

УДК 339.13.012.434

**Смирнова Ольга Олеговна,  
Богданов Дмитрий Дмитриевич**

**Антимонопольное регулирование и отраслевое  
законодательство: опыт взаимодействия на примере  
рынка розничной торговли**

**Аннотация**

В данной статье рассматриваются изменения возможностей антимонопольного регулирования деятельности торговых сетей в Российской Федерации в условиях вхождения в силу Федерального закона Российской Федерации N 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», принятого в декабре прошлого года. На этапе разработки и обсуждения данный закон вызвал широкий общественный резонанс и породил массу дискуссий между представителями ритейла и органами государственной власти и управления. Сейчас, когда ключевые положения закона вступили в силу (в частности, о размере максимально допустимой торговой наценки), представляется интересным рассмотреть произошедшие и ожидаемые изменения, обусловленные данным законодательным актом.

**Ключевые слова**

Закон о торговле, торговые сети, антимонопольное регулирование, экономическая концентрация.

**Введение**

Федеральный закон Российской Федерации N 381-ФЗ «Об осно-

вах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», принятый в декабре прошлого года, вызвал резонанс и дис-

куссии между представителями ритейла и органами государственного управления. Сейчас, когда ключевые положения закона вступили в силу (в частности, о размере максимально допустимой торговой наценки), представляется интересным рассмотреть реальные изменения, которым способствовал столь спорный законодательный акт.

Рынки оптовой реализации значительного количества продовольственных товаров являются низкоконцентрированными. Кроме того, значительное количество отечественных производителей также испытывают давление со стороны импорта, поэтому только незначительное количество рыночных структур производителей продовольственных товаров можно отнести к олигополии. Этот факт косвенно подтверждается как сравнительно низкими значениями экономической концентрации по сравнению с отраслями ТЭК или машиностроения, так и невысокой долей дел о нарушениях антимонопольного законодательства производителями пищевой промышленности. Так, например, в 2009 году из всех дел, рассматриваемых ФАС в отношении факта установления монопольно высоких цен, только одно относилось к данной отрасли – ОАО

«Русский солод» на федеральном рынке, а в 2008 году – на одном из региональных рынков хлеба.

Между тем на уровне розничной торговли существуют значительное количество различных видов нарушений, связанных с ограничением конкуренции, результатом которых может быть снижение качества продукции и необоснованное повышение цен, так как на уровне конечной реализации продукции экономическая концентрация намного более высокая. Кроме того, географические границы рынка в силу ряда особенностей намного уже, чем рынки производителей продуктов питания.

До принятия Закона соглашения между поставщиками (производителями и оптовыми торговцами) и розницей часто приводили к тому, что существенную долю в затратах поставщиков составляли выплаты торговым сетям, а уровень торговой наценки мог существенно превышать размер наценки поставщика, что в свою очередь могло приводить к серьезному ограничению конкуренции.

Так, до принятия закона о торговле поставщики брали на себя следующие обязательства:

1. в договоре поставки продукции торговых сетей указывалось обяза-

тельство поставщика по выплате премий (ретро-бонусов) покупателю. При этом размер премии, как правило, указывался в дополнительном соглашении;

2. внесение авансовой выплаты за листинг, которая оформлялась как плата «за ввод в ассортимент» и плата «за поддержание матрицы», «за мерчандайзинг». При этом работа по поддержанию ассортимента осуществлялась сотрудниками поставщика, а не торговых сетей;

3. обязательство поставщика участвовать в маркетинговых мероприятиях покупателя (как правило, оплата модуля в каталоге и компенсация скидки на полке в «акционный период»), бюджет на участие тоже, как правило, определялся в дополнительном соглашении к контракту. Следует отметить, что этот бюджет мог расходоваться как на конкретные маркетинговые мероприятия покупателя, так и выплачиваться в адрес покупателя, независимо от объема проведенных маркетинговых мероприятий;

4. отсрочка платежа прописывалась в договоре или в дополнительном соглашении и могла составлять 2–3 месяца и более. При этом затраты на предоставление продолжительного товарного кредита компенсировались объемом реализации продукции.

В итоге соглашения между поставщиками и розничными сетями приводили к ограничению конкуренции и позволяли устанавливать такой уровень наценок, который приводил к тому, что прибыль от реализации продукции перераспределялась в пользу розничной торговли. Например, согласно исследованию ФАС России, от 44 до 51 % в структуре вина европейского производства, реализуемого в России, составляют торговые наценки (рис.1). При этом в затраты оптовика входят также как минимум 7 % выплат торговым сетям, за предоставление торговых площадей. Доля данного показателя существенно увеличилась в последнее время, так, в 2005 году выплаты составляли не более 5 %, а в 2009 году – на некоторые позиции около 60 %. При этом, как видно из графика, дискриминация поставщиков и вертикальные соглашения между оптом и розницей в целом оказывает влияние только на уровень розничной цены и соответственно «оплачиваются» потребителем, а поставщики получают прибыль, сравнимую с другими видами бизнеса.

Ранее возможности регулирования деятельности торговых сетей существенно ограничивались тем, что в действующем антимонопольном за-

конодательстве не были определены возможности по ограничению антиконкурентных соглашений между торговыми сетями и контрагентами, а также горизонтальные соглашения между торговыми сетями.

В этих условиях принятие закона о торговле, который в том числе регулирует взаимодействие хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольствен-

ных товаров в части антимонопольного регулирования, является весьма значимым для развития конкуренции на рынках продовольственных товаров.

Рассмотрим практику регулирования деятельности торговых сетей и соглашений между контрагентами, осуществляемую ФАС России до принятия закона «О торговле».

В 2006–2007 гг. рассматривался ряд дел, связанных с вертикальными соглашениями между производителя-

