

## РЕШЕНИЕ

Дело № 19/04-АМЗ-2015

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 26 июня 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 08 июля 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике - Чувашии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) в составе:

«...»

при отсутствии заявителя: «...»

при участии в заседании Комиссии:

- заявителя «...»

при участии в заседании Комиссии Ответчика – ЗАО «Тандер»:

«...»

рассмотрев материалы дела № 19/04-АМЗ-2015, возбужденного в отношении закрытого акционерного общества «Тандер» (г. Краснодар, ул. Леваневского, 185, ОГРН 1022301598549, ИНН 2310031475) в лице Чебоксарского филиала закрытого акционерного общества «Тандер» (г. Чебоксары, ул. Гражданская, 77, ОГРН 1022301598549, ИНН 2310031475) по признакам нарушения части 1 статьи 10, пункта 6 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в экономически, технологически и иным образом не обоснованном установлении различных цен (тарифов) на один и тот же товар, а именно: установление различных цен на бананы в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в г. Чебоксары Чувашской Республики, а также в установлении высоких цен на вафли сливочные «Сласть народу» в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в г. Чебоксары Чувашской Республики,

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии поступили обращения:

«...» по «горячей линии» об установлении различных розничных цен на бананы в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в географических границах города Чебоксары. К примеру, цена за 1 кг. бананов в магазине «Магнит», расположенном по адресу: г. Чебоксары, пр. Мира, д. 15 установлена в размере 101 руб., в то время как стоимость 1 кг. бананов в магазине «Магнит», расположенном по адресу: г. Чебоксары, ул. Энгельса установлена по цене 75 руб.

«...» по «горячей линии» об установлении высоких розничных цен на вафли сливочные «Сласть народу» в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в географических границах города Чебоксары. Из заявления следует, что в магазине «Магнит», расположенном по адресу: г. Чебоксары, ул. Кадыкова, д. 11, к. 1 установлены высокие цены на вафли сливочные «Сласть народу», стоимость указанного продукта выросла с 25 руб. до 40 руб. за пачку.

На основании изложенного и в связи с наличием признаков нарушения антимонопольного законодательства приказом по Управлению от 03.04.2015 № 78 возбуждено дело № 19/04-АМЗ-2015 о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ЗАО «Тандер» по признакам нарушения части 1 статьи 10, пункта 6 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Представитель ЗАО «Тандер» нарушение антимонопольного законодательства не признала. Сообщила, что закупочная цена на бананы по состоянию на 10.02.2015 г. составила 50,26 руб., в то время как торговая наценка в различных магазинах, расположенных в географических границах одного района существенно различается (21,37%, 27,34%, 37,69%), в связи с чем, розничная цена составила 61 руб., 64 руб. и 69,20 руб., соответственно. По состоянию на 10.03.2015 г. закупочная цена на бананы составила 75,58 руб., установленная торговая наценка – 0,77% 29,66%, 34,30%, розничная цена в магазине, расположенном по адресу: г. Чебоксары, ул. Энгельса, д. 7 составила 75 руб., в магазине, расположенном по адресу: г. Чебоксары, ул. Энгельса, д. 3, корп. 1 составила 98 руб., в магазине, расположенном по адресу: г. Чебоксары, пр. Мира, д. 15 составила 101,50 руб.

Закупочная цена на вафли сливочные «Сласть народу» по состоянию на 20.01.2015 г. составила 97,64 руб. за 1 кг., в то время как розничная цена реализации указанного продукта на ту же дату составила 175,00 руб. за 1 кг. Таким образом, торговая наценка на указанный вид товара составила 79,24%. По состоянию на 20.02.2015 г. закупочная цена составляла 101,41 руб. за 1 кг., цена реализации товара – 185,91 руб., соответственно, торговая наценка составила 83,33%.

**Рассмотрев и проанализировав имеющиеся в материалах дела документы, заслушав пояснения представителей сторон по делу, Комиссия Чувашского УФАС России установила следующие обстоятельства по делу.**

Положение о Федеральной антимонопольной службе утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 (далее- Положение о ФАС).

