



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

16 грудня 2016 р.

Київ

№ 551-р

Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції
та накладення штрафу

Антимонопольний комітет України (далі – **Комітет**), розглянувши матеріали справи № 126-26.13/28-16 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «Торгова компанія «Мегаполіс-Україна») законодавства про захист економічної конкуренції та подання відділу ринків агропромислового комплексу Департаменту досліджень і розслідувань ринків виробничої сфери, фармацевтики та ритейлу від 10.03.2016 № 126-26.13/28-16/91-спр,

керуючись положеннями:

Закону України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 № 3659-ХІІ (із змінами),

Закону України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-ІІІ (із змінами) (далі – **Закон**),

Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19.12.1995 № 481/95-ВР (із змінами),

Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19.04.1994 № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 06.05.1994 за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29.06.1998 № 169-р) (із змінами) (далі – **Правила**),

Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05.03.2002 № 9-р, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 01.04.2002 за № 317/6605 (із змінами) (далі – **Методика**), інформацією, отриманою від Державної фіскальної служби України, Державної

служби статистики України, учасників ринку (виробників, оптових і роздільних торговців сигаретами),

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ ТА ЗМІСТ СПРАВИ

- (1) У період з 2013 року до вересня 2015 року (включно) товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» (далі – **ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» та/або Товариство та/або Відповідач**) займало монопольне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку дистрибуції сигарет в Україні із часткою 99,43 відсотка;
- (2) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» є єдиним прямим контрагентом – покупцем і дистриб'ютором сигарет найбільших (за обсягами виробництва) виробників;
- (3) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» не зазнає значної конкуренції на ринку дистрибуції сигарет;
- (4) Ринкова влада ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» впливає з одноосібного доступу до придбання сигарет безпосередньо у виробників і полягає передусім у можливості на власний розсуд визначати умови подальшого обороту товару на нижньосуміжних ринках оптової і роздрібною торгівлі сигаретами;
- (5) Зловживання монопольним (домінуючим) становищем ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» полягало:
 - у збільшенні власної торговельної надбавки у складі оптово-відпускних цін реалізації сигарет за рахунок зниження максимально можливої торговельної надбавки своїх покупців (оптових і роздрібних торговців), у тому числі при неврахуванні транспортних витрат покупців, які здійснюють самостійне вивезення товару,
 - у встановленні оптово-відпускних цін реалізації сигарет для оптових торговців на однаковому рівні з оптово-відпускними цінами для роздрібних торговців,
 - у встановленні оптово-відпускних цін реалізації сигарет для роздрібних торговців на однаковому рівні з роздрібними цінами у власній роздрібній мережі,що призвело до обмеження конкурентоспроможності, ущемлення інтересів покупців Відповідача – оптових і роздрібних торговців.
- (6) Зловживання монопольним (домінуючим) становищем ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» також полягало в односторонньому (без погодження з покупцями) застосуванні обмежень обсягів реалізації замовлених покупцями сигарет при відсутності альтернативних джерел придбання, що може призвести до обмеження конкурентоспроможності, ущемлення інтересів покупців Відповідача – оптових і роздрібних торговців.

2. СТОРОНИ

- (7) Відповідачем у справі є ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» (попередня назва до 24.05.2016 – товариство з обмеженою відповідальністю «Торгова компанія «Мегаполіс-Україна», код ЄДРПОУ 30622532, м. Одеса).

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (8) Розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України від 01 жовтня 2015 року № 03/171-р розпочато розгляд справи № 126-26.13/117-15.
- (9) З метою збору доказів наказом Голови Комітету від 27.10.2015 № 75 «Про утворення комісії з перевірки» створено Комісію Комітету з перевірки (далі – **Комісія**).
- (10) Наказами Голови Комітету від 27.11.2015 № 96, від 18.12.2015 № 102 та від 14.01.2016 № 2 «Про продовження строку проведення перевірки» строк перевірки продовжено.
- (11) Відповідно до наказів, зазначених у пункті 10 цього рішення, у період з 29.10.2015 по 01.02.2016 проведено позапланову виїзну перевірку додержання Товариством законодавства про захист економічної конкуренції.
- (12) За результатами перевірки зібрано інформацію про обставини, що підтверджують наявність ознак зловживання Відповідачем монопольним (домінуючим) становищем згідно з пунктами 1, 5 частини другої статті 13 Закону.
- (13) За результатами перевірки розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 01.03.2016 № 03/49-р розпочато розгляд справи № 126-26.13/28-16 за ознаками вчинення Відповідачем порушення законодавства про захист економічної конкуренції.
- (14) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 01.03.2016 № 03/49-р справа № 126-26.13/117-15 об'єднана зі справою № 126-26.13/28-16.
- (15) Листом від 11.03.2016 № 126-26.13/03-2429 Відповідачеві направлено подання про попередні висновки у справі від 10.03.2016 № 126-26.13/28-16/91-спр.
- (16) 24.03.2016 і 15.04.2016 Державним уповноваженим Комітету проведено слухання у справі.
- (17) Листами від *[конфіденційна інформація]* Відповідач надав Комітету відповідь на подання про попередні висновки у справі та доповнення до неї.
- (18) Листами *[конфіденційна інформація]* Відповідач додатково надав Комітету заперечення щодо вчинення порушення, проект комерційної політики Товариства, звернення та клопотання з процесуальних питань та інші документи;

- (19) 16.08.2016, 30.08.2016, 01.09.2016, 13.09.2016, 13.12.2016 Комітетом проведено слухання у справі та 16.12.2016 прийнято рішення за результатами її розгляду.

4. ВИЗНАЧЕННЯ МОНОПОЛЬНОГО (ДОМІНУЮЧОГО) СТАНОВИЩА

4.1. Встановлення об'єктів аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища

- (20) Відповідно до Методики об'єктами аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища є: суб'єкт господарювання та конкретний товар (продукція, роботи, послуги), який (які) випускається(ються), постачається(ються), продається(ються), придбавається(ються) (використовується(ються), споживається(ються)) цим (цими) суб'єктом (суб'єктами) господарювання.
- (21) Суб'єктом господарювання, який є об'єктом аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища, є ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА».
- (22) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» є суб'єктом господарювання в розумінні статті 1 Закону.

[конфіденційна інформація]

- (38) З огляду на зазначене інша господарська діяльність ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА», крім дистрибуції сигарет, не є об'єктом аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища.