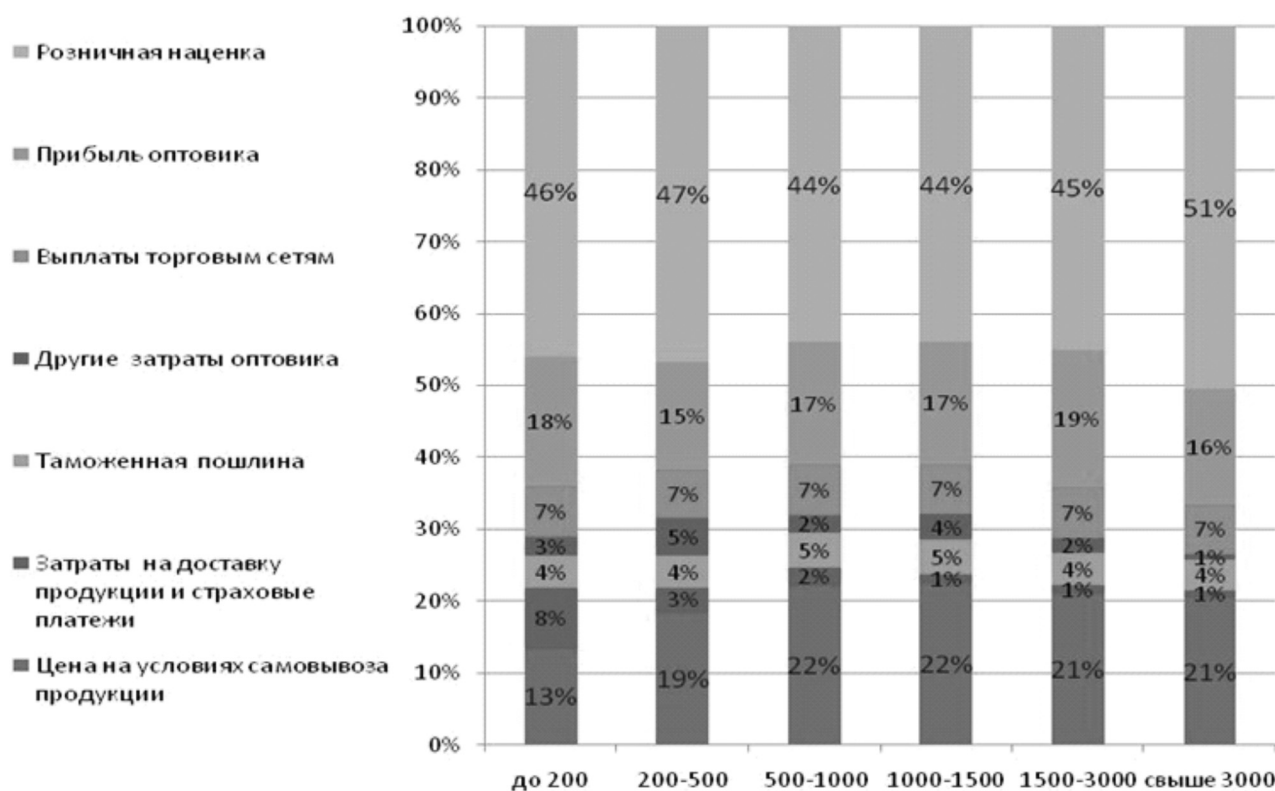


Рис 1. Структура розничной цены вина европейского производства в различных ценовых сегментах<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Презентационный материал к докладу на тему «Анализ структуры цены на импортные вина в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials\\_30328.html](http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30328.html)

ми продовольственных товаров и торговыми сетями. При этом особенностью всех случаев нарушения является то, что установление доминирующего положения было осуществлено в отношении производителя, а торговые организации выступали как заявитель нарушения.

В 2009 году было возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства в части координации деятельности в отношении ООО «Данон Индустрия». Причиной возбуждения дела стало нанесение на товар надписи «Рекомендованная цена – 20 рублей», которая предписывала установления данной цены в розничной торговле. Следует отметить, что соотношение прибыли и расходов различны у каждого участника рынка, поэтому установление равной цены во всех торговых точках является ограничивающим конкуренцию соглашением и ущемляет права свободы экономической деятельности. В данном случае нарушение имело место со стороны контрагента, занимающего доминирующее положение на рынке кисломолочных продуктов. Торговые сети также не являлись в данном случае нарушителями<sup>2</sup>.

---

2 ФАС России возбудила дело в отношении ООО «Данон Индустрия».

Прецедентным стало расследование дела по нарушению антимонопольного законодательства на территории Татарстана. Так, был выявлен сговор между торговыми сетями «Магнит», «Перекресток», «Патэрсон» и др. в части заключения договора с контрагентами, содержащего одинаковые условия. В частности, ФАС было выявлено, что сети выставляют требования оплаты контрагентами за возможность поставки своей продукции во вновь открывающийся магазин.

В ряде случаев условиями договоров определен 100-процентный возврат нереализованной продукции, требование при поставке продукции в сеть отсрочки платежа до 30 календарных дней, предоставление товарного кредита. За проведение рекламных акций торговые организации требуют скидки на продукцию в размере до 10 %<sup>3</sup>.

Также был установлен одинаковый срок возврата товарного кредита и

---

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news\\_25477.html](http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_25477.html)

3 Татарстанское УФАС России выявило сговор торговых сетей «АкБарсТорг», «Магнит», «Патэрсон», «Перекресток», «Оптовик» против товаропроизводителей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news\\_17045.html](http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_17045.html)

условия по формированию уровня торговой наценки и возврата продукции.

Это расследование ФАС было первым в практике антимонопольного регулирования розничной торговли продовольствием. Судебная практика по данному делу показывает, что основным ограничением доказательной базы факта злоупотребления доминирующим положением является установление доли в рамках определенного географического рынка и продуктовых границ рынка розничной реализации продуктовых товаров. Определяя доли рынка согласно Приказу № 108 ФАС России «Порядок проведения анализа конкурентной среды», необходимо оценить товары-заменители услуг реализации отдельных торговых организаций, который включает в себя все формы реализации продуктов питания, и доказать географические границы рынка – то есть возможность покупателя осуществлять покупки внутри данного региона и невозможность – вне данного региона. При этом для определения доли нарушителя необходимо достоверно оценить фактический объем рынка реализации продуктов питания, включающий данные товарооборота всех точек реализации продуктов питания. Таким образом, согласно

действующей нормативной базе до принятия Закона о торговле в рамках рассмотрения дела о нарушении (которое не может длиться более чем 9 месяцев) доказать доминирующее положение было практически невозможно. При этом в случае вынесения решения его законность оспаривается нарушителями, и ощутимый эффект от антимонопольного регулирования потребитель получают более чем через год после вступления в силу решений трех инстанций. Также решения на основе анализа рынка с нечетко установленными границами часто отменяются в судебном порядке и эффекта на состояние рынка действия ФАС не оказывают. Ситуация принципиально изменилась со вступлением в действие закона «О торговле».

Анализ взаимодействия розничной и оптовой сети показывает, что вероятность возникновения нарушения антимонопольного законодательства существенно повышается, если существует высокая концентрация одновременно на рынках оптовой и розничной торговли.

Например, в настоящее время ФАС России расследует принципы формирования цен на импортные вина, в частности, в области соглашений между импортерами и торговыми



сетями. Так, например, согласно таможенной статистике, в России вина из Франции импортирует 184 компании, из них 22 занимают долю более 1 %, сумма их долей составляет 82,48 %; 7 занимают долю более 2 %, сумма их долей составляет 62,47 % (рис. 2). Так как доля крупнейшего поставщика вина превышает 20 %, то в случае, если реализация вина отдельной страны будет выделена в отдельный рынок с четкими продуктовыми границами, то в отношении его будут действовать нормы закона о запрете на вертикальные соглашения (ст. 12 Закона о конкуренции).

Таким образом, после принятия закона о торговле высокий уровень торговой наценки на европейские вина может определяться соглашениями между оптовиками и торговыми сетями. Ретроспективный анализ антимонопольного регулирования показывает, как меняется регулирование вертикальных соглашений и доминирования торговых сетей. Для того, чтобы признать нарушения на данном рынке, до введения закона о торговле было необходимо определить товарные границы вина импортного производства, невозможность его замены российским вином

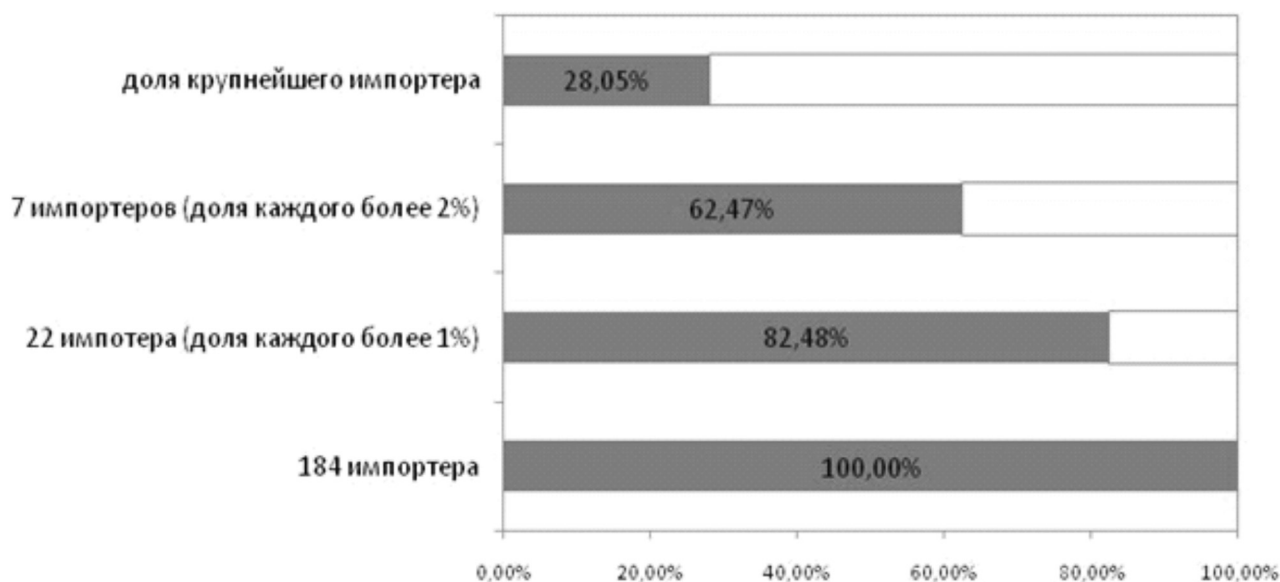


Рис. 2. Экономическая концентрация поставщиков вин Франции (таможенная статистика 2009 года)<sup>4</sup>

4 Презентационный материал к докладу на тему «Анализ структуры цены на импортные вина в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials\\_30328.html](http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30328.html)

и продукцией других производителей и устанавливать возможные нарушения вертикальных соглашений между импортерами и торговыми сетями.

После введения Закона о торговле появились возможности выявлять нарушения только в отношении сетей, не выделяя отдельную товарную группу как рынок, то есть для конечного потребителя это означает, что нарушения могут выявляться и устраняться за меньший срок.

После введения закона о торговле возможности антимонопольного регулирования деятельности торговых сетей, определенных законодательством, существенно расширились. В целом, все условия в отношении адвокатирования конкуренции, определенные данным законом, можно разделить на регулирование поведенческих условий и регулирование экономической концентрации.

Так, ст. 13 определяет:

- необходимость создания всеми торговыми сетями недискриминационных условий доступа на товарный рынок контрагентов;
- условия по ограничению возможностей входа и выхода с рынка;
- недопустимость взимания платы за поставки в розничные сети;

- ограничения навязывания условий о снижении цены на товар;
- информирование об условиях отбора контрагентов;
- а также ограничения горизонтальных соглашений с конкурентами.

То есть фактически все данные положения закона соответствуют ст. 10 Закона «О защите конкуренции» – злоупотребление доминирующим положением. Однако, кроме общей идеологии регулирования деятельности торговых организаций, также определяются положения, связанные со сложившейся практикой взаимоотношений поставщиков и торговых сетей.

Так, выполнение данного положения закона будет выражаться в мониторинге соглашений между торговыми сетями и контрагентами.

Однако возможности данного подхода к регулированию деятельности существенно ограничены. Так, все выплаты не должны превышать 10 % и зависеть от объема товарооборота, то есть формулироваться как «за достигнутый объем отгрузки в размере 50 млн рублей в месяц». При этом дополнительных соглашений о размере выплат не должно быть, а участие в маркетинговых мероприятиях сети



оформляется договором оказания маркетинговых услуг.

Отсрочка платежа согласно закону для продукции отечественного производства не должна превышать 45 дней.

Ограничение навязывания цены на товар будет заключаться в ограничении соглашений о «лучшей цене», согласно которому, продавая товар по цене ниже, чем по соглашению с конкретной сетью, поставщик выплачивал штраф. При этом в качестве источника информации используется мониторинг цен и конкурентная разведка.

Введение правил расчетов между поставщиком и торговой сетью не ограничивает возможностей торговых сетей по получению дополнительного дохода в виде ретро-бонусов<sup>5</sup>:

1. поставщик предоставляет такую скидку в цене, которая компенсирует магазину потерю дохода в виде ретро-бонуса. Указание о снижении цены может быть не определено в виде письменного соглашения;

2. 10 % ретро – оформляется в договоре поставки, а остальная часть фиксируется при переговорах или в неофициальном соглашении. При этом неофициально оговоренная часть

ретро-бонуса оформляется договором об оказании маркетинговых услуг;

3. кроме того, торговые сети могут ограничить доступ к документам, содержащим указания на нарушения закона о торговле.

