DOI: 10.17117/na.2015.11.04.380

<http://ucom.ru/doc/na.2015.11.04.380.pdf>

Поступила (Received): 05.11.2015

Абросимова О.А. Регулирование конкуренции на рынке алкогольной продукции

Abrosimova O.A. Regulation of competition on the market of alcoholic products

В данной статье рассмотрены понятия алкогольной продукции и конкуренции. Проанализирована методика и особенности регулирования конкуренции на рынке алкогольной продукции. На основе изучения судебной практики автором выявлены проблемы в сфере регулирования конкуренции на рынке алкогольной продукции

Ключевые слова: алкогольная продукция, конкуренция, регулирование конкуренции

This article examines the concept of alcohol production and competition. Analyzed the methodology and features of the regulation of competition in the market of alcoholic products. Based on the study of judicial practice the author reveals the problems in the sphere of competition regulation on the market of alcoholic products

Key words: alcoholic products, competition, regulation of competition

Абросимова Ольга Александровна

Студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Abrosimova Olga Alexandrovna

Student

Vladivostok state university of economics and service

Vladivostok, Gogolya st., 41

Рынок алкогольной продукции играет существенную роль в экономике России. В настоящее время «рынок алкогольной продукции – одна из динамично развивающихся сфер экономики, которая вследствие своих объемов производства и потребления продукции вызывает интерес как отечественных, так и иностранных производителей и инвесторов» [1].

Необходимо начать с определения алкогольной продукции для рассмотрения обозначенной темы. Как указано в п. 7 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольной продукцией признается «пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с установленным перечнем, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 28.06.2012 № 656. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое

вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива» [2].

Стоит отметить, что регулирование конкуренции на рынке алкогольной продукции является необходимым и особенно важным аспектом. «Конкуренция – важнейший институт рыночной экономики. Конкуренция является гарантом эффективного функционирования рыночного механизма. Достижение устойчивой экономической системы возможно только при наличии здоровой конкурентной среды – конкуренции между участниками экономических отношений, ограничение и вытеснение монополистической деятельности, запрет на недобросовестную конкуренцию» [3].

Так какова же дефиниция «конкуренции»? О конкуренции опубликовано множество научных работ и в каждой из них даются те или иные определения данного понятия. Смысл любого понятия «конкуренции» заключается в состязательности субъектов для достижения наилучшего результата (получение наибольшей прибыли). В экономическом словаре под редакцией А.И. Архипова дано следующее определение: «конкуренция – соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка» [4, с. 303]. Кроме того, законодательно закреплено определение конкуренции. Согласно ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» под конкуренцией понимается «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [5,6].

Что касается методов государственного регулирования применительно по отношению к алкогольной продукции, то применяются прямые методы государственного регулирования цен. Это служит основанием для установления минимальных цен на данную продукцию. Государство также может вводить акцизные налоги (акциз) в целях пополнения государственного бюджета. Из этого вытекает, что методика регулирования конкуренции является неценовой.

При неценовой конкуренции роль цены несколько не уменьшается, однако на первый план выступают уникальные свойства продукта, его техническая надежность, высокое качество. В случае алкогольной продукции важны такие характеристики и свойства как сведения, идентифицирующие признаки алкогольной продукции, номер государственной регистрации товарного знака или лицензионного договора о предоставлении права использования товарного знака, состав, содержание этилового спирта в алкогольной продукции, емкость потребительской тары, в которую разлита алкогольная продукция, срок годности и другие отличительные характеристики алкогольной продукции. Именно это позволяет повысить конкурентоспособность товара.

Для неценовой конкуренции характерно создание стратегических барьеров, препятствующих проникновению новых предприятий в данную отрасль. К ним относятся:

1) долгосрочные контракты (по пп. 2.3 п. 2 ст. 11 Федерального закона Российской Федерации от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей

продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» производство алкогольной продукции вправе осуществлять организации, имеющие соответствующие установленным уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти требованиям производственные и складские помещения в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении или в аренде, срок которой определен договором и составляет один год и более).

2) получение лицензий данный вид деятельности (в ст. 6 Федерального закона Российской Федерации от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» указано, что к полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции относятся выдача лицензий на розничную продажу алкогольной продукции, регистрация выданных лицензий, лицензий, действие которых приостановлено, и аннулированных лицензий);

3) сохранение незагруженных мощностей (по п. 10 ст. 8 Федерального закона Российской Федерации от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» в случае невозможности соблюдения нормы минимального использования производственной мощности организация направляет в письменной форме в лицензирующий орган уведомление о приостановлении использования основного технологического оборудования для производства этилового спирта или алкогольной продукции с использованием этилового спирта с указанием даты приостановления).

Следует заметить наличие особенностей в регулировании конкуренции на рынке алкогольной продукции. Рассмотрим разрешение споров, связанных с применением ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции», касающихся запрета на ограничивающие конкуренцию акты и действия (бездействие) федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции органов или организаций, участвующих в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации.

Рассмотрим Постановление ФАС Московского округа от 26.09.2013 по делу № А40-130927/12-130-1267.

В данном судебном акте суд пришел к выводу, что антимонопольный орган правомерно признал законодательный орган государственной власти субъекта РФ нарушившим п. 3 ч. 1 ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции», подпункт "б" п. 4 ст. 15 ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» в части принятия закона субъекта РФ, которым был введен запрет розничной продажи на территории субъекта РФ отдельных видов спиртных напитков.