4.2. Перелік товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання і які мають ознаки одного товару, товарної групи

- (39) Відповідно до Методики перелік товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, складається з товарів (товарних груп), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території і які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи). Визначення ознак одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи) здійснюється виходячи з подібності.
- (40) Основні засади державної політики щодо регулювання виробництва, експорту, імпорту, оптової і роздрібною торгівлі тютюновими виробами, забезпечення їх високої якості та захисту здоров'я громадян, а також посилення боротьби з незаконним виробництвом та обігом тютюнових виробів на території України визначено Законом України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів».

- (41) Відповідно до статті 1 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів», до тютюнових виробів належать сигарети, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння, нюхання, смоктання чи жування.¹

4.2.1. Споживчі характеристики тютюнових виробів

- (42) Складові частини тютюну:
- нікотин та інші алкалоїди (нікотин, піридинові підстави, метиламін, вугільні кислоти);
 - білки (найпростіші аміни, поліфеноли, жирні кислоти, аміак, вуглекислота);
 - аміносполуки (аміак, найпростіші аміни);
 - вуглеводи і жирні кислоти (вуглекислоти, окис вуглецю, фенольні похідні, альдегіди);
 - смоли (смолисті леткі речовини, кетони, органічні кислоти);
 - ефірні масла (складні ефіри, продукти конденсації і розкладання важколетких частин ефірного масла);
 - пектинові речовини (метиловий спирт, окис вуглецю, вугільна кислота).
- (43) За функціональним призначенням тютюнові вироби розподіляються на тютюнові вироби для куріння, нюхання, смоктання чи жування.
- (44) Тютюнові вироби для куріння не є подібними тютюновим виробам для нюхання, смоктання чи жування за функціональним призначенням і споживчими характеристиками.
- (45) **Звідси тютюнові вироби для нюхання, смоктання чи жування не належать до переліку товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, оскільки вони мають ознаки інших товарних груп, ніж тютюнові вироби для куріння.**
- (46) До тютюнових виробів для куріння належать: сигарети, сигари, сигарили, а також люльковий тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння.

¹ Аналогічне визначення тютюнових виробів міститься у пп.14.1.252 п.14 ст.14 Податкового кодексу України.

4.2.2. *Умови споживання*

- (47) На відміну від сигарет, сигар і сигарил, тютюн курильний, тютюн люльковий та махорка вимагають від споживачів ручного набивання гільз або трубки, а також використання суміжних товарів (крім запальничок, сірників тощо).
- (48) За таких обставин не можна вважати, що тютюн курильний, тютюн люльковий, махорка є подібними до сигарет, сигар і сигарил з точки зору умов споживання.
- (49) Звідси тютюн курильний, тютюн люльковий, махорка не належать до переліку товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, оскільки вони мають ознаки інших товарних груп, ніж сигарети, сигари і сигарили.**

4.2.3. *Умови реалізації*

- (50) На ринку існує стала практика щодо відокремлення каналів реалізації сигар і сигарил від каналів збуту сигарет.
- (51) Так, зазвичай сигари та сигарили реалізуються через спеціалізовані магазини так званої альтернативної тютюнової продукції, орієнтовані на споживачів преміум-сегмента.
- (52) Натомість сигарети є товаром широкого вжитку, масового попиту і пропозиції, споживачами та покупцями сигарет є представники всіх шарів суспільства.

4.2.4. *Ціна*

- (53) Понад 80 відсотків усіх сигарет, що продаються в Україні, представлені в низькому й середньому цінових сегментах. Ціна таких сигарет становить у середньому до 20 гривень за пачку (у більшості випадків – 20 штук сигарет у пачці).
- (54) Частка преміум-сегмента сигарет становить близько 20 відсотків, їх ціна – у середньому до 30 гривень за пачку (у більшості випадків – 20 штук сигарет у пачці).
- (55) У свою чергу сигари та сигарили є значно дорожчими за сигарети, представлені в середньому і преміум цінових сегментах. Ціна таких тютюнових виробів у середньому орієнтовно становить від 100 до 1000 гривень за пачку (у більшості випадків – 20 штук сигарет у пачці)².

² Маються на увазі сигари та сигарили машинного скручування. Сигари ручного скручування належать до сегмента «Люкс» та є значно дорожчими (у середньому орієнтовно від 150 до 35 000 гривень за штуку).

- (56) Враховуючі різні умови реалізації, ціни та уподобання споживачів, сигарети не можна вважати подібними (аналогічними) до сигар та сигарил.
- (57) **Отже, сигари та сигарили не належать до переліку товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, оскільки вони мають ознаки інших товарних груп, ніж сигарети.**
- (58) На ринку представлено понад 350 найменувань сигарет, натомість усі сигарети належать до однієї групи товарів, оскільки мають подібні споживчі характеристики, умови споживання, умови реалізації та рівень цін.
- (59) **Отже, сигарети належать до групи товарів, щодо яких має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, оскільки вони мають ознаки однієї товарної групи: подібні споживчі характеристики, умови споживання, умови реалізації та рівень цін.**

4.3. Перелік основних продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів) сигарет

- (60) Згідно з Методикою перелік основних продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) може складатися шляхом визначення суб'єктів господарювання, які мають значущі обсяги продажу (постачання, виробництва), придбання (споживання, використання) товарів (товарних груп), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території. Значущими обсягами продажу (постачання, виробництва), придбання (споживання, використання) товарів (товарних груп) визначаються обсяги, які зазвичай перевищують 5 відсотків відомих обсягів товарів (товарних груп), що мають ознаки однакових (подібних, аналогічних), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території.
- (61) За інформацією Державної служби статистики України³, діяльність з виробництва в Україні сигарет протягом 2013 року здійснювали 7 суб'єктів господарювання, а саме:
- приватне акціонерне товариство «Філіп Морріс Україна» (ПрАТ «Філіп Морріс Україна»), *[конфіденційна інформація]*;
 - публічне акціонерне товариство «Джей Ті Інтернешнл Україна» (ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна»), *[конфіденційна інформація]* ;

³ Лист Державної служби статистики України № 15.1-10/56-15 від 06.04.2015.