Таким образом, закон оставляет возможности нарушения порядка ценообразования.

Если рассматривать список наибольших по уровню капитализации российских компаний, то в реестр ФАС России хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение (долю более 35% на рынке), не входят только крупнейшие торговые сети (например, X5 Ритейл Групп) и некоторых финансовых организации. То есть в России размер компании определяет её рыночное положение, и торговые сети в данном случае не исключение, однако их доминирующее положение до принятия Закона о торговле было фактически невозможно доказать. Поэтому в целом наиболее эффективно действующим положением является изменение подхода к регулированию экономической концентрации торговых сетей.

Так, принятый закон о торговле накладывает дополнительные условия на экономическую концентрацию торговых сетей в определенном регионе.

---

<sup>5</sup> Деньги, получаемые торговой точкой от поставщика продукции за «вход в сеть».

Крупные федеральные торговые сети запрашивают соглашения на осуществление сделок слияния и поглощения в случае, если суммарная стоимость активов составляет 7 миллиардов рублей, а годовая выручка – 10 миллиардов рублей. В целом экономическими факторами включения сделки в сферу рассмотрения ФАС, согласно Закону № 135 «О защите конкуренции», являются следующие: стоимость активов, объем выручки и нахождение одного из участников сделки в реестре хозяйствующих субъектов, занимающих 35% рынка.

С принятием Закона в рамках отдельного регионального рынка одна торговая сеть не сможет осуществлять более чем 25 % розничного оборота. Для определения доли торговой сети в регионе была разработана методика, которая оценивает долю в зависимости от доли объема продаж сети в общем товарообороте, учитываемом органами статистики. При этом границами рынка принято считать субъекты Российской Федерации, города федерального значения Москву и Санкт-Петербург, а также границы муниципальных районов и городских округов.

Данное ограничение является весьма значимым, так как до принятия закона было затруднительно опре-

делить рынок розничной реализации продуктов питания в продуктовых и географических границах и долю отдельного участника рынка. Подход с определением границ в рамках субъекта Федерации и доли в зависимости от объема товарооборота имеет свои ограничения, однако это позволит создать законодательные основы для антимонопольного регулирования деятельности торговых сетей и возможности для более эффективного привлечения к ответственности за злоупотребление доминирующим положением, что приведет к повышению качества деятельности розницы и снижению цен из-за усиления конкуренции.

Это положение закона вызвало дискуссии между ритейлом и органами государственного регулирования из-за возможных погрешностей при определении доли компании в товарообороте рынка. Так, на территории каждого из округов может находиться различное количество торговых точек субъектов малого предпринимательства, данных о которых органы статистики не учитывают. Также могут не учитываться финансовые результаты деятельности сезонных ярмарок, сельскохозяйственных рынков и т.д. Кроме того, в торговых сетях могут реализовываться продукты питания «премиум» класса

по высоким ценам, что означает, что финансовые результаты деятельности выше, чем у хозяйствующих субъектов, осуществляющих другие формы торговли. Все эти факторы создают неравные условия для определения доли магазина торговой сети в границах определенного округа.

По данным 2008 года, доля федеральных торговых сетей в общем объеме товарооборота в Российской Федерации составила 29 % от всего объема товарооборота, при этом уровень доли торговых сетей по различным федеральным округам отличается от 13,1 % в Дальневосточном ФО до 39,9 % в Северо-Западном (рис.4).

При наличии в федеральном округе одной крупной сети доминирующее положение с запретом к дальнейшему расширению деятельности из-за превышения порога в 25% от товарооборота может быть установлено для округа в целом только в Северо-Западном ФО.