Согласно пунктам 1 и 2 Положения о ФАС, Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере

деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы, а также по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд (за исключением полномочий по контролю в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг по государственному оборонному заказу, а также в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для федеральных государственных нужд, не относящихся к государственному оборонному заказу, сведения о которых составляют государственную тайну).

В соответствии с пунктом 4 Положения о ФАС, Федеральная антимонопольная служба осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее- Закон о защите конкуренции) определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения:

- монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;

- недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, центральным банком Российской Федерации.

Законом о защите конкуренции устанавливаются организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения: монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации. Целями настоящего Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства. Свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условия для эффективного функционирования товарных рынков (статья 1 Закона о защите конкуренции).

Частью 1 статьи 2 Закона о защите конкуренции предусмотрено, что антимонопольное законодательство Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из Закона о защите конкуренции, иных федеральных законов, регулирующих отношения, указанные в статье 3 Закона о защите конкуренции.

В соответствии с пунктом 1 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребления доминирующим положением на рынке.

Так, согласно пункту 1 статьи 10 Гражданского кодекса РФ не допускаются действия граждан и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах.

В пункте 4 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства» разъяснено, что арбитражным судам надлежит иметь в виду, что суд или антимонопольный орган вправе признать нарушением антимонопольного законодательства и иные действия (бездействие), кроме установленных частью 1 статьи 10 Закона «О защите конкуренции», поскольку приведенный в названной части перечень не является исчерпывающим. При этом, оценивая такие действия (бездействие), как злоупотребление доминирующим положением, следует учитывать положения статьи 10 ГК РФ, части 2 статьи 10, части 1 статьи 13 Закона «О защите конкуренции», и, в частности, определять, были совершены данные действия в допустимых пределах осуществления гражданских прав либо ими налагаются на контрагентов неразумные ограничения или ставятся необоснованные условия реализации контрагентами своих прав.

Субъектом предусмотренных частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции правонарушений может являться только хозяйствующий субъект, занимающий доминирующее положение на товарном рынке.

В силу пунктов 4-5 статьи 4 Закона о защите конкуренции товарный рынок – сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее – определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Хозяйствующий субъект – коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о защите конкуренции доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Таким образом, для признания действий хозяйствующего субъекта нарушившими части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции необходимо наличие двух условий:

- доминирующее положение хозяйствующего субъекта на рассматриваемом рынке нарушения;
- результатом данных действий являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение и (или) ущемление интересов других лиц.

В частности, доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного

товара превышает пятьдесят процентов, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства или при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим.

По результатам анализа состояния конкурентной среды на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики за период 2012 – 1-ое полугодие 2014 гг. (проведенного в соответствии с приказом от 28 апреля 2010 г. №220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке») установлено коллективное доминирующее положение трёх хозяйствующих субъектов: ЗАО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» и ООО «Смак-Гурмэ».

ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала осуществляет деятельность по розничной реализации продуктов питания. На территории Чувашской Республики Общество имеет обособленные подразделения, находящиеся под общим управлением и использующих единую торговую марку «Магнит».

### **Относительно заявления «...» (установление различных розничных цен на бананы в магазинах торговой сети «Магнит»)**

1. Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» определено, что торговая сеть- это совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Согласно сайта <http://magnit-info.ru/about/today>, сеть магазинов «Магнит»- ведущая розничная сеть по торговле продуктами питания в России.

Розничная сеть «Магнит» работает для повышения благосостояния своих клиента, предлагая им качественные товары повседневного спроса по доступным ценам. Компания ориентирована на покупателей с различным уровнем доходов и поэтому ведет свою деятельность в четырех форматах: магазин «у дома», гипермаркет, магазин «Магнит Семейный» и магазин косметики.

«Магнит» является лидером по количеству продовольственных магазинов и территории их размещения. На 30 июня 2015 года сеть компании включала 10 728 магазинов, из них: 8 890 магазинов в формате «магазин у дома», 201 гипермаркет, 110 магазинов «Магнит Семейный» и 1 527 магазинов «Магнит Косметик».

Магазины розничной сети «Магнит» расположены в 2 233 населенных пунктах Российской Федерации.

