критериями:

1) цены на анализируемом рынке оказывают мультипликативное влияние на инфляцию и конкурентоспособность базовых отраслей;

2) годовой спрос на анализируемый товар является стабильным с колебаниями по годам не более плюс-минус 0 – 5% от темпов развития экономики Республики Казахстан в соответствии с расчетом отдельных признаков общественно значимых рынков согласно приложению 3 к Методике;

3) ежегодный рост цен у субъекта (-ов) рынка на анализируемый товар более чем на 10% превышает индекс потребительских цен, сложившийся по Республике Казахстан в соответствии с расчетом отдельных признаков общественно значимых рынков согласно приложению 3 к Методике;

4) эластичность спроса по цене за анализируемый временной период у анализируемого товара меньше единицы в соответствии с расчетом отдельных признаков общественно значимых рынков согласно приложению 3 к Методике.

Если показатели анализируемого рынка не соответствуют подпункту 1) настоящего пункта, либо двум и более критериям, указанным в подпунктах 2), 3) и 4) настоящего пункта, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым, и анализ завершается.

Если показатели анализируемого рынка соответствуют подпункту 1) настоящего пункта и не менее, чем двум критериям, указанным в подпунктах 2), 3) и 4) настоящего пункта, ведомством уполномоченного органа проводится оценка барьеров входа на анализируемый рынок новых субъектов в соответствии с пунктом 14 Методики.

14. Если на анализируемом товарном рынке в пределах географических границ, установленных в соответствии с Методикой анализа, в течение трех последних лет доля доминирования одного субъекта рынка, либо Группы лиц, составляет 90 % и более барьеры считаются существенными и непреодолимыми.

Если на анализируемом товарном рынке в пределах географических границ, установленных в соответствии с Методикой анализа, в течение трех последних лет доля доминирования одного субъекта рынка, либо Группы лиц, составляет менее 90 %, то оценка барьеров входа на анализируемый рынок осуществляется по итогам анализа барьеров (экономические, технологические и административные) в баллах, согласно приложению 1 к Методике.

Итоговая оценка барьеров входа на анализируемый рынок получается суммированием баллов по барьерам. При этом, если сумма баллов будет находиться в интервале 1,8 – 3,0 баллов, то на анализируемом рынке имеются существенные барьеры входа новых субъектов рынка, если менее 1,8 балла – то барьеры либо преодолимы, либо они отсутствуют.

Если по итогам оценки барьеры входа на анализируемый рынок преодолимы либо отсутствуют, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам, и анализ завершается.

Если по итогам оценки барьеры входа на анализируемый рынок существенны и непреодолимы, ведомством уполномоченного органа проводится определение чистой выгоды потребителей от введения ценового регулирования на товары (работы, услуги) анализируемого рынка в соответствии с пунктами 15, 16, 17, 18 и 19 Методики.

15. Определение чистой выгоды потребителей от введения ценового регулирования на товары (работы, услуги) анализируемого рынка осуществляется путем сравнения выгоды потребителей от снижения или фиксации цен на товар (работу, услугу) анализируемого рынка с издержками (прямыми и косвенными) субъектов и потерями

бюджета страны от введения государственного ценового регулирования на товар (работу, услугу) анализируемого рынка по формуле согласно пункту 19 Методики.

16. Расчет выгод потребителей производится путем оценки возможного снижения стоимости приобретаемого ими анализируемого товара, на который вводится ценовое регулирование. Он осуществляется по следующей формуле:

$$Вп = \sum_{i=1}^n [(P_i \text{ факт} - P_i \text{ рег}) * V_i \text{ факт}],$$

где:

Вп – выгоды потребителей от введения ценового регулирования в среднем за один год установленного временного периода анализа, в тысячах тенге;

$P_i$  факт – среднегодовая цена (оптовая или розничная) реализации единицы анализируемого товара у  $i$ -го субъекта рынка, сложившаяся в течение временного периода анализа, в тенге;

$P_i$  рег – цена единицы анализируемого товара для  $i$ -го субъекта рынка, которая определяется в соответствии с пунктом 21 Правил ценообразования на общественно значимых рынках, утвержденных приказом Министра национальной экономики Республики Казахстан от 1 февраля 2017 года № 36 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 14778), тенге;

$V_i$  факт – объем реализации анализируемого товара  $i$ -го субъекта на соответствующем товарном рынке, сложившийся по результатам анализируемого периода, тысяч единиц;

$n$  – количество субъектов товарного рынка, анализируемого на предмет отнесения к общественно значимым.

17. Расчет прямых издержек субъекта от введения регулирования в денежном выражении, осуществляется по формуле:

$$Зрег \text{ прям} = \sum_{i=1}^n (КЧ_i * ЗП_i),$$

где:

Зрег прям – прямые издержки субъекта от введения регулирования, тенге;

КЧ $_i$  – количество человеко-часов, затрачиваемых  $i$ -ым субъектом в год на формирование и предоставление в ведомство уполномоченного органа требуемой информации;

ЗП $_i$  – заработная плата сотрудников в час  $i$ -го субъекта, в чьи функции входит взаимодействие с ведомством уполномоченного органа.

Заработная плата сотрудника в час () рассчитывается по формуле:

$$ЗП_i = ЗП_{ср} / Ч_i,$$

где:

$Ч_i$  – количество человеко-часов в месяц  $i$ -го субъекта;

$ЗП_{ср}$  – среднемесячная зарплата сотрудников  $i$ -го субъекта, задействованных в формировании и предоставлении в ведомство уполномоченного органа требуемой в соответствии с нормами регулирования информации.

В случае, если субъекты не представляют среднемесячную заработную плату сотрудников, для расчетов используется информация из данных уполномоченного органа в области статистики средняя заработная плата, сложившаяся в отрасли, в которой действуют анализируемые субъекты, а также среднемесячная продолжительность рабочего времени, рассчитываемого в соответствии со статьей 68 Трудового кодекса Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года.

Косвенные издержки субъектов от введения регулирования включают упущенную выгоду от снижения цены и упущенные инвестиции (при отсутствии регулирования субъекты могут продолжать обеспечивать текущий уровень рентабельности и инвестировать часть своей прибыли в развитие). Ведомство уполномоченного органа определяет косвенные издержки индивидуально по каждому субъекту, как сумму упущенной рентабельности, в размере фактической рентабельности от выигрыша потребителей, и упущенных инвестиций в размере 6% от объема реализации товара ( валовой выручки), по формуле:

$$З_{рег\ косв} = \sum_{i=1}^n (R_{i\text{факт}} * V_{п} + 0,06 * V_{ict}),$$

где:

$З_{рег\ косв}$  – косвенные издержки субъекта от введения регулирования;

$R_{i\text{факт}}$  – фактический уровень рентабельности, сложившийся у  $i$ -го субъекта в анализируемый период (год);

$V_{ict}$  – объем реализации анализируемого товара  $i$ -го субъекта на соответствующем товарном рынке в стоимостном выражении, сложившийся по результатам анализируемого периода, тысяч тенге.

18. Расчет потерь республиканского бюджета страны при введении регулирования, из-за недополученных сумм корпоративного подоходного налога в связи со снижением цены на товары анализируемой (-ых) субъектом (-ами) проводится по формуле:

$$\text{Прб} = \sum_{i=1}^n [(P_i \text{ факт} - P_i \text{ рег}) * V_{i \text{ ст}} - Z_i \text{ рег прям}] * \text{КПН},$$

где:

Прб – потери Республиканского бюджета, тысяч тенге;

$V_{i \text{ ст}}$  – объем реализации анализируемого товара  $i$ -го субъекта на соответствующем товарном рынке, сложившийся по результатам анализируемого периода, тысяч тенге.

КПН – ставка корпоративного подоходного налога, в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан.

В случае, если ведомством уполномоченного органа при введении ценового регулирования не предполагается снижение цены (фиксация цены на текущем уровне), то расчет данного показателя не производится.