- приватне акціонерне товариство «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» (ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна», *[конфіденційна інформація]*);
 - приватне акціонерне товариство «А/Т тютюнова компанія «В.А.Т.-Прилуки» (ПрАТ «В.А.Т.-Прилуки»), *[конфіденційна інформація]* ;
 - дочірнє підприємство «Тютюнова компанія «Хамадей» (ДП «ТК «Хамадей»), *[конфіденційна інформація]*;
 - товариство з обмеженою відповідальністю «Львівська тютюнова фабрика» (ТОВ «Львівська ТФ»), *[конфіденційна інформація]*;
 - товариство з обмеженою відповідальністю «Феодосійська тютюнова фабрика», *[конфіденційна інформація]*.
- (62) Сукупні обсяги виробництва сигарет ПрАТ «Філіп Морріс Україна», ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» та ПрАТ «В.А.Т.-Прилуки» були значущими та становили: за 2013 рік – 99,5 відсотка, 2014 рік – 99,3 відсотка, 9 місяців 2015 року – 99,8 відсотка сукупного обсягу виробництва сигарет на території України.
- (63) Обсяги виробництва сигарет ТОВ «Львівська ТФ», ТОВ «Феодосійська тютюнова фабрика» і ДП «ТК «Хамадей» не були значущими, тобто обсяг кожного із зазначених виробників не перевищував 0,5 відсотка обсягу виробництва сигарет на території України та загального обсягу сигарет, що обертаються в Україні.
- (64) **Ураховуючи викладене, ПрАТ «Філіп Морріс Україна», ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна», ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» та ПрАТ «В.А.Т.-Прилуки» мають значущі обсяги виробництва сигарет, які обертаються на території України.**
- (65) Кожен з перелічених у пункті 64 цього рішення виробників реалізовує власні вироблені сигарети самостійно та/або через юридичних осіб, з яким він є єдиним суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону (надалі разом – **Виробники**), а саме:
- ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» – через ПрАТ «Джей Ті Інтернешнл Компані Україна» (далі разом та окремо – **Джей Ті**);
 - ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» – через ПЗП «Імперіал Тобакко Юкрейн» (далі разом та окремо – **Імперіал Тобакко**);
 - ПрАТ «Філіп Морріс Україна» самостійно, а з липня 2015 року – через ТОВ «Філіп Морріс Сейлз енд Дистриб'юшн» (далі разом та окремо – **Філіп Морріс**);
 - ПрАТ «В.А.Т.-Прилуки» самостійно (далі – **В.А.Т.**).
- (66) Так, у 2011 році Філіп Морріс реалізовував сигарети за прямими договорами *[конфіденційна інформація]* суб'єктам господарювання, Джей Ті – *[конфіденційна інформація]* суб'єктам господарювання,

В.А.Т. – [конфіденційна інформація] суб'єктам господарювання, Імперіал Тобакко – [конфіденційна інформація] суб'єкту господарювання.

(67) У рекомендаціях Комітету № 6-рк від 23 січня 2013 року, зокрема, встановлено:

«1. ПрАТ «Філіп Морріс Україна» у 2011 році реалізовувало ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна» [конфіденційна інформація] відсотка виробленої продукції.

Починаючи з I кварталу 2012 року, вся вироблена ПрАТ «Філіп Морріс Україна» продукція реалізується лише ТОВ «ТК «Мегаполіс Україна».

2. ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» (через ПрАТ «Джей Ті Інтернешнл Компані Україна») у 2011 році реалізовувало ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна» [конфіденційна інформація] відсотків виробленої продукції.

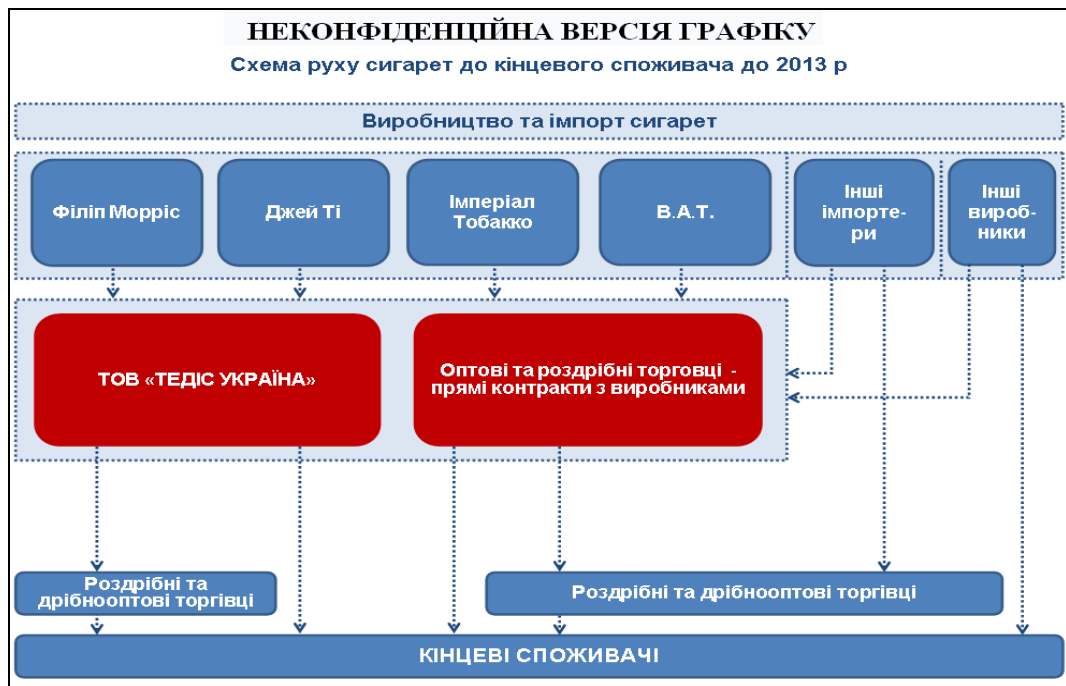
У 2012 ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна» реалізовано [конфіденційна інформація] відсотка виробленої ПАТ «Джей Ті Інтернешнл Україна» продукції.

3. ПрАТ «А/Т тютюнова компанія «В.А.Т. – Прилуки» у 2011 році реалізовувало ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна» [конфіденційна інформація] відсотка виробленої продукції. З I кварталу 2012 року ПрАТ «А/Т тютюнова компанія «В.А.Т.-Прилуки» реалізовувало [конфіденційна інформація] відсотка виробленої продукції ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна».

4. ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» (через ПЗП «Імперіал Тобакко Україна») у 2011 році реалізовувало ТОВ «ТК «Мегаполіс-Україна» [конфіденційна інформація] відсотка виробленої продукції.

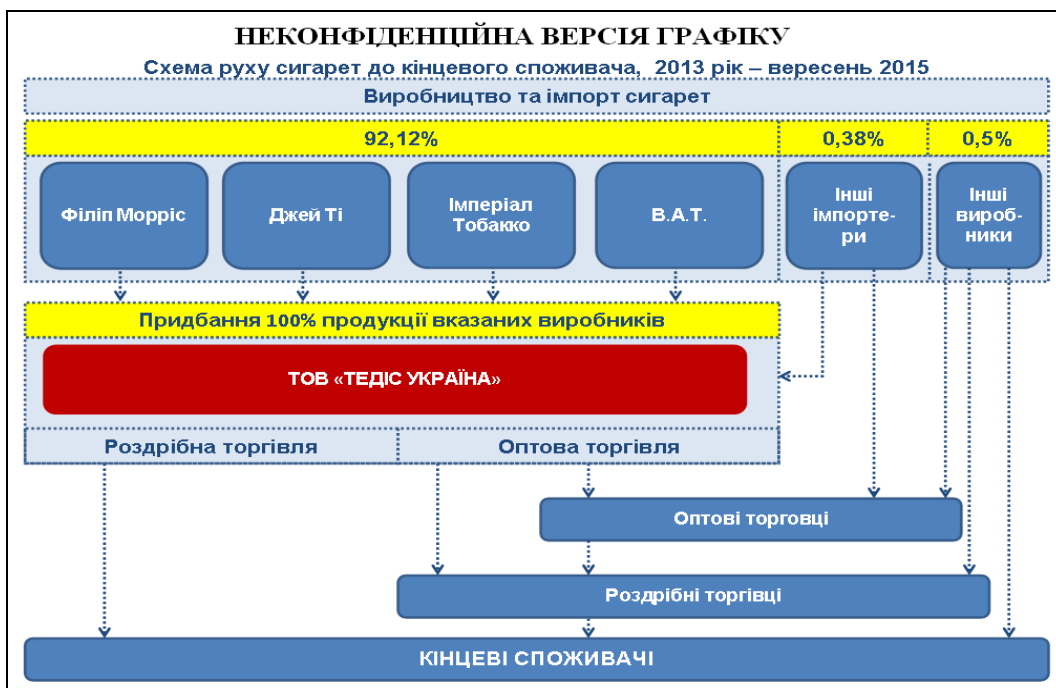
У 2012 році [конфіденційна інформація] відсотка продукції ПрАТ «Імперіал Тобакко Продакшн Україна» було продано ТОВ «ТК «Мегаполіс Україна».

(68) Схематичне відображення руху сигарет, які є товаром, до кінцевих споживачів у період до 2013 року виглядає таким чином:



- (69) Тут і надалі в рішенні наводяться дані 2012 року для порівняння стану конкуренції на ринку до і після повного набуття Відповідачем монопольного (домінуючого) становища в 2013 році.
- (70) Починаючи з 2013 року, понад 99 відсотків сигарет, вироблених в Україні, Виробники реалізують виключно ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА»⁴.
- (71) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» укладено договори поставки та дистрибуції з кожним із Виробників:
- з Філіп Морріс – договір [конфіденційна інформація];
 - з Джей Ті – договір [конфіденційна інформація];
 - з Імперіал Тобакко – [конфіденційна інформація];
 - з В.А.Т. – договір [конфіденційна інформація].
- (72) Жоден із суб'єктів господарювання, крім Відповідача, починаючи з 2013 року, не мав можливості придбати сигарети Філіп Морріс, Джей Ті, Імперіал Тобакко та В.А.Т. безпосередньо у Виробників.
- (73) Схематичне відображення руху сигарет, які є товаром, до кінцевих споживачів, щодо якого має визначатися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, у період з 2013 по вересень 2015 року виглядає таким чином:

⁴ Підтверджується рішенням Антимонопольного комітету України № 608-р від 09 грудня 2014 року, а також інформацією, отриманою від Виробників.



- (74) У свою чергу протягом 2013 – 9 місяців 2015 року ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» придбавало безпосередньо у Виробників та здійснювало дистрибуцію сигарет Філіп Морріс, Джей Ті, Імперіал Тобакко та В.А.Т. своїм торговим партнерам (покупцям) – близько *[конфіденційна інформація]* тисячам суб'єктів господарювання⁵:
- оптовим торговцям *[конфіденційна інформація]*;
 - роздрібним торговцям, *[конфіденційна інформація]*;
- а також кінцевим споживачам через власну роздрібну мережу.

4.4. Визначення товарних меж ринку

- (75) Відповідно до Методики товарні межі ринку визначаються шляхом формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп), у межах якої споживач за звичайних умов може легко перейти від споживання одного товару до споживання іншого.
- (76) Формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп) здійснюється з переліку товарів, які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи), за показниками взаємозамінності.
- (77) Як зазначалося в пунктах 41 – 59 цього рішення, сигарети мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів,

⁵ Листи ТОВ «ТЕДІС-Україна *[конфіденційна інформація]*.

користувачів) ознаки одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи) за показниками взаємозамінності, а саме:

- подібність призначення – сигарети є тютюновими виробами для куріння;
- подібність споживчих властивостей – сигарети є тютюновим виробами для куріння, які складаються з відрізка тютюнового джгута, обгорнутого сигаретним папером, склеєного по поздовжньому шву;
- умови використання сигарет не вимагають від споживачів ручного набивання гільз або трубки, а також використання суміжних товарів (крім запальничок, сірників тощо);
- подібність фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників тощо;
- наявність спільної групи споживачів товару (товарної групи) – осіб, що курять сигарети;
- відсутність суттєвої різниці в цінах;
- взаємозамінність товарів (товарної групи) з точки зору їх виробництва, тобто здатності виробників запропонувати нові товари на заміну існуючих.

(78) Отже, товаром відповідно до Методики є сигарети.

(79) Для визначення відповідного ринку та оцінки ринкових позицій суб'єктів господарювання, крім аналізу об'єктивних характеристик відповідних товарів, необхідно аналізувати структуру пропозиції та попиту, а також умови обороту товару.

(80) Параметри для визначення відповідного ринку мають застосовуватися для оцінки реальної ринкової позиції суб'єкта та ступеня його ринкової влади.

(81) У результаті проведеного аналізу з'ясовано, що на стадії руху товару від Виробників їх пропозиція зустрічається з попитом єдиного, незамінного покупця, обраного за специфічними критеріями (здійснення діяльності з дистрибуції по всій території України).

(82) Покупці, які мають ліцензії на право оптової та/або роздрібною торгівлі, але не відповідають критеріям Виробників у частині наявності розгалуженої системи дистрибуції, не мають укладених договорів купівлі-продажу сигарет з Виробниками, не мають можливості придбавати товар у Виробників, незважаючи на наявність ліцензій.

(83) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА», яке є єдиним покупцем товару у Виробників, набувши статусу їх уповноваженого дистриб'ютора, стає єдиним можливим продавцем товару Виробників для всіх інших бажаючих придбати товар покупців (оптових і роздрібних торгівців), набуваючи здатності одноосібно визначати умови обороту товару на нижньосуміжних ринках.

- (84) Згідно з цим основним параметром, який формує ринкову позицію ТОВ «ТЕДІС Україна» стосовно обороту товару на стадії його руху від Виробників до оптових і роздрібних торгівців та кінцевих споживачів, відповідним ринком є ринок дистрибуції сигарет.
- (85) **Отже, за таких обставин товарними межами ринку є дистрибуція сигарет.**

4.5. Визначення територіальних (географічних) меж ринку

- (86) Відповідно до Методики територіальні (географічні) межі ринку певного товару (товарної групи) визначаються шляхом установаження мінімальної території, за межами якої, з точки зору споживача, придбання товарів (товарної групи), що належать до групи взаємозамінних товарів (товарної групи), є неможливим або недоцільним.
- (87) Територіальними (географічними) межами ринку дистрибуції сигарет є територія України, оскільки:
- фізичні і технічні характеристики товарної групи роблять можливим і доцільним придбання та споживання сигарет у межах загальнодержавного ринку України;
 - рівень цін на аналогічні марки сигарет у межах України є однаковим або відрізняється несуттєво, що, крім іншого, пояснюється наявністю максимальних роздрібних цін на тютюнові вироби, які діють на всій території України та які встановлюють виробники у зв'язку з оподаткуванням тютюнових виробів акцизним податком;
 - якість і споживчі властивості сигарет при транспортуванні не змінюються, а тому переміщення попиту на цю товарну групу між територіями, які входять до загальнодержавного ринку України, є можливим;
 - не існує бар'єрів для транспортування сигарет у межах України;
 - не існує розподілу споживачів сигарет та торгових партнерів дистриб'ютора сигарет за місцем їх розташування;
 - рівень цін на певні сигарети на територіях суміжних країн відрізняється від рівня цін в Україні, можливість переміщення пропозиції товару (товарної групи) між цими територіями обмежена;
 - транспортування сигарет у межах України не має помітного впливу на рівень якості та споживчі властивості зазначеного товару, а також відсутні бар'єри для переміщення товару з одного регіону України (в якому товар виробляється) в інший (де товар реалізується). Визначальним є те, що спроможність до переміщення або попиту сигарет, або пропозиції щодо цієї товарної групи в

межах України є вищою та рівнозначною щодо окремих регіонів України порівняно зі спроможністю їх до переміщення відносно територій суміжних країн.

- (88) Коректність визначення територіальних (географічних) меж товарного ринку може бути перевірена дослідженням відкритості ринку щодо міжнародної торгівлі, за формулою:

$$\text{Ступінь відкритості ринку} = \frac{\text{Обсяг імпорту в Україну}}{\text{Загальний обсяг ринку сигарет України}} \times 100\%$$

- (89) Загальний обсяг реалізації сигарет за період 2013 – вересень 2015 року на ринку України¹:

| Період | Обсяг виробництва в Україні сигарет, тис. шт. | Обсяг експорту з України сигарет, тис. шт. | Обсяг імпорту в Україну сигарет, тис. шт. | Загальний обсяг реалізації сигарет в Україні, тис. шт. |
|------------------|---|--|---|--|
| 2013 рік | - | - | - | - |
| 2014 рік | - | - | - | - |
| 9 міс. 2015 року | - | - | - | - |
| Всього | - | - | - | - |

- (90) Комітет здійснив розрахунок ступеня відкритості ринку сигарет за період 2013 – вересень 2015 року:

| Період | Обсяг імпорту в Україну сигарет, тис. шт. | Загальний обсяг реалізації сигарет в Україні, тис. шт. | Ступінь відкритості ринку реалізації сигарет, % |
|------------------|---|--|---|
| 2013 рік | - | - | 5 % |
| 2014 рік | - | - | 13 % |
| 9 міс. 2015 року | - | - | 7 % |

- (91) Відповідно до Методики, якщо ступінь відкритості ринку становить менше 40 відсотків – територіальними (географічними) межами ринку є територія держави.
- (92) Показник ступеня відкритості ринку дистрибуції сигарет, який у 2013 – 2015 роках становив від 5 до 13 відсотків, підтверджує, що територіальними (географічними) межами ринку дистрибуції сигарет є територія держави.
- (93) **Отже, територіальними (географічними) межами ринку дистрибуції сигарет є межі загальнодержавного ринку України.**

4.6. Встановлення проміжку часу, стосовно якого має визначатися становище суб'єктів господарювання на ринку – визначення часових меж ринку

- (94) Відповідно до Методики часові межі ринку визначаються як проміжок часу (як правило, рік), протягом якого відповідна сукупність товарно-грошових відносин між продавцями (постачальниками, виробниками) і споживачами утворює ринок товару із сталою структурою.
- (95) Відповідно до інформації, наявної в Комітеті, існуюча структура загальнодержавного ринку дистрибуції сигарет сформувалася у 2013 році і по вересень 2015 року була сталою.
- (96) Як вбачається з наведеної нижче діаграми, сукупні обсяги виробництва і реалізації сигарет ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» (в тис.грн.) та їх структура в межах ринку були сталими.
(графік, [конфіденційна інформація]).
- (97) Співвідношення виробництва та імпорту сигарет, їх структура в межах ринку були сталими.
(графік, [конфіденційна інформація]).
- (98) Після консолідації Відповідачем дистрибуції та реалізації у 2013 році сигарет, вироблених Філіп Морріс, Джей Ті, Імперіал Тобакко та В.А.Т., структура каналів реалізації сигарет залишається сталою та відображена в пункті 73 цього рішення.
- (99) **Отже, часові межі ринку дистрибуції сигарет визначаються як проміжок часу з 2013 року по вересень 2015 року.**

4.7. Визначення обсягів товару, який обертається на ринку

- (100) Згідно з Методикою обсяг ринку, на якому визначається монопольне (домінуюче) становище, визначається як загальний обсяг надходження товару на ринок.