Эффективный процесс доставки товаров в магазины возможен благодаря мощной логистической системе. Для более качественного хранения продуктов и оптимизации поставки их в магазины, в компании создана дистрибьютерская сеть, включающая 29 распределительных центров. Своевременную доставку продуктов во все магазины розничной сети позволяет осуществить собственный автопарк, который насчитывает 5 926 автомобилей.

Сеть «Магнит» является ведущей розничной компанией по объему продаж в России. Выручка компании за 2014 год составила "...» миллионов рублей.

Таким образом, ЗАО «Тандер» относится к хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, а поскольку общество занимает доминирующее положение (коллективное) на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики, соответственно, на общество распространяются запреты Закона о защите конкуренции.

**2.** Норма пункта 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции определяет, что одним из способов злоупотребления является установление различных цен на один и тот же товар.

Для установления нарушения необходимо подтверждение совокупности обстоятельств.

На товар установлены различные цены. При рассмотрении соответствующей категории дел продукция, цена на которую исследуется на предмет законности, должна быть одинаковой либо максимально приближенной по своим качествам.

При этом в целях обеспечения корректности исследования сравниваться должны цены на одном базисе поставки по Инкотермс (FCA, CPT и т.п.). Также во внимание необходимо принимать единство других условий поставки: срок поставки, условия доставки, отсрочка платежа, оптовые скидки, условия, соответствующие обычаям делового оборота и пр.

Отмечаем, что любое, даже незначительное, расхождение в ценах на один и тот же товар (прежде всего в рамках одной группы покупателей) независимо от обстоятельств установления цен (согласия или несогласия отдельных покупателей с предложенным условием) должно иметь надлежащее (экономическое, технологическое или иное) обоснование.

При этом несогласие покупателя на заключение договора с предложенным условием по цене может стать предметом оценки антимонопольного органа с точки зрения нарушения поставщиком запрета на навязывание невыгодных условий договора (пункта 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции).

1) Что касается **момента установления отличной цены**. Общий подход, сформировавшийся в практике, свидетельствует о том, что для целей сопоставления цен отгрузка товара разным покупателям должна иметь место в один и тот же временной период. Тем не менее, вопрос о наличии в действиях, относящихся к разному периоду времени, признаков нарушения является оценочным.

2) **Цены установлены на одном товарном рынке**. В соответствии с общим подходом, сформулированным в правоприменительной практике, объектом сравнения должны выступать цены, установленные для покупателей, действующих на одном товарном рынке.

Одинаковая ценовая политика должна применяться ко всем потребителям независимо от того, входят они в группу лиц продавца или нет. Такая позиция отражена, в частности, в деле «ТНК-ВР-Холдинг». ВАС РФ поддержал данный подход, исходя из

того, что хозяйствующие субъекты, входящие в одну группу лиц, не утрачивают самостоятельности в гражданско-правовых отношениях.

**3) Отсутствует технологическое и экономическое, иное обоснование для установления различных цен.** Как следует из анализируемой нормы Закона о защите конкуренции, различия в ценах на один и тот же товар могут быть обоснованы экономически, технологически или иным образом. В то же время Законом не установлены четкие критерии оценки того или иного обоснования разницы в ценах в качестве надлежащего. В связи с этим в данном вопросе большая роль отводится судебной практике и административной практике антимонопольных органов.

Так, безусловным обоснованием установления различных цен является разный уровень затрат продавца в связи с производством / реализацией товара различным потребителям, который может являться следствием, в частности, таких различных условий, как:

- различный объем и ритмичность поставок закупаемого товара;
- разница в затратах, связанных с доставкой товара (железнодорожные и иные тарифы, таможенное оформление и уплата таможенных пошлин);
- различие в качественных характеристиках товара (различия в себестоимости, а также особенности способа (технологии) производства);
- условия оплаты — предоплата или отсрочка платежа;
- прочие условия.

В качестве иного обоснования используется также целый ряд различных критериев, которые без увязки с экономической обоснованностью по затратам и технологическими особенностями товара представляют собой самостоятельное обоснование различных цен (специальные критерии):

- срок коммерческого сотрудничества с конкретным контрагентом;
- наличие или отсутствие дебиторской задолженности перед поставщиком;
- необходимость привлечения новых клиентов;
- прочие критерии.

