

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

**МЕТОДИКА**  
**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 обуславливает 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 обуславливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения;

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

влияние смежных рынков обуславливает 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 обуславливает 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 обуславливает возможность изменения цены товара в сторону увеличения;

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

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

9. Для определения признаков установления занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом (субъектом рынка)

монополю высокой (монополю 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.

---