- (101) Відповідно до пункту 8.1 Методики визначення обсягів товару, який обертається на ринку дистрибуції сигарет, здійснюється за такою формулою: $Q_{рт} = \sum Q_j$.
- (102) У вказаній в пункті 101 цього рішення формулі $\sum Q_j$ – це сукупний обсяг виробництва сигарет усіма Виробниками на території України.
- (103) Нижче міститься розрахунок зазначеного обсягу виробництва.
- (104) Згідно з Методикою при встановленні обсягу ринку враховується обсяг експорту та імпорту у відповідний період, а саме:

| Обсяг/період | 2013 рік – 9 місяців 2015 року |
|--|--------------------------------|
| Q _{РТ} виробництво | [конфіденційна інформація] |
| Експорт | [конфіденційна інформація] |
| Імпорт | [конфіденційна інформація] |
| Q _{РТ} реалізації на внутрішньому ринку з 2013 року по вересень 2015 року | [конфіденційна інформація] |

- (105) Отже, обсяг загальнодержавного ринку дистрибуції сигарет з 2013 року по вересень 2015 року становив [конфіденційна інформація] сигарет.

4.8. Розрахунок часток суб'єктів господарювання на ринку

- (106) Як вбачається з пункту 8.4 Методики, частка суб'єкта господарювання на ринку розраховується за формулою:

$$\text{Частка на ринку суб'єкта господарювання} = \frac{\text{Обсяг товарів, що реалізуються цим суб'єктом господарювання}}{\text{Загальний обсяг реалізації товару на ринку України}} \times 100\%$$

- (107) За інформацією, отриманою Комітетом від Державної фіскальної служби України (лист [конфіденційна інформація]), обсяги реалізації сигарет ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» за період 2013 – вересень 2015 року становили [конфіденційна інформація] тис. шт.
- (108) При визначенні частки суб'єкта на ринку враховано, що обсяг виробництва сигарет, з урахуванням обсягів імпорту й експорту, є максимально можливим обсягом товару, що міг бути реалізований на ринку.
- (109) Виходячи з наведеного, частка ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» на ринку товару в Україні за період 2013 – вересень 2015 року становила:

$$\text{Частка ТОВ «ТЕДІС»} = \frac{\text{[конфіденційна інформація]}}{\text{[конфіденційна інформація]}} \times 100\% = 99,43$$

УКРАЇН
А»

тис. шт.

*[конфіденційна
інформація]*
тис. шт.

4.9. Складання переліку покупців сигарет – потенційних конкурентів, які можуть придбавати той самий або/та аналогічний товар (товарну групу) на ринку.

- (110) Відповідно до Методики потенційними конкурентами, зокрема, вважаються такі суб'єкти господарювання:
- які мають матеріально-технічну базу, кадри, технології тощо, але з різних причин не реалізують ці можливості;
 - нові суб'єкти господарювання, які можуть вступити на ринок.
- (111) Кожен з Виробників висуває вимоги до потенційних дистриб'юторів, які суттєво не відрізняються між собою:
- наявність ліцензії на право здійснення оптової торгівлі тютюновими виробами;
 - дотримання законодавства у сфері обігу тютюнових виробів, протидії корупції та легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом;
 - наявність прозорої структури власності;
 - наявність досвіду в галузі дистрибуції споживчих товарів широкого вжитку;
 - здійснення визначених Виробником(ами) обсягів закупівлі сигарет;
 - поставка сигарет не тільки у великі міста, а й у селища міського типу та села;
 - наявність складських приміщень, що забезпечують якісне (без змін споживчих характеристик) зберігання сигарет;
 - проведення логістичних операцій, сканування, відвантаження;
 - наявність власних чи орендованих транспортних засобів;
 - обов'язок щодо створення резервного запасу сигарет на складах (безперебійність дистрибуції);
 - наявність стабільного фінансового стану, можливість придбавати сигарети за попередньою оплатою, надання банківської гарантії, відстрочка платежу контрагентам;
 - надання інформації Виробникам щодо обсягів реалізації сигарет з метою планування подальшого виробництва;
 - здійснення обліку руху сигарет для зменшення незаконної торгівлі;

– навність досвіченого для роботи із сигаретами та для відвідування місць продажу персоналу тощо.

- (112) Для прикладу, наводимо перелік оприлюднених вимог до дистриб'юторів та деякі цитати щодо них згідно з Комерційною політикою з дистрибуції тютюнових виробів Філіп Морріс, зокрема: *[конфіденційна інформація]*.
- (113) В.А.Т. висуває такі критерії відбору дистриб'ютора: *[конфіденційна інформація]*.
- (114) Схожі критерії містять відповідні переліки критеріїв Джей Ті, наприклад: *[конфіденційна інформація]*.
- (115) Імперіал Тобакко висуває аналогічні вимоги щодо *[конфіденційна інформація]*.
- (116) Зазначеним та іншим вимогам Виробників до потенційних дистриб'юторів на сьогодні не відповідає жоден із суб'єктів господарювання, що придбаває сигарети у ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА».
- (117) Такі суб'єкти господарювання неодноразово зверталися до Виробників з пропозиціями розглянути можливість співпраці щодо прямих поставок сигарет без посередників і дистриб'юторів, за результатами розгляду яких отримували відповіді від Виробників щодо необхідності надання документів, проведення обговорень, зустрічей, переговорів.
- (118) На 16 грудня 2016 року Виробниками так і не укладено жодного договору на придбання/реалізацію сигарет безпосередньо у Виробників з жодним із суб'єктів господарювання, крім ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА».
- (119) За таких обставин є всі підстави вважати, що у ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» відсутні потенційні конкуренти.

4.10. Визначення бар'єрів вступу на ринок для суб'єктів господарювання, які придбавають або можуть придбавати той самий або/та аналогічний товар (товарну групу) на ринку

- (120) Згідно з Методикою бар'єрами для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок є: обмеження за попитом, пов'язані з високою насиченістю ринку товарами (товарними групами) та низькою платоспроможністю покупців; адміністративні обмеження; економічні та організаційні обмеження; екологічні обмеження; нерозвиненість ринкової інфраструктури; інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи).
- (121) Найсуттєвішими бар'єрами для вступу потенційних конкурентів на ринок дистрибуції сигарет є обмеження, пов'язані з необхідністю відповідати вимогам до дистриб'ютора(ів), що висуваються Виробниками, більш детально описані в пунктах 111 - 115 цього рішення, підтвердженням чого є відсутність чинного договору на придбання/реалізацію сигарет між Виробниками та іншими, крім Відповідача, суб'єктами господарювання.