Данные критерии не носят универсальный характер и оцениваются индивидуально в каждом деле.

**3.** В соответствии с частью 1 статьи 10 ГК РФ не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар (услуги автовокзала) влечет ущемление прав покупателей, для которых была необоснованно установлена более высокая цена их приобретения по сравнению с другими покупателями, может причинить ущерб и образует состав нарушения пункта 6 части 1 статьи 10 Закона о

защите конкуренции.

Частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц. В соответствии с частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением может выражаться в экономически необоснованном повышении стоимости (тарифа) на продукцию (услугу).

Письмом от 31.03.2015 № 489 (вх. Управления от 31.03.2015 № 04-06/2305) ЗАО «Тандер» предоставило сведения о закупочных ценах на бананы (приложение).

Приложение

Предприятие розничной торговли	группа	10.02.2015			10.03.2015		
		Розничная, руб. кг	Закупочная, руб. кг	Наценка,%	Розничная, руб. кг	Закупочная, руб. кг	Наценка,%
Магазин «Магнит», г. Чебоксары, пр. Мира д. 15	бананы	69,20	50,26	37,69	101,50	75,58	34,30
Магазин «Магнит», г. Чебоксары, ул. Энгельса д. 3 корп. 1	бананы	64,00	50,26	27,34	98,00	75,58	29,66
Магазин «Магнит», г. Чебоксары, ул. Энгельса д. 7	бананы	61,00	50,26	21,37	75,00	75,58	-0,77

Таким образом, из представленной обществом таблицы, закупочная цена на бананы по состоянию на 10.02.2015 г. составила 50,26 руб., в то время как розничная цена составила 61 руб., 64 руб. и 69,20 руб. соответственно. По состоянию на 10.03.2015 г. закупочная цена на бананы составила 75,58 руб., в то время как розничная цена составила 75 руб., 98 руб. и 101,50 руб. соответственно.

Комиссией установлено, что оба магазина, расположенных по адресам: г. Чебоксары, пр. Мира, д. 15 и г. Чебоксары, ул. Энгельса, д. 3, корп. 1, находятся в пределах одного микрорайона г. Чебоксары. Причем, согласно имеющимся документам, представленным в Чувашское УФАС России по соответствующему запросу, товар, поставляемый в оба магазина был одной партии, закупки.

На заседании Комиссии представители ЗАО «Тандер» сообщили о том, что установление разных цен на товар не запрещен действующим законодательством в

случае продажи его в магазинах разных форматов, указывая, что, к примеру, проходимость гипермаркета намного выше, нежели магазина формата «у дома». Между тем, оба магазина, расположенных по адресам: г. Чебоксары, пр. Мира, д. 15 и г. Чебоксары, ул. Энгельса, д. 3, корп. 1, являются форматом «магазина у дома», соответственно каких-либо оснований для установления разности (различия) цен в рассматриваемом случае не имеется.

Обоснование разности затрат при доставке одного и того же товара из одной партии Обществом не представлено. Обоснование возможности такого установления не предоставлено обществом, подтверждающие документы в материалах дела отсутствуют.

На заседании Комиссии представители ЗАО «Тандер» также сообщили, что установление на некоторые товары разных цен оправдано, поскольку разный торговый объект имеет свою рентабельность и свои сроки окупаемости. Некоторые торговые объекты являются арендованными, некоторые являются собственными, проходимость этих объектов потребителями разная, и соответственно, итоговая маржа к концу дня разная.

Однако, кроме названных выше устных высказываний представителей ЗАО «Тандер» документов обосновывающих сказанное представителями не предоставлено.

В рассматриваемом деле ЗАО «Тандер», занимающий доминирующее положение (коллективное) на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики, необоснованно установило разную цену (розничную) на продовольственный товар- бананы, тем самым ущемило интересы покупателей на один и тот же товар в пределах одной территории.

Оценив обстоятельства дела, исследовав имеющиеся в материалах дела доказательства, заслушав доводы и возражения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия приходит к выводу о совершении ЗАО «Тандер» действий, нарушающих пункт 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия при принятии решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства оценивает доказательства и доводы, представленные лицами, участвующими в деле, разрешает вопрос о выдаче предписаний и об их содержании.

Согласно части 1 статьи 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства на основании решения по делу Комиссия выдает предписание ответчику по делу.

Как указал ВАС РФ в п. 14 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации N 30 от 30.06.2008 "О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства пунктом 2 статьи 11 ГК РФ и главой 9 Закона о защите конкуренции предусмотрена возможность защиты гражданских прав в административном порядке в случаях, установленных законом. Антимонопольный орган, рассматривая дела о нарушениях антимонопольного законодательства, принимает решения и выдает предписания, направленные на защиту гражданских прав, нарушенных вследствие их ущемления, злоупотребления доминирующим положением, ограничения конкуренции или недобросовестной конкуренции. Антимонопольный орган в соответствии с полномочиями, перечисленными

в пункте 2 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции, вправе включить в предписание указание на совершение конкретных действий, выполнение которых лицом, нарушившим антимонопольное законодательство, позволит восстановить права других лиц, нарушенные вследствие злоупотребления доминирующим положением, ограничения конкуренции или недобросовестной конкуренции, в необходимом для этого объеме.

На заседании комиссии (26.06.2015) представители ЗАО «Тандер» информацию об установлении единой цены на бананы в магазинах, расположенных по адресу: г. Чебоксары, пр. Мира д. 15, г. Чебоксары, ул. Энгельса д. 3 корп. 1 и г. Чебоксары, ул. Энгельса д. 7 не предоставили.

Таким образом, ЗАО «Тандер», несмотря на изложенные выше обстоятельства, не установило единую цену на бананы в магазинах формата «у дома».

В связи с тем, что ЗАО «Тандер» нарушение антимонопольного законодательства не прекращено, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи предписания.

### **Относительно заявления «...» (установление высоких розничных цен на вафли сливочные «Сласть народу» в магазинах торговой сети «Магнит»)**

1. Согласно пункту 5 статьи 4 Закона о защите конкуренции хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

Часть 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации исходит из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

ЗАО «Тандер» создано и действует в организационно-правовой форме «закрытое акционерное общество», является в соответствии со статьей 50 Гражданского кодекса Российской Федерации коммерческой организацией, преследующей извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, таким образом, является хозяйствующим субъектом.

**2. Методология ценообразования**- это совокупность общих правил, принципов и методов ценообразования. Это концепция определения и обоснования цен, формирования видов цен, управления ценообразованием.

Цена- это экономическая категория, рыночный фактор, находящийся под воздействием рыночных законов: спроса и предложения, конкуренции и монополизации.

Предметом ценовой политики торгового предприятия выступает не цена товара в

целом, а лишь один из ее элементов- торговая надбавка. Именно этот элемент цены товара характеризует цену торговых услуг, предлагаемых покупателю при его реализации торговым предприятием.

Под формированием ценовой политики торгового предприятия понимается обоснование системы дифференцированных уровней торговой надбавки на реализуемые товары и разработка мероприятий по обеспечению оперативной их корректировки в зависимости от изменения ситуации на потребительском рынке и условий хозяйствования.

**3.** Торговая надбавка является основным источником формирования валового дохода. Будучи ценой сферы торговли, надбавки формируются в соответствии с общим механизмом ценообразования. На их величину оказывают влияние характер услуг, специфика деятельности, ценовая политика предприятия, правительственная политика, проводимая в сфере обмена, спрос и предложение на торговые услуги, конкуренция, уровень издержек обращения, стратегические целевые критерии, принятые предприятием на данный период функционирования.

Торговая надбавка предприятия состоит из трех основных элементов: 1) суммы издержек обращения, связанных с реализацией товара; 2) суммы налоговых платежей, входящих в цену товара, т.е. уплачиваемых непосредственно за счет доходов торгового предприятия (к ним относятся налог на добавленную стоимость, акцизный сбор, таможенные сборы, и пошлины; 3) суммы прибыли и реализации товаров (до вычета из нее налогов).