19. Чистые выгоды потребителей (далее – ЧВ) от введения ценового регулирования рассчитываются по формуле:

$$\text{ЧВ} = \text{Вп} - (\text{З рег прям} + \text{З рег косв} + \text{Прб}).$$

Если ЧВ меньше или равно нулю, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о нецелесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам.

Если ЧВ больше нуля, ведомством уполномоченного органа формируется заключение о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам.

#### **Глава 4. Оформление результатов анализа**

20. По результатам анализа ведомство уполномоченного органа формирует заключение:

1) о целесообразности/нецелесообразности государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков, определенных пунктом 1 статьи 124-5 Кодекса, после завершения сроков действия государственного регулирования цен, установленных в соответствии с законодательством Республики Казахстан;

2) о целесообразности/нецелесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам и введения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги).

Заключение размещается на интернет-ресурсе ведомства уполномоченного органа и направляется Заявителю в срок не позднее 5 рабочих дней после его подписания руководителем ведомства уполномоченного органа (в случае подачи Заявления).

В случае формирования заключения о целесообразности сохранения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков или о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам в Правительство Республики Казахстан в течение 5 рабочих дней после его размещения на интернет-ресурсе вносится предложение:

1) о целесообразности государственного регулирования цен на товары (работы, услуги) субъектов общественно значимых рынков, определенных пунктом 1 статьи 124-5 Кодекса, после завершения сроков действия государственного регулирования цен, установленных в соответствии с законодательством Республики Казахстан;

2) о целесообразности отнесения анализируемого рынка к общественно значимым рынкам и введения государственного регулирования цен на товары (работы, услуги).

Приложение 1  
к Методике  
анализа общественно  
значимых рынков  
Форма

## **Оценка барьеров входа новых субъектов на анализируемый товарный или общественно значимый рынок**

Анализируемый товар \_\_\_\_\_

Характеристика рынка – оптовый или розничный \_\_\_\_\_

Оценка ограничений в баллах: имеются – 0,2 балла, отсутствуют – 0 баллов

Строки	Ограничения	Количество баллов
1	Необходимость осуществления первоначальных капитальных вложений при сроках окупаемости этих вложений более 5 лет	
2	Необходимость осуществления невозвратных затрат, которые не могут быть покрыты при выходе с рынка	
3	Степень развитости рыночной инфраструктуры (транспортные ограничения, ограничение доступа к сервисным, информационным, консалтинговым, лизинговым)	
4	Сложность доступа новых субъектов к ресурсам, предложение которых ограничено и которые распределены между субъектами рынка, действующими на анализируемом рынке	
5	Преимущества действующих на анализируемом рынке субъектов перед новыми субъектами по затратам на единицу продукции, спросу на товары анализируемого Товара, наличию долгосрочных договоров с потребителями	
6	Технологические ограничения, которые подразумевают технологическое превосходство уже действующих на товарном рынке субъектов	

7	Наличие технико-технологических ограничений для входа на анализируемый рынок новых субъектов (отсутствие свободных радиочастот, замкнутость технологических цепочек, наличие железнодорожных путей)	
8	Необходимость создания экономически оправданного минимального объема производства, обуславливающего для новых субъектов более высокие затраты на единицу продукции до момента достижения такого объема производства (эффект масштаба производства)	
9	Наличие на анализируемом рынке вертикально интегрированных субъектов	
10	Наличие аффилированных субъектов на смежных рынках	
11	Наличие на анализируемом рынке регуляторных ограничений (регулируемые цены, рекомендательные или обязательные стандарты, лицензирование отдельных видов деятельности, ограничения ввоза-вывоза анализируемого Товара)	
12	Предоставление государственными органами для действующих на анализируемом рынке субъектов льгот или других преимуществ, которые ставят их в привилегированное положение относительно конкурентов	
13	Регулирование осуществления текущей хозяйственной деятельности субъектов анализируемого рынка (санкции за нарушение установленных правил, согласование принимаемых решений с контролирующими организациями, количественные ограничения по объемам деятельности субъектов)	
14	Установление экологических ограничений (ограничения и запреты хозяйственной и иной деятельности, отрицательно влияющей на окружающую среду и здоровье населения, содержащиеся в Экологическом кодексе Республики Казахстан от 9 января 2007 года)	
15	Производство анализируемого Товара технологически неразрывно связано с получением доступа к услугам естественной монополии	
	Сводная оценка по барьерам (сумма итоговых оценок по видам барьеров – экономические, технологические, административные барьеры и иные ограничения входа на анализируемый рынок новых субъектов)	