- (122) Додатковим бар'єром є те, що організація дистрибуції сигарет по всій території України, як того вимагають Виробники, спричиняє суттєві витрати, зокрема, у розмірі витрат на придбання визначеного кожним із Виробників обсягу товару, здійснення 100-відсоткової попередньої оплати, надання банківської гарантії, витрат на оренду приміщень складського зберігання, транспортування, що забезпечує рух сигарет від Виробника до споживача по всій території України.
- (123) Також бар'єрами для вступу на ринок дистрибуції сигарет є адміністративні обмеження, а саме: необхідність отримання ліцензії на право оптової торгівлі тютюновими виробами, вартість якої становить 500 тис. гривень, наявність зареєстрованих в єдиному державному реєстрі приміщень складського зберігання (необхідність подання суб'єктом господарювання заяви й отримання довідки в департаменті Державної фіскальної служби України).
- (124) Відтак можливості вступу на ринок дистрибуції сигарет інших, крім Відповідача, суб'єктів господарювання обмежені.
- (125) Відповідно до Методики наявність хоча б одного бар'єра вступу на ринок, що не може бути подоланий суб'єктом господарювання протягом 1 – 2 років унаслідок неможливості компенсації за цей час витрат, необхідних для вступу на ринок, розглядається як ознака того, що суб'єкт господарювання не є потенційним конкурентом.
- (126) Подолання суб'єктами господарювання бар'єрів вступу на ринок дистрибуції сигарет у вигляді побудови загальнонаціональної дистрибуторської мережі, яка б відповідала всім вимогам Виробників до потенційних дистриб'юторів, протягом 2013 – вересня 2015 року та одного року і 3 місяців підряд так і не відбулося.
- (127) Зазначене стосується, зокрема, бар'єру придбання, зберігання та подальшої доставки й реалізації сукупного обсягу сигарет, вироблених Філіп Морріс, Джей Ті, Імперіал Тобакко та В.А.Т.
- (128) **Отже, у ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» відсутні потенційні конкуренти, тобто дистриб'ютори, які можуть придбавати, зберігати, доставляти до місць зберігання та/або продажу інших оптових та роздрібних торговців та реалізовувати оптовим і роздрібним торговцям по всій території України сукупний обсяг сигарет, вироблених Філіп Морріс, Джей Ті, Імперіал Тобакко та В.А.Т.**
- 4.11. Встановлення монопольного (домінуючого) становища суб'єкта (суб'єктів) господарювання на ринку**
- (129) Частка ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» на загальнодержавному ринку дистрибуції сигарет у період з 2013 по 9 місяців 2015 року становила **99,43** відсотка.
- (130) Ринкова влада Відповідача впливає з одноосібного доступу до придбання сигарет безпосередньо у Виробників і полягає в:

- можливості на власний розсуд визначати умови подальшого обороту товару на нижньосуміжних ринках оптової і роздрібної торгівлі сигаретами;
 - можливості на власний розсуд визначати умови поставки сигарет своїм покупцям (оптовим і роздрібним торговцям), у тому числі обмежувати поставки;
 - можливості на власний розсуд і без економічного обґрунтування встановлювати як розмір власного валового прибутку від реалізації сигарет, так і розмір валового прибутку від реалізації сигарет своїх покупців (оптових і роздрібних торговців) шляхом підвищення власної торговельної надбавки ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» у складі оптово-відпускних цін.
- (131) ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» не має жодного конкурента на ринку і не зазнає значної конкуренції, оскільки завдяки своїй ринковій владі єдиного дистриб'ютора Виробників має здатність обмежувати конкуренцію, зокрема шляхом обмеження конкурентоспроможності, ущемлення інтересів інших оптових і роздрібних торговців сигаретами.
- (132) **Отже, ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» займало монопольне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку дистрибуції сигарет у період з 2013 року по вересень 2015 року відповідно до частини другої статті 12 Закону.**
- (133) У Комітеті відсутні підстави вважати, що монопольне становище і частка Відповідача на задіяному ринку суттєво змінилися в період з жовтня 2015 року по теперішній час.
- (134) Під час розгляду справи Відповідач не довів, що зазнає значної конкуренції.

5. ЗЛОВЖИВАННЯ МОНОПОЛЬНИМ (ДОМІНУЮЧИМ) СТАНОВИЩЕМ НА РИНКУ

5.1. Поняття зловживання монопольним становищем відповідно до Закону

- (135) Відповідно до частини першої статті 13 Закону зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.
- (136) Відповідно до частини першої статті 13 Закону зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до

недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.

- (137) Зокрема, згідно з частиною другою статті 13 Закону, зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку, з-поміж іншого, визнається:
- встановлення таких цін чи інших умов придбання або реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку;
 - часткова або повна відмова від придбання або реалізації товару за відсутності альтернативних джерел реалізації чи придбання тощо.
- (138) При цьому, відповідно до статті 13 Закону, для кваліфікації дій суб'єктів господарювання як зловживання монопольним (домінуючим) становищем на ринку не є обов'язковим з'ясування настання наслідків у формі недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання (конкурентів, покупців) чи споживачів, зокрема через заподіяння їм шкоди (збитків) або іншого реального порушення їх прав чи інтересів, чи фактичного настання інших відповідних наслідків.
- (139) Достатнім є встановлення самого факту вчинення дій, визначених законом як зловживання монопольним (домінуючим) становищем (частина друга статті 13 Закону), та *можливості* настання зазначених наслідків у зв'язку з відповідними діями таких суб'єктів господарювання (частина перша статті 13 Закону).
- (140) Відповідно до статті 13 Закону навіть одноразове порушення, допущене суб'єктом господарювання, може бути кваліфіковане за ознаками як зловживання монопольним (домінуючим) становищем.
- (141) Ураховуючи викладене, Комітетом встановлено обставини, що вказують на наявність зловживання ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» своїм монопольним (домінуючим) становищем на загальнодержавному ринку дистрибуції сигарет.

[конфіденційна інформація].

6. СПРОСТУВАННЯ ЗАПЕРЕЧЕНЬ ВІДПОВІДАЧА

[конфіденційна інформація].

7. ВИСНОВОК ЩОДО КВАЛІФІКАЦІЇ ПОРУШЕНЬ, РОЗМІР ДОХОДУ ВІДПОВІДАЧА І РОЗРАХУНОК ШТРАФУ

- (340) Беручи до уваги вищевикладене, матеріалами справи доведено, а запереченнями Відповідача не спростовано, що дії **ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА»**, які полягали:

- у збільшенні власної торговельної надбавки у складі оптово-відпускних цін реалізації сигарет за рахунок зниження максимально можливої торговельної надбавки своїх покупців (оптових і роздрібних торговців), у тому числі при неврахуванні транспортних витрат покупців, які здійснюють самостійне вивезення товару;
 - у встановленні оптово-відпускних цін реалізації сигарет для оптових торговців на однаковому економічному рівні (з різницею до 2 відсотків) з оптово-відпускними цінами для роздрібних торговців,
 - у встановленні оптово-відпускних цін реалізації сигарет для роздрібних торговців на однаковому економічному рівні (з різницею до 2 відсотків) з роздрібними цінами у власній роздрібній мережі,
що призвели до обмеження конкурентоспроможності, ущемлення інтересів покупців Відповідача – оптових і роздрібних торговців,
є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 1 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (341) Крім того, матеріалами справи доведено, а запереченнями Відповідача не спростовано, що дії ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА», які полягали в односторонньому (без погодження з покупцями) застосуванні обмежень обсягів реалізації замовлених покупцями сигарет при відсутності альтернативних джерел придбання, що може призвести до обмеження конкурентоспроможності, ущемлення інтересів покупців Відповідача – оптових і роздрібних торговців, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем, передбаченим пунктом 5 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (342) Відповідно до абзацу другого частини другої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» за порушення пункту 2 статті 50 цього Закону накладається штраф у розмірі до десяти відсотків доходу (виручки) суб'єкта господарювання від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.
- (343) Відповідно до копії форми 2 «Звіт про фінансові результати» за 2015 рік, дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становив [конфіденційна інформація] тис. гривень.
- (344) Під час розрахунку штрафу за порушення, передбачені пунктом 1 частини другої статті 13 та пунктом 5 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції», враховано:

- розмір доходу, що пов'язаний з порушенням, передбаченим пунктом 1 частини другої статті 13, визначений як чистий дохід Відповідача від реалізації сигарет оптовим та роздрібним торгівцям за період із січня 2013 по вересень 2015 року за інформацією, наданою Відповідачем та ДФС України;
- розмір доходу, пов'язаний з порушенням, передбаченим пунктом 5 частини другої статті 13, розраховано на підставі пункту 9.3 рекомендаційних роз'яснень № 39-рр від 09.08.2016 оціночним шляхом за наданою ТОВ *[конфіденційна інформація]* і ТОВ *[конфіденційна інформація]* інформацією щодо обсягів недопоставок сигарет;
- відсутність впливу на суміжні ринки;
- антисоціальний ефект сигарет;
- рівень рентабельності діяльності Відповідача з дистрибуції сигарет;
- відсутність факту припинення порушення;
- відсутність обтяжуючих обставин;
- відсутність пом'якшувальних обставин.

Ураховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 48 і 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

- 1. Визнати, що з 2013 року по вересень 2015 року (включно) товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» (м. Одеса, код ЄДРПОУ 30622532) займало монопольне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку дистрибуції сигарет відповідно до частини другої статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції».**
- 2. Визнати, що товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» вчинило порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбачене пунктом 1 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції».**
- 3. Визнати, що товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» вчинило порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбачене пунктом 5 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції».**

4. За порушення, зазначене в пункті 2 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» штраф у розмірі 429 306 740 (чотириста двадцять дев'ять мільйонів триста шість тисяч сімсот сорок) гривень.
5. За порушення, зазначене в пункті 3 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» штраф у розмірі 1 892 710 (один мільйон вісімсот дев'яносто дві тисячі сімсот десять) гривень.
6. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» у двомісячний строк з дати отримання рішення усунути причини виникнення й припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді встановлення таких цін, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку (в тому числі розробити та застосовувати прозорий та економічно обґрунтований механізм ціноутворення при здійсненні дистрибуції та реалізації сигарет, що має базуватися на аналізі співвідношення прибутковості та витрат за кожним напрямом діяльності, виокремлюючи, зокрема, реалізацію кінцевим споживачам та реалізацію на умовах самостійного вивозу).
7. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» щомісячно протягом трьох років з дати отримання рішення направляти на електронну адресу Антимонопольного комітету України (*[конфіденційна інформація]*@amcu.gov.ua) інформацію у форматі EXCEL (за формою, що є додатком 2 до цього рішення) стосовно 10 (десяти) найбільших за обсягами реалізації артикулів, ціни закупівлі та реалізації сигарет, встановлені: у власній роздрібній мережі, для суб'єктів господарювання, що мають ліцензії на право оптової торгівлі тютюновими виробами, для суб'єктів господарювання, що мають ліцензії на право роздрібної торгівлі тютюновими виробами.
8. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕДІС УКРАЇНА» у двомісячний строк з дати отримання рішення усунути причини виникнення й припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді встановлення обмежень замовлених покупцями обсягів сигарет, та умов, що їм сприяють.
9. Повідомити Комітет про виконання рішення з наданням підтверджувальних документів.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення.

Відповідно до статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний

надіслати до Антимонопольного комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ

Додаток 1 до Рішення «Місця
реалізації тютюнових виробів
ТОВ «ТЕДІС Україна»

| № з/п | Адреса точки продажу | Тип місця торгівлі тютюновими виробами |
|----------|----------------------|--|
| 1 | 2 | 3 |

[конфіденційна інформація].

Додаток № 2 до Рішення
«Форма звіту за
пунктом 7 резолютивної
частини Рішення»

Місяць року

| № | Найменування найбільших за обсягами реалізації артикулів сигарет | Ціна закупівлі грн/пачку* без ПДВ | Максимальна роздрібна ціна, грн/пачку** без ПДВ | Оптово-відпускна ціна реалізації для оптових торгівців грн/пачку*** без ПДВ | Оптово-відпускна ціна реалізації для роздрібних торгівців грн/пачку*** без ПДВ | Роздрібна ціна реалізації грн/пачку*** (без ПДВ і акцизного податку з роздрібною торгівлі підакцизними товарами) |
|----|--|--------------------------------------|--|--|---|---|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | | | | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |

* у випадку зміни ціни закупівлі протягом місяця вказуються всі ціни по даному артикулу окремими рядками

**у випадку зміни МРЦ протягом місяця вказуються всі ціни по даному артикулу окремими рядками

***у випадку зміни ціни реалізації протягом місяця вказуються всі ціни по даному артикулу окремими рядками