С ориентацией экономики на рыночные отношения и с переходом к свободному ценообразованию магазины (базы, столовые) получили статус юридического лица и стали сами определять размер торговой надбавки. Вначале ее размер был ограничен и в разные периоды с 1991 года изменялся по различным товарам, товарным группам от 15% до 38%. С конца 1994 года сняты ограничения на размер торговой и оптово-сбытовой надбавки.

Как показывают зарубежные исследования, норма наценок для предприятий розничной торговли составляет около 30% розничной цены. В то же время наблюдаются различия в этих нормах в разных типах торговых предприятий и в зависимости от вида товара. Так, в гипермаркетах норма наценки равняется примерно 15%, в розничной торговле обычными продовольственными товарами (включая крупные магазины)- 20,3%, в специализированных продовольственных магазинах (с небольшим числом наемных работников)- 32,5%, в розничной торговле непродовольственными товарами- 34-38%.

Анализируя названный рынок, ФАС России указал, что торговая наценка сетей на товары составляет минимум 10-15% (на многие товары средняя торговая наценка составляет 30-40%); даже исходя из минимального уровня торговой наценки, суммарное давление на конечную цену товара всех наценок и выплат, формируемых в торговых сетях, составляет от 20 до 60%.

Наценка (торговая наценка) на реализуемые товары — торговая надбавка к цене реализуемого товара, доход розничного продавца, разница между розничной и оптовой ценой товаров, необходимая для покрытия издержек и получения средней прибыли торговыми предприятиями.

Наценка определяется в соответствии с конъюнктурой рынка, качеством и потребительскими свойствами товаров. Чтобы торговля была прибыльной, наценка

должна покрывать все расходы, связанные с продажей товаров. Иными словами наценка – это добавленная стоимость к покупной цене товара. За счет наценки торговые организации покрывают расходы на продажу, получают прибыль и уплачивают косвенные налоги (НДС, акцизы, налог с продаж и др.).

Размер наценки определяется организацией самостоятельно. Причем наценка может устанавливаться как единая на весь ассортимент товаров, так и различная по видам товарных групп.

Наценка на товар устанавливается именно на стадии продажи его гражданам для личного потребления.

При установлении наценки следует исходить из желаемой стратегической позиции предприятия относительно конкурентов. На одном конце рыночного спектра находятся предприятия, обеспечивающие высокое качество и назначающие заведомо высокие цены (то есть имеющие невысокий объем продаж). На другом конце рыночного спектра — предприятия, продающие большие объемы товара по низким ценам, к коим и относится сеть магазинов «Магнит».

Нарушение хозяйствующим субъектом такой ценовой политики, которое влечет за собой отклонение цены от влияния указанных объективных и обоснованных факторов ценообразования, является основанием для рассмотрения таких действий хозяйствующего субъекта на предмет нарушения антимонопольного законодательства, в частности части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

4. Письмом от 20.03.2015 № 441 ЗАО «Тандер» предоставило информацию о ценах и их динамике на вафли «Сласть народу» (приложение).

#### Приложение

Предприятие розничной торговли	Наименование продукта	Дата	Розничная цена (руб./кг)	Закупочная цена (руб. /кг)	Наценка (%)
Магазин «Магнит», г. Чебоксары, ул. Кадыков ад. 11 к. 1	Сласть народу вафли сливочные	20.01.2015	175,00	97,64	79,24
		20.02.2015	185,91	101,41	83,33

Письмом от 22.04.2015 № 617 ЗАО «Тандер» сообщило, что ввиду ошибки поставщика товара, в отчете при предоставлении сведений о закупочных ценах были указаны неверные сведения. В частности, в ответе (исх. ЗАО «Тандер» № 441) было указано, что закупочная цена на товар «вафли сливочные «Сласть народу» по состоянию на 20.02.2015 за 1 кг составляла 101,41 руб., между тем закупочная цена по состоянию на 20.02.2015 за 1 кг указанного товара составляла 104,09 руб., соответственно торговая наценка (при розничной цене за 1 кг продукта – 185,91 руб.) составляла 78,60 %. Факт допущения ошибки и последующего ее исправления подтверждается направляемыми

одновременно с настоящим ответом надлежащим образом заверенными копиями товарных накладных и счетов-фактур (с/ф № 1165 от 09.02.2015, ТН № 1189 от 09.02.2015, с/ф № 1315 от 14.02.2015, ТН № 1339 от 14.02.2015, с/ф № 1473 от 18.02.2015, ТН № 1497 от 18.02.2015), а также копией уведомления об изменении цены товара к договору поставки № ГК-5/1079/10 от 05.04.2010.