Об эффективности закона о торговле применительно к экономической концентрации можно будет судить по условиям согласования ходатайства X5 RetailGroup о приобретении федеральной торговой сети «Копейка» (группа лиц банка «Уралсиб»), так как после принятия закона ФАС России впервые согласует совер-

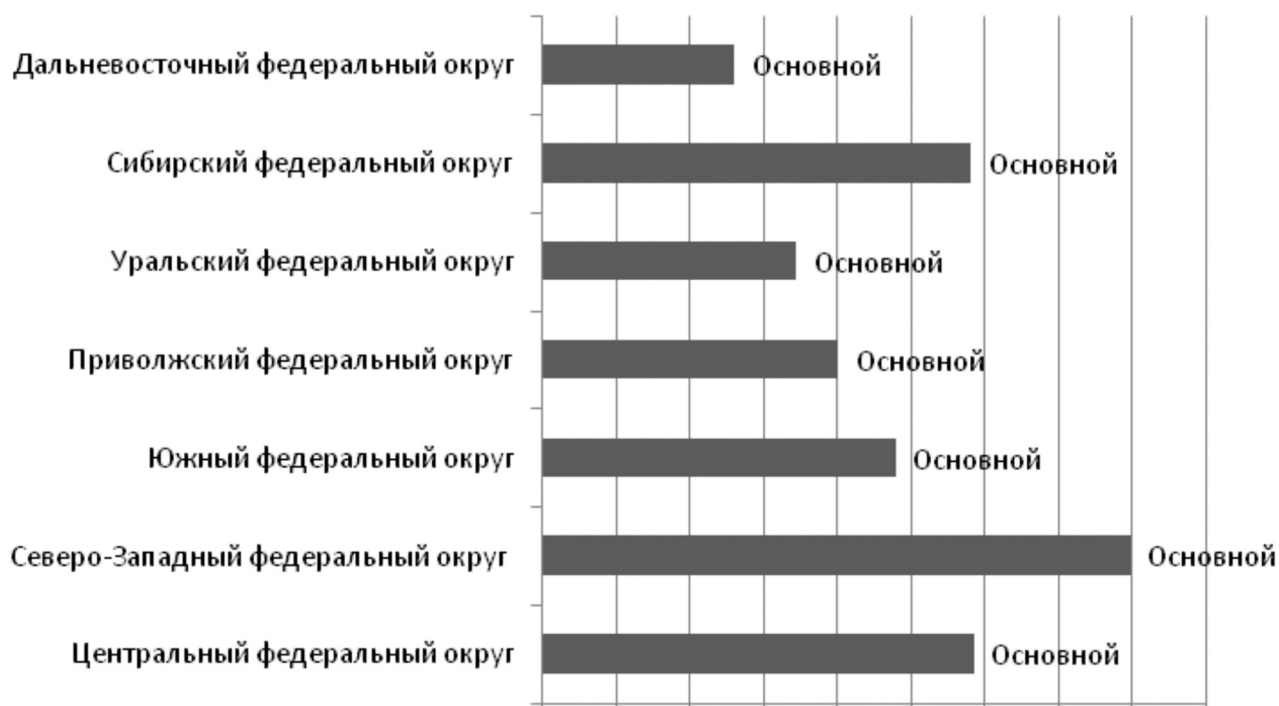


Рис. 4. Доля товарооборота торговых сетей в общем объеме продаж за 2008 г., % (Росстат, 2009 г.)

шение настолько крупной сделки на данном рынке.

23 июля 2010 года X5 RetailGroup подала в ФАС ходатайство на приобретение всего бизнеса торговой сети «Копейка». Согласно Закону о Конкуренции решение и предписание относительно данной сделки должно быть вынесено в течение месяца или продлено не более чем на 2 месяца<sup>6</sup>.

Отказ в осуществлении сделки или предписание могут быть выданы в случае превышения порога доминирования, регламентированного законом о торговле в отдельном муниципальном округе (25%).

