**Лекция-3. Анализ состояния конкуренции на товарных рынках.**

В антимонопольном регулировании одним из важнейших вопросов

является правильное определение границ товарного рынка. В п. 2 ст. 175

Предпринимательского Кодекса Республики Казахстан под товарным

рынком 1 понимается «сфера оборота товара или взаимозаменяемых

товаров, определяемая исходя из экономической, территориальной и

технологической возможности потребителя приобрести товар». При этом

«границы товарного рынка определяют территорию, на которой потребители

приобретают товар или взаимозаменяемый товар, если его приобретение

нецелесообразно за пределами данной территории по экономическим,

технологическим и другим причинам» (п. 4 ст. 196 ПК РК).

Как видим, определение товарного рынка дается через использование

термина (категории) «товар» и «взаимозаменяемый товар». В ст. 196 ПК РК

под «товаром» понимается товар, работа, услуга, являющиеся объектом

гражданского оборота (п. 4 ст. 196). Более развернутое определение дано в

Приложении № 19 к Договору о Евразийском экономическом союзе, в

соответствии с которым «товар» – это объект гражданских прав (в том числе

работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот. Под «взаимозаменяемыми товарами»

в ПК РК понимается группа товаров, которые могут быть сравнимы по их

функциональному назначению, применению, качественным и техническим

характеристикам, цене, а также другим параметрам таким образом, что

потребитель заменяет их друг другом в процессе потребления

(производства) (п. 4 ст. 196 ПК РК).

Данные определения детализируют и показывают основную цель

определения товарного рынка – идентифицировать географический регион,

где соответствующие субъекты рынка сталкиваются с конкуренцией при

реализации определенного товара или взаимозаменяемых товаров. В

терминах антимонопольного регулирования это называется «определение

географических и продуктовых границ товарного рынка».

Границы товарного рынка определяются с учетом доступности

приобретения товаров по следующим критериям:

1) возможность приобретения товара на данной территории;

2) обоснованность и оправданность транспортных затрат относительно

стоимости товара;

1 В Приложении № 19 к Договору о Евразийском экономическом союзе «товарный

рынок» определен как «сфера обращения товара, который не может быть заменен другим

товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе

географической), исходя из экономической, технической или иной возможности либо

целесообразности, приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо

целесообразность отсутствует за ее пределами».

3) сохранение качества, надежности и других потребительских свойств

товара при его транспортировке;

4) отсутствие ограничений (запретов) купли-продажи, ввоза и вывоза

товаров;

5) наличие равных условий конкуренции на территории, в пределах

которой осуществляются реализация, поставка товаров2

.

Приведенные выше определения позволяют отметить ряд

характеристик и специфик понятия «товарный рынок». Во-первых, четко и

ясно показывается, что определение «товарного рынка» зависит от

субъективного мнения потребителей. Во-вторых, с учетом мнения

потребителя на товарном рынке должны быть определены товар и

взаимозаменяемые товары (продуктовые границы). В-третьих, этот рынок

должен быть локализован в пространстве, то есть должны быть

географические границы. В-четвертых, понятие «товарный рынок» в

антимонопольном законодательстве отличается от общепринятого

определения «товарный рынок», понимаемый как отрасль или сектор

экономики.

Для чего антимонопольному органу проводить анализ состояния

конкуренции и определять товарные рынки? В соответствии со статьей 195

ПК РК в целях предупреждения нарушений законодательства Республики

Казахстан в области защиты конкуренции антимонопольным органом

проводится:

1) анализ состояния конкуренции на товарных рынках;

2) контроль за экономической концентрацией;

3) мониторинг деятельности субъектов рынка, занимающих

доминирующее или монопольное положение 3

.

Целями проведения анализа товарных рынков являются определение

уровня конкуренции; выявление субъектов рынка, занимающих

доминирующее или монопольное положение, для разработки комплекса мер,

направленных на защиту и развитие конкуренции, предупреждение,

ограничение и пресечение монополистической деятельности (п. 1 ст. 196 ПК

РК). В частности, в соответствии с п.3 ст. 196 ПК РК антимонопольный орган

ежегодно проводит анализ состояния конкуренции на товарных рынках, по

итогам которого направляет в Правительство Республики Казахстан перечень

государственных предприятий, юридических лиц, более пятидесяти

процентов акций (долей участия в уставном капитале) которых принадлежат

государству, с указанием процентов акций (долей участия в уставном

капитале), которые принадлежат государству, а также видов деятельности,

подлежащих передаче в конкурентную среду.

Наряду с этим, в соответствии с п.6 ст. 196 ПК РК определение границ

соответствующих товарных рынков осуществляется антимонопольным

органом:

2 Пункт 5 статьи 196 ПК РК.

3 Подпункт 3 статьи 195 ПК РК действует до 1 января 2017 года.

1) при анализе товарных рынков;

2) при формировании и ведении государственного реестра субъектов

рынка, занимающих доминирующее или монопольное положение на

регулируемых рынках;

3) в случае мотивированного обращения физического лица, субъекта

рынка и (или) объединений юридических лиц, а также государственного

органа;

4) при выявлении фактов нарушения законодательства Республики

Казахстан в области защиты конкуренции.

Таким образом, необходимость определения товарного рынка,

исследования конкурентной среды на рынке, определение границ товарных

рынков обусловлены основными требованиями антимонопольного

законодательства, направленными на проведение государственной политики

по пресечению монополистической деятельности, содействию развитию

товарных рынков и конкуренции.

Использование параметра «доля рынка» остается при этом важным

аргументом в принятии решения о сделках концентрации, доказывания

наличия доминирования субъекта и злоупотребления им рыночной властью.

При анализе и оценке состояния конкурентной среды на товарном

рынке в качестве исходной информации могут использоваться три группы

информации:

1) официальные данные государственных органов: данные

государственной статистической отчетности, характеризующие деятельность

субъектов рынка, а также сведения, полученные от органов юстиции,

финансов, правоохранительных, местных исполнительных и

представительных органов;

2) данные от субъектов рынков и их ассоциаций: сведения, полученные

от физических и юридических лиц, ассоциаций потребителей (объединений);

3) результаты научных и иных исследований: данные собственных

исследований антимонопольного органа, маркетинговых, социологических

исследований, выборочных опросов и анкетирования субъектов рынка,

граждан, общественных организаций, а также данные ведомственных и

независимых информационных центров и служб о состоянии, структуре и объемах товарных рынков, участии в товарообороте отдельных производителей и покупателей товаров. Проведение анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке включает следующие в себя основные 7 этапов (см. рис. 1.1),завершающиеся подведением итогов и выводами по анализу рынка.