Письмом от 24.06.2015 № 979 (вх. Управления от 24.06.2015 № 04-05/4893) ЗАО «Тандер» сообщило, что в период с февраля по декабрь 2014 года закупочная цена за 1 кг вафель сливочных «Сласть народу» находилась в интервале от 80 до 100 рублей, розничная цена находилась при этом в интервале от 130 до 150 рублей, торговая наценка находилась в интервале от 40 % до 60%.

В период с января 2015 года по 15.06.2015 произошел рост закупочной цены, в частности с конца января 2015 года закупочная цена составляла 101 руб. 40 коп., с середины февраля 2015 года выросла до 104 руб., в конце февраля стала составлять уже 105 руб. Между тем размер торговой наценки в процентном соотношении остался на прежнем уровне, т. е. в среднем составлял 60%, при этом ценовой интервал розничных цен в указанный период составлял от 150 до 170 рублей.

Анализируя представленную информацию, Комиссией установлено, что, несмотря на торговую наценку в размере 60%, розничная цена на вафли значительно превышает закупочную цену.

На заседании Комиссии представители ЗАО «Тандер» сообщили, что ЗАО «Тандер» присоединилось к «АККОРТ» в части моратория на заморозку цен, т.е. до 05 мая 2015 года на всей территории Российской Федерации, в том числе на территории Чувашской Республики в сетях магазинов «Магнит» заморожены цены на социально-значимые товары. Повышение цен на иные продукты питания, нежели социально-значимые позволяет обществу восполнить затраты общества, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности.

При этом, Комиссией установлено следующее. Обществом на социально-значимые товары установлена следующая торговая наценка в период январь-март 2015 г., к примеру на свинину – до 14,54%, говядину – до 23,98%, куры (кроме куриных окорочков)- 8,0%, молоко питьевое- 11,09%, рыбу мороженую – 23,31%, масло сливочное- 11,72%, картофель – 16,48%, капусту – 19,04%, лук репчатый- 12,00%, морковь- 16,98%, против указываемой Обществом наценки в 3-5%, а в иных случаях и минусовую рентабельность.

Таким образом, обществом установлена наценка как на социально-значимый вид товара, так и на иные товары, не относящиеся к названной категории. Установление торговой наценки позволяет обществу получить дополнительную прибыль.

Комиссией установлено, что ЗАО «Тандер» в рамках рассматриваемого дела установлена торговая наценка на вафли сливочные в размере более 78%, что значительно превышает среднюю наценку общества. Причем, обоснование торговой наценки, установленной на вафли сливочные «Сласть народу» обществом не представлено, подтверждающие документы в материалах дела отсутствуют.

В рассматриваемом случае, необоснованно увеличивая и устанавливая торговую наценку общество увеличивает продажную (розничную) цену вафель, что приводит к удорожанию названного продукта и последующему ущемлению прав покупателей.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о необоснованности установления ЗАО «Тандер» торговой наценки на указанный товар в размере более 78%.

Кроме того, устанавливая максимальную торговую наценку на товар ЗАО «Тандер» достигает цели получения прибыли, не обоснованной с точки зрения экономических затрат.

Оценив обстоятельства дела, исследовав имеющиеся в материалах дела доказательства, заслушав доводы и возражения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия приходит к выводу о совершении ЗАО «Тандер» действий, нарушающих часть 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия при принятии решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства оценивает доказательства и доводы, представленные лицами, участвующими в деле, разрешает вопрос о выдаче предписаний и об их содержании.

Согласно части 1 статьи 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства на основании решения по делу Комиссия выдает предписание ответчику по делу.

