

# ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ГРАНИЦ РЫНКА В ЦЕЛЯХ АНТИМОНОПОЛЬНЫХ РАЗБИРАТЕЛЬСТВ

Кассирова Т.М.

*Кассирова Татьяна Михайловна - юрист,  
частная практика,  
г. Москва*

**Аннотация:** в статье рассмотрены методики определения географических границ товарных рынков для целей антимонопольного законодательства, в частности злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, а также анализ соответствующей правоприменительной практики.

**Ключевые слова:** товарный рынок, доминирующее положение, географические границы, антимонопольное законодательство.

Злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке как форма монополистических действий являются наиболее распространенным нарушением антимонопольного законодательства на протяжении всего периода его существования. Перечень действий, признающихся злоупотреблением в соответствии с российским законодательством, перечислены в статье 10 Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – «Закон о защите конкуренции»).

Согласно данной статье «запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц» [1]. Данное правило применяется в отношении обращения товаров на определенном рынке. Данный запрет, предусмотренный статьей 10 Закона о защите конкуренции, построен на презумпции обязательного доказательства наличия у субъекта доминирующего положения для принятия решений о квалификации соответствующего нарушения.

Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденный Федеральной антимонопольной службой России [2] (далее – «Порядок»), отмечает, что «без проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта – субъекта естественной монополии». Соответственно, при всех случаях рассмотрения дел, связанных со злоупотреблением доминирующим положением, антимонопольный орган обязательно должен провести исследование рынка.

В последние годы стороны все чаще стали пользоваться возможностью в судебном порядке пересмотреть результаты проведенного антимонопольным органом исследования границ рынка, состояния, структуры товарного рынка и, соответственно, оценку наличия/отсутствия доминирующего положения. Методология и экономико-теоретические вопросы анализа рынка, которые являются базовым основанием для признания наличия доминирующего положения хозяйствующим субъектом и принятия решений о возможной квалификации нарушений по статье 10-ФЗ о защите конкуренции, все чаще попадают в сферу теоретико-исследовательских дискуссий и судебных разбирательств.

Антимонопольный орган осуществляет проведение анализа состояния конкуренции на товарном рынке и доказательство наличия доминирующего положения на основе существующего Порядка, содержащего ряд последовательных и доказательно мотивированных этапов и процедур, в т.ч. определение временного интервала исследования товарного рынка, продуктовых и географических границ, состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, расчет объема товарного рынка и долей субъектов на рынке [3]. При определении товарного рынка чрезвычайно важно установить его географические границы, которые могут существенно отличаться в зависимости от разных факторов, в первую очередь, от самого товара. Согласно определениям ФЗ о защите конкуренции, товарным рынком признается 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 отсутствует за ее пределами [4].

Ошибки при установлении таких границ чаще всего определяются с институциональными ограничениями – отсутствием разъяснений, касающихся особенностей определения товаров в Порядке, а с другой – с недостаточной компетенцией специалистов в знании особой природы того или иного товара, а также экономико-технологическом описании релевантного товарного рынка в целях антимонопольного контроля. Существенной методологической ошибкой при доказывании наличия факта доминирования при анализе рынка является смешение рынков, смешение географических границ, установление слишком широких или же слишком узких границ. Именно поэтому стороны все чаще привлекают специалистов для всестороннего исследования того или иного товарного рынка, чтобы в судебном порядке

пересмотреть установленные антимонопольным органом географические границы. Судя по анализу последней судебной практики, количество отмененных решений антимонопольных органов в связи с изначально неправильным установлением последним географических границ товарного рынка, что впоследствии привело к неправомерному установлению факта злоупотребления доминирующим положением, существенно возросло в последние годы. В качестве яркого примера можно назвать установление географических границ рынка в пределах привокзальной площади [5].

Таким образом, мы видим сложность в установлении географических границ рынков. Неверные методологические допущения и некомпетентно проведенный анализ товарного рынка оказывают ключевое влияние на ошибки в определении релевантного рынка и, как следствие, доли субъектов на нем, что приводит к искаженным выводам о наличии доминирования.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (в ред. от 13.07.2015) «О защите конкуренции». [Электронный ресурс]. СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/) (дата обращения: 16.05.2017).
2. Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: утв. Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (в ред. от 30.01.2015). [Электронный ресурс]. СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=176070/> (дата обращения: 16.05.2017).
3. Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: утв. Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220. [Электронный ресурс]. СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103446/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103446/) (дата обращения: 16.05.2017).
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (в ред. от 13.07.2015) «О защите конкуренции».
5. Постановление двадцать первого арбитражного апелляционного суда Севастополя от 12 апреля 2016 года по Делу № А83-2757/2015.