



АССОЦИАЦИЯ
АНТИМОНОПОЛЬНЫХ
ЭКСПЕРТОВ

Особенности проведения анализа товарных
рынков при рассмотрении дел по признакам
нарушения антимонопольных запретов Закона о
торговле

Москвитин Олег, член Генерального совета Ассоциации
антимонопольных экспертов

7 февраля 2020г.



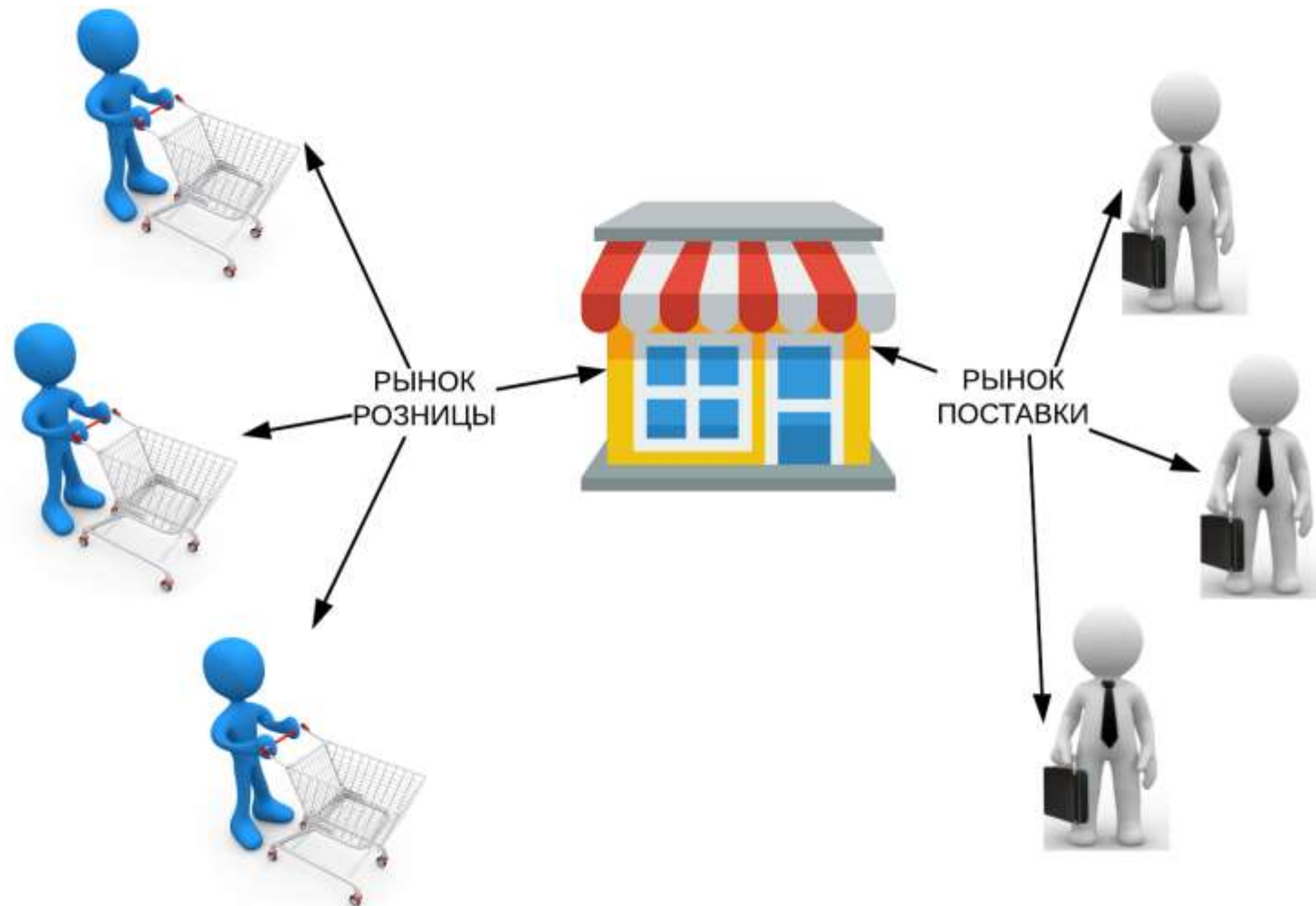
Сфера применения

«По делам, возбужденным по признакам нарушения статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.10 Порядка № 220».



Определение продуктовых границ товарного рынка

Определение продуктовых границ товарного рынка должно производиться исходя из товара или совокупности взаимозаменяемых товаров, являющихся предметом договоров участников торговой деятельности.







Определение географических границ товарного рынка

Географические границы товарного рынка определяются с учётом материалов дела о нарушении статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». При определении таких границ могут приниматься во внимание, в частности:

- I. границы территории, на которой хозяйствующие субъекты осуществляют поставки продовольственных товаров;
- II. границы территории, на которой осуществляются поставки продовольственных товаров в соответствии с условиями договора, в котором усматриваются признаки нарушения указанной статьи;
- III. границы территории, в пределах которой товары могут быть технологически доставлены на торговые объекты или в логистические центры поставок, осуществляющие прием и хранение продовольственных товаров, формирование партий товаров для отгрузки хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность.



Изменение поведенческого покупательского поведения при изменении ценовых условий на рынке продуктов питания

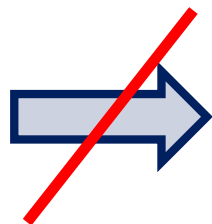
>5.000 респондентов

169 городов с численностью >100.000 жителей

8 федеральных округов

Декабрь 2019 года

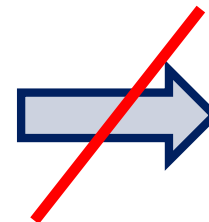
Отсутствие взаимозаменяемости разных сортов картофеля



При росте цены **даже** на **30%** не готовы заменить «весовой» картофель на картофель «для жарки» **76%** покупателей

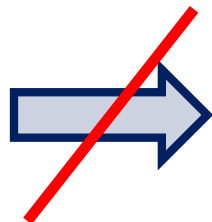
Отсутствие взаимозаменяемости белого и чёрного хлеба

При увеличении цены на **10%** не готовы заменить «белый» хлеб на «черный» хлеб **46%** покупателей





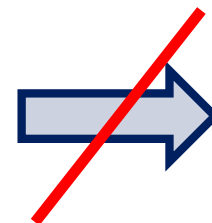
Брендозависимость вне географии



При увеличении цены на **10%**
остаются лояльными бренду
«Киндер сюрприз» **42%**
покупателей

Брендозависимость по географии

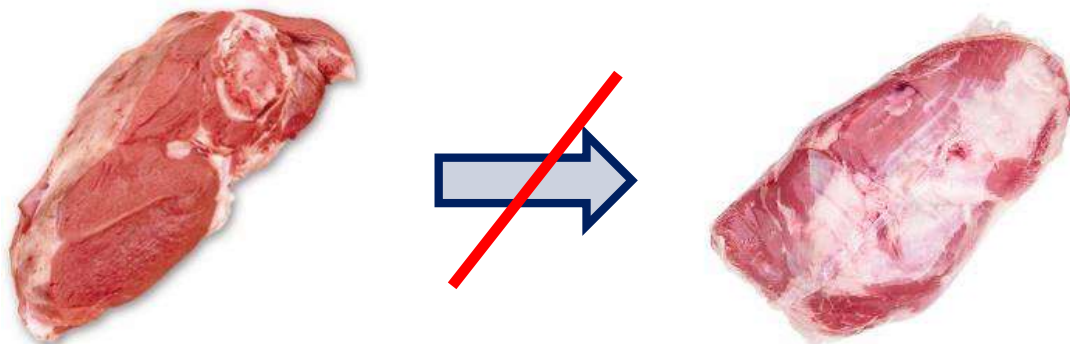
При увеличении цены на **30%**
не готовы заменить масло
«Вологодское» на иной бренд
56% покупателей в Вологде





Географические особенности

При росте цены на **10%**, покупатели Татарстана, **52 %** не готовы заменить говядину на свинину.
Даже при росте в **30 %** баранину говядиной не готовы заменить **54 %** покупателей по всей России





АССОЦИАЦИЯ
АНТИМОНОПОЛЬНЫХ
ЭКСПЕРТОВ

Спасибо за внимание!

Ассоциация антимонопольных экспертов
competitionsupport@competitionsupport.com
www.competitionsupport.com

125047, Россия, Москва,
ул. 1-я Тверская-Ямская, д. 21
Тел.: +7 (495) 720 95 47