РЕШЕНИЕ СОВЕТА ЕВРАЗИЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОМИССИИ

17 декабря 2012 г. № 117

г. Москва

**О Методике определения монопольно высоких (низких) цен**

*Вступило в силу 1 июня 2015 года*

Изменения и дополнения:

Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 18 октября 2016 г. № 95

Совет Евразийской экономической комиссии РЕШИЛ:

1. Утвердить Методику определения монопольно высоких (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 | От Республики Казахстан | От Российской Федерации |
| С.Румас | К.Келимбетов | И.Шувалов |

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДЕНА  Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 17 декабря 2012 г. № 117 |

**МЕТОДИКА**  
**определения монопольно высоких (низких) цен**

I. Общие положения

1. Настоящая Методика разработана в соответствии с пунктом 11 Протокола об общих принципах и правилах конкуренции (приложение № 19 к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года) (далее – Протокол) и применяется Евразийской экономической комиссией в соответствии с ее компетенцией при осуществлении контроля за соблюдением общих правил конкуренции на трансграничных рынках на территориях двух и более государств – членов Евразийского экономического союза (далее соответственно – трансграничные рынки, Союз) хозяйствующими субъектами (субъектами рынка), занимающими доминирующее положение на трансграничных рынках.

2. В настоящей Методике используются понятия, определенные в пункте 2 Протокола, 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 пунктом 11 Протокола (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 эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли;

б) если эта цена превышает цену, 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 территории Союза или за ее пределами.

4. Не может быть признана монопольно высокой цена, установленная субъектом естественной монополии в пределах тарифа на такой товар, определенного в соответствии с законодательством государств – членов Союза.

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 фактических или необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли;

б) если эта цена ниже цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке при наличии такого рынка на территории Союза или за ее пределами.

6. Не может быть признана 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 Союза;

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 Союза;

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 общих правил конкуренции на трансграничных рынках 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 общих правил конкуренции на трансграничных рынках, цена формировалась в условиях конкуренции;

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