**Примечание:**

Если сумма баллов будет находиться в интервале 1,8 – 3,0 баллов, то на анализируемом товарном рынке имеются барьеры входа новых субъектов рынка, если менее 1,8 балла – то барьеры либо преодолимы, либо они отсутствуют.

Приложение 2  
к Методике  
анализа общественно  
значимых рынков  
Форма

**Заявление на проведение анализа отнесения рынка к общественно значимому рынку**

Председателю Комитета по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и прав потребителей Министерства национальной экономики Республики Казахстан / Руководителю Департамента Комитета по регулированию



Приложение  
к Заявлению  
на проведение анализа  
отнесения рынка к общественно  
значимому рынку

1. Сведения о деятельности субъекта (-ов) рынка:

---

(вид товара (работ, услуг) товарного рынка, который предлагается отнести к общественно значимым рынкам; тип рынка на котором действует субъект (-ы) (оптовый или розничный); влияние товара на потребителей; другие сведения, важные с точки зрения субъекта или государственного органа для рассмотрения настоящего письма)

2. Сведения о субъектах рынка и их должностные лица (последнее – по знанию):

---

(наименования субъектов рынка, фамилия, имя, отчество должностных лиц, места нахождения их пунктов продаж/закупок)

3. Обстоятельства, послужившие причиной обращения в уполномоченный орган, осуществляющий руководство в сферах естественных монополий (максимально подробно):

---

(динамика объемов производства/реализации товаров (работ, услуг), динамика цен на них за последние пять лет, динамика прибыли по ним и другие обстоятельства обращения)

4. Последствия от отнесения товарного рынка к общественно значимому для юридического лица/потребителя/состояния конкуренции на рынке:

---

(повышение оперативности при принятии ценовых решений субъекта, снижение затрат времени и средств на представление отчетных материалов, развитие конкуренции, снижение затрат на покупку товаров или услуг у потребителя, другие последствия)

5. Любая дополнительная информация, которая, по мнению заявителя, является важной для принятия положительного решения по данному заявлению

---

(сокращение объемов продаж анализируемого товара, рост цен, обусловленный их регулированием, появление новых субъектов на общественно значимом рынке, сдерживание технологической модернизации и др.)

6. Перечень прилагаемых документов, косвенно или прямо свидетельствующих о целесообразности отнесения товарного рынка к общественно значимым. В случае, если нет возможности предоставить документы – указать лицо или орган, от которого они могут быть получены:

---

---

---

Приложение 3  
к Методике  
анализа общественно  
значимых рынков

## **Расчет отдельных признаков общественно значимых рынков**

### 1. Расчет эластичности спроса по цене на анализируемом рынке

Если понижение (повышение) цены приводит к увеличению (уменьшению) спроса, то этот спрос считается эластичным. Если же изменение цены в ту или иную сторону не приводит к изменению объема спроса, либо такое изменение несущественно, то такой спрос считается неэластичным.

Эластичность спроса по цене (E) является одним из критериев оценки уровня концентрации рынка. Если  $E > 1$ , то спрос считается эластичным, что свидетельствует о низкой концентрации рынка и отсутствии необходимости его регулирования. Если  $E < 1$ , то спрос неэластичен, концентрация рынка высокая и возникает необходимость во введении регулирования рынка.

Степень чувствительности потребителей к изменению цены оценивается с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса, представляющего собой отношение изменения объема реализации к изменению цены, вызвавшему это изменение объема реализации:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

где:

$\Delta Q$

– процентное изменение объема реализации товара;

$\Delta P$

– процентное изменение цены товара.

При этом:

$$\Delta Q = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \times 100\% ,$$

$$\Delta P = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100\% ,$$

где:

$Q_2$

– объем реализации товара в отчетном периоде;

$Q_1$

– объем реализации товара в базовом периоде;

$P_2$

– цена товара в отчетном периоде;

$P_1$

– цена товара в базовом периоде.

Для расчета эластичности спроса на конкретном товарном рынке уполномоченный орган определяет период, за который будут рассчитываться показатели и. В зависимости от частоты изменения цены товара, расчетным периодом может быть квартал, полугодие, год.

В приведенной ниже таблице отражены необходимые для расчета эластичности входные данные.

Название субъекта	Цена реализации товара потребителю, в тенге		Объем реализации товара, в натуральном выражении	
	Период 1	Период 2	Период 1	Период 2
А	100	110	102	111
В	95	103	115	123
С	103	112	107	114
Д	98	107	113	110

Для того чтобы рассчитать эластичность спроса на товар "А" ведомство уполномоченного органа осуществляет следующие действия:

1) рассчитывается суммарный объем реализации товара "А" за период 1 и период 2:

$$Q_2$$

= 458 единиц,

$$Q_1$$

= 437 единиц;

2) рассчитывается процентное изменение объема реализации за год:

$$\Delta Q = \frac{458 - 437}{437} \times 100\% = 4,8\% ;$$

3) для того чтобы рассчитать процентное изменение цен на товар "А" ведомство уполномоченного органа рассчитывает средневзвешенную цену реализации товара "А" за 2015 и 2016 годы. В зависимости от вклада объема реализации каждого субъекта в суммарный объем реализации товара "А", для каждого субъекта рассчитываются веса. Таким образом, средневзвешенная цена реализации товара "А" за 2016 год составила

$$P_2$$

= 99 тенге, за 2015 год

$$P_1$$

= 108 тенге. В результате, процентное изменение средневзвешенной цены составило:

$$\Delta P = \frac{108 - 99}{99} \times 100\% = 9,1\% ;$$

4) рассчитывается коэффициент эластичности спроса по цене на товар "А":

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{4,8}{9,1} = 0,52 < 1.$$

Исходя из полученных результатов, товар "А" характеризуется низкой ценовой эластичностью спроса, что является одним из критериев введения регулирования товарного рынка.

В целях расчета эластичности спроса по цене уполномоченный орган направляет субъектам анализируемого товарного рынка нижеприведенную форму.

Форма для заполнения:

--	--	--	--

№	Название субъекта	Цена реализации товара, в тенге			Объем реализации товара, в натуральном выражении		
		Период 1	Период 2	Период n	Период 1	Период 2	Период n
1							
2							

## 2. Расчет индекса цен на анализируемый товар

Для расчета индекса цен анализируемого товара предлагается использовать индекс Ласпейреса. Этот индекс показывает, как изменились цены на анализируемый товар, реализованный в базисном периоде. При расчете индекса сравнивается стоимость продукции, которую реализовали в прошлом периоде, но в ценах текущего периода, по отношению к такому же количеству товара, но в ценах прошлого периода. Формула для расчета индекса Ласпейреса:

$$I_p = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

где:

$p_1$  – цены отчетного периода;

$p_0$  – цены базисного периода;

$q_0$  – количество реализованных товаров в базисном периоде.

## 3. Расчет темпов роста объемов реализации анализируемого товара

$$I = (Q_1 - Q_0) / Q_0 * 100\%$$

где:

$Q_1$

– объем реализации в текущем периоде (конце анализируемого периода) анализируемого товара, в натуральном выражении;

$Q_0$

– объем реализации предыдущего (базового) периода (начале анализируемого периода) анализируемого товара, в натуральном выражении.