Как указал ВАС РФ в п. 14 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации N 30 от 30.06.2008 "О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства пунктом 2 статьи 11 ГК РФ и главой 9 Закона о защите конкуренции предусмотрена возможность защиты гражданских прав в административном порядке в случаях, установленных законом. Антимонопольный орган, рассматривая дела о нарушениях антимонопольного законодательства, принимает решения и выдает предписания, направленные на защиту гражданских прав, нарушенных вследствие их ущемления, злоупотребления доминирующим положением, ограничения конкуренции или недобросовестной конкуренции. Антимонопольный орган в соответствии с полномочиями, перечисленными в пункте 2 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции, вправе включить в предписание указание на совершение конкретных действий, выполнение которых лицом, нарушившим антимонопольное законодательство, позволит восстановить права других лиц, нарушенные вследствие злоупотребления доминирующим положением, ограничения конкуренции или недобросовестной конкуренции, в необходимом для этого объеме.

На заседании комиссии (26.06.2015) заявитель- «...» сообщил, что цена на вафли «Сласть народу» ЗАО «Тандер» не снижена, торговая наценка на сегодняшний день обществом не изменена.

Таким образом, ЗАО «Тандер», несмотря на изложенные выше обстоятельства, не снизило цены на вафли «Сласть народу» ЗАО «Тандер», торговая наценка обществом не изменена.

В связи с тем, что ЗАО «Тандер» нарушение антимонопольного законодательства не прекращено, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи предписания.

Письмом от 17.06.2015 № 953 ЗАО «Тандер» ходатайствовало перед Комиссией о направлении УФАС запроса в территориальный орган Росстата запроса в целях получения достоверных сведений о совокупных долях ЗАО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь» и ООО «Смак-Гурмэ». Названное ходатайство также было озвучено

представителем общества на заседании Комиссии 26.06.2015.

Между тем, Комиссия не находит оснований для удовлетворения ходатайства, в связи с тем, что в феврале 2015 года Управлением завершен анализ состояния конкурентной среды на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики. Согласно названного анализа установлено коллективное доминирование следующих хозяйствующих субъектов: ЗАО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» и ООО «Смак-Гурмэ».

Управлением установлено коллективное доминирование ЗАО "Тандер", ООО "Сладкая жизнь Н.Н.", ООО "Смак Гурмэ"- с общей долей за 2012г.- 1-е полугодие 2014- свыше 50%. При этом доля каждого хозяйствующего субъекта выше 8%.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 и статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала ЗАО «Тандер» нарушение части 1 статьи 10, пункта 6 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Выдать ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала ЗАО «Тандер» предписание о нарушении антимонопольного законодательства.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

**Решение и (или) предписание могут быть обжалованы в Арбитражный суд Чувашской Республики в соответствии со статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев со дня принятия решения или выдачи предписания.**

09.07.2015 № 04-05/6204

**Предписание**  
**о прекращении нарушения антимонопольного законодательства**  
**по делу № 19/04-АМЗ-2015**

«08» июля 2015 года

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дела № 19/04-АМЗ-2015 о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

«...»

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 4 статьи 41, статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и на основании решения от 08.07.2015 по делу № 19/04-АМЗ-2015 о нарушении ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала ЗАО «Тандер» части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

**1. ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала ЗАО «Тандер» в срок до 7 сентября 2015 года** прекратить нарушение части 1 статьи 10, пункта 6 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», путем:

- установления единой цены на бананы в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в границах г. Чебоксары Чувашской Республике (магазины единого формата);

- установления в магазинах торговой сети «Магнит», расположенных в границах г. Чебоксары Чувашской Республике цены (торговой наценки) на вафли сливочные «Сласть народу», не превышающей сумму необходимых для осуществления торговой деятельности расходов и прибыли.

2. ЗАО «Тандер» в лице Чебоксарского филиала ЗАО «Тандер» об исполнении предписания с приложением подтверждающих документов проинформировать Чувашское УФАС России в срок до 11 сентября 2015 года.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его выдачи.

За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа частью 2.6 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.