

*Кудрявцев К. А., канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации производства
Поволжского Государственного технологического университета, г. Йошкар-Ола, KudryavcevKA@volgatech.net*

Методические аспекты доказательства экономически необоснованного установления монополистом различных цен на один и тот же товар

Хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение, при реализации своего товара контрагентам используют всевозможные подходы к установлению цен, нередко цену на товар формируют исходя не из его себестоимости и необходимой для дальнейшего функционирования предприятия прибыли. Указанные действия приводят к тому, что цены на один и тот же товар оказываются различными для покупателей, исключением являются лишь условия публичного договора. Результатом таких действий, например на оптовом рынке, будет являться отличие розничных цен в торговых сетях, не говоря уже об уровне закупочных цен для бюджетных организаций.

В связи со значительным количеством отмен решений антимонопольных органов в арбитражных судах данная статья посвящена разработке методических аспектов доказательства экономически необоснованного установления монополистом различных цен на один и тот же товар.

Ключевые слова: монополист, товарный рынок, доминирующее положение, хозяйствующий субъект, экономически необоснованное установление цен.

Введение

Закон о защите конкуренции устанавливает запрет на действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом (п. 6 ч. 1 ст. 10) [Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ].

В постановлении Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации № 16678/09 от 25.05.2010 г. указано, что в ст. 10 Закона о защите конкуренции запрещено устанавливать экономически, тех-

нологически и иным образом не обоснованное различие цен на один и тот же товар, которое распространяется на всех хозяйствующих субъектов при заключении сделок как внутри вертикально-интегрированной группы, так и вне ее [Постановление Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации № 16678/09].

Следовательно, хозяйствующий субъект — монополист должен при реализации товара обосновать, следствием каких факторов является неравное положение одних контрагентов перед другими.

Таким образом, целью данной статьи является исследование действий хозяйствующих субъектов по экономически необоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар, а также разработка методических аспектов их доказательства.