Так, по состоянию на 22 июня «Копейка» была представлена 600 магазинами в 25 субъектах федерации, а группа X5, по данным на 30 июня, владела 1514 магазинами (еще 640 точек работают по франчайзингу). При этом географическое расположение сетей существенно отличаются, так, например, «Пятерочка» широко представлена в Санкт-Петербурге, а «Копейка» не представлена в данном регионе. На практике ФАС России за указанное время (до трех месяцев), согласно указанному в Законе о конкуренции сроку рассмотрения ходатайства, необходи-

мо оценить деятельность торговых сетей в более чем 2000 муниципальных округах и выдать предписания о закрытии магазинов в тех муниципальных образованиях, где сумма долей сетей «Пятерочка» и «Копейка» будет выше 25 %. Для покупателей это будет означать более широкий выбор товаров, ограничение возможностей координации деятельности поставщиков, и, возможно, более низкие розничные цены на продукты питания.

Закон о торговле является первым шагом на пути к прозрачности рынка и возможности его антимонопольного контроля, однако на данном этапе он представляется эффективным инструментом скорее регулирования экономической концентрации, чем регулирования нарушения порядка ценообразования, так как ФАС России в рамках своей компетенции при расследовании нарушений торговыми сетями может сталкиваться с такими же трудностями, как и по отношению к компаниям других отраслей, например, непредставление информации, неформальные соглашения и т.д. В то время, как методика оценки доли торговой сети определена современными возможностями органов статистики: учитывать деятельность торговых организаций в отдельном муниципальном округе.

6 Официальный сайт ФАС России [http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news\\_30718.html](http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_30718.html)

## Список литературных источников

1. Кризисная экономика современной России: тенденции и перспективы / науч. ред. Е. Т. Гайдар; Ин-т экономики переходного периода. – М.: Проспект, 2010. – 654 с.
2. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fas.gov.ru>
3. Современные тенденции развития рынка слияний и поглощений / науч. ред. Радыгин А.Д. – М.: ИЭПП, 2010. – 376 с.

## Информация об авторах

Смирнова Ольга Олеговна; кандидат экономических наук; старший научный сотрудник; Академия народного хозяйства и государственной службы при Правительстве РФ; e-mail: [osmirnova@fas.gov.ru](mailto:osmirnova@fas.gov.ru)

Богданов Дмитрий Дмитриевич; кандидат экономических наук; завкафедрой «экономическая теория»; Московская финансово-промышленная академия; e-mail: [dbogdanov@mpra.ru](mailto:dbogdanov@mpra.ru)

**Smirnova Olga Olegovna,  
Bogdanov Dmitry Dmitrievich**

## **Antitrust regulation and sectorial legislation: the experience of interaction on the example of the retail market**

### **Abstract**

This article discusses the changes in opportunities of antitrust regulation of trade networks in the Russian Federation in the entry into force of the Federal Law

N 381-FZ «On the basis of state regulation of commercial activities in the Russian Federation», adopted in December last year. At the design stage and to discuss the law has caused wide public attention and generated a lot of discussions between representatives of the retail sector and public authorities and administration. Now, when key provisions of the law are in force (in particular, about the size of the maximum permissible trade margin), it is interesting to consider the past and expected changes resulting from this legislative act.

### **Keywords**

Trade act, trading networks, antitrust, economic concentration.

### **Bibliography**

1. Crisis economy of modern Russia: trends and prospects / ed. Yegor T. Gaidar, Institute of transitional economics. – Moscow: Prospekt, 2010. – 654 p.
2. Official website of the Federal Antimonopoly Service. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.fas.gov.ru>
3. Modern trends in mergers and acquisitions of market-making / ed. Radygin A.D. – Moscow: IEPP, 2010. – 376 p.

### **Authors' data**

Smirnova Olga Olegovna; PhD (Economics); Institute of applied research; Academy of National Economy under government of Russian Federation; Moscow; e-mail: [osmirnova@fas.gov.ru](mailto:osmirnova@fas.gov.ru)

Bogdanov Dmitry Dmitrievich; PhD (Economics); head of Economical Theory Department; Moscow Industry and Finance Academy; e-mail: [dbogdanov@mfp.ru](mailto:dbogdanov@mfp.ru)