В частности, по мнению суда, из содержания абз. 2 п. 5 ст. 16 Закона о государственном регулировании производства и оборота алкоголя следует, что дополнительные ограничения могут устанавливаться и касаться времени, условий и мест розничной продажи алкогольной продукции, в том числе в качестве исключительной меры может быть установлен полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции.

При этом возможность введения в субъекте РФ запрета на розничную продажу отдельных напитков, относящихся к алкогольной продукции, указанная норма не допускается.

Такой запрет фактически означает регулирование рынка розничной продажи алкогольной продукции, разрешенной к производству и допускаемой к обороту.

Данные полномочия не перечислены и в ст. 6 «Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» названного Закона.

Кроме того, введенное ограничение противоречит ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и п. 4 ст. 15 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Принятие закона субъекта РФ привело к ограничению прав хозяйствующих субъектов на продажу, покупку, иное приобретение, обмен товаров, к ограничению продажи отдельных видов товаров на территории субъекта РФ, возникновению у хозяйствующих субъектов убытков.

Также из материалов дела следует, что от Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека поступил отзыв, согласно которому она поддержала позицию местных властей по реализации конституционного права граждан на защиту здоровья.

Таким образом, на рынке розничной продажи алкогольной продукции в связи с незаконным запретом розничной продажи отдельных видов разрешенной к обороту алкогольной продукции для ряда хозяйствующих субъектов были созданы препятствия, которые приводили к ограничению конкуренции в результате создания преимущественного положения для продавцов других видов алкогольной продукции, что свидетельствовало о законности решения антимонопольного органа.

Далее проанализируем Постановление ФАС Московского округа от 11.09.2013 по делу № А40-169152/12-92-1625.

В нём суд признал незаконным решение антимонопольного органа, которым министерство субъекта РФ (лицензирующий орган) было признано нарушившим п. 2 ч. 1 ст. 15 ФЗ «О защите конкуренции» в части издания приказа о приостановлении действия лицензии общества на розничную продажу алкогольной продукции.

Указанный приказ был издан Министерством экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области в соответствии с п. 1 ст. 20 ФЗ «О гос-

ударственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» по причине невыполнения обществом предписаний о представлении сопроводительных документов, удостоверявших легальность производства и оборота алкогольной продукции, документов, подтверждавших право пользования помещением, деклараций об объемах розничной продажи алкогольной продукции.

Как разъяснено в п. 8 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства» при рассмотрении дел о признании недействующими или недействительными актов названных органов, о признании незаконными их действий (бездействий) по заявлениям антимонопольного органа, поданным в связи с нарушением ч. 1 ст. 15 Закона о защите конкуренции, арбитражные суды должны учитывать следующее: если антимонопольным органом доказано, что акты, действия (бездействия) приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, а соответствующим органом не указана конкретная норма федерального закона, разрешавшая данному органу принять оспариваемый акт, осуществить действия (бездействие), заявленные требования подлежат удовлетворению.

Следовательно, действия министерства по изданию приказа являлись правомерными вне зависимости от наступивших или могущих наступить последствий. Кроме того, суд не усмотрел в спорном случае угрозы для конкуренции.

Итак, на основе рассмотренной судебной практики можно сделать следующие выводы.

В первом случае есть основания заявить, что возникает проблема столкновения реализации конституционного права граждан на защиту здоровья и ограничения конкуренции.

В связи с запретом продажи отдельных видов разрешенной к обороту алкогольной продукции на рынке розничной продажи реализуется конституционное право граждан на защиту здоровья по решению законодательного органа власти субъекта РФ. Из-за тенденции роста числа потребителей алкогольных напитков и снижения возраста начала потребления алкоголя введение ограничений по продаже отдельных видов алкогольной продукции вполне обосновано.

Однако суд поддерживая бизнесменов, делая вывод о необоснованности запрета, указывает на препятствия, которые приводят к ограничению конкуренции в результате создания преимущественного положения для продавцов крепкой алкогольной продукции.

Во втором случае, исходя из текста п. 8 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства», на который ссылается суд, появляется проблема по указанию соответствующим государственным органом конкретной нормы

федерального закона, которая разрешила бы органу принять оспариваемый акт, так как не исключается вероятность ошибочного или намеренного неправильного указания конкретной нормы федерального закона.

Список используемых источников:

1. Тегетаева О.Р. Государственное регулирование рынка алкогольной продукции в РФ.
URL: <http://uecs.ru/ru/uecs51-512013/item/2027-2013-03-12-08-55-58>
2. Федеральный закон Российской Федерации от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».
3. Тагирова А.В. Государственное регулирование конкуренции в Российской Федерации.
URL: <http://sibac.info/16789>
4. Архипов А.И. Экономический словарь. М.: Проспект, 2010. 672 с.
5. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О защите конкуренции».
6. Алексеенко А.П. Административная ответственность юридических лиц за нарушение порядка предварительного контроля над экономической концентрацией в России и Европейском Союзе // Юрист. 2015. № 10. С. 9-12.

© 2015, Абросимова О.А.

Регулирование конкуренции на рынке алкогольной продукции

© 2015, Abrosimova O.A.

Regulation of competition on the market of alcoholic products