

Содержание:

Введение

Актуальность темы работы. В современной экономической литературе не до конца раскрыто понятие «ценовая дискриминация». В теории монополий данному понятию посвящено недостаточно внимания, ценовая дискриминация там не отделена от иных форм манипулирования ценами корпорации, которые связаны с маркетинговыми и даже политическими целями. Поэтому необходимо тщательно исследовать сущность ценовой дискриминации, её формы и отличия от смежных форм манипулирования корпоративными ценами.

Цель курсовой работы – исследование проблемы ценовой дискриминации на рынке бензина.

Задачи работы:

- исследовать сущность ценовой дискриминации;
- рассмотреть виды ценовой дискриминации;
- исследовать проблему монополизации рынка бензина в России;
- проанализировать конкуренцию на рынке бензина России;
- построить прогноз развития цен на бензин;
- выявить проблемы ценовой дискриминации на рынке бензина и определить пути их решения.

Предмет исследования – ценовая дискриминация.

Объект исследования – ценовая дискриминация на рынке бензина.

Теоретической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых в области государственного регулирования экономики, отраслевых рынков.

Информационной базой исследования послужили действующие нормативно-правовые акты Российской Федерации, информация периодических изданий, сети Интернет.

Глава 1. Теоретические аспекты ценовой дискриминации

1.1. Понятие ценовой дискриминации

В экономической теории под «ценовой дискриминацией» (англ. Price Discrimination) понимается такая рыночная ситуация, когда на один и тот же товар или услугу для различных покупателей устанавливаются различные цены[1].

Первыми понятие ценовой дискриминации использовал ещё в XIX в. Ж. Дюпюи. Он представил данную концепцию, описав в ней тот основной момент, что компанией продаётся один и тот же товар по разным ценам. Им были разделены покупатели на богатых, зажиточных, бедных, поскольку в данных группах имеется разная эластичность спроса, что и вынуждает компании для целей увеличения прибыли идти на применение ценовой дискриминации[2].

Также в XIX в. вопрос о ценовой дискриминации поднимался ещё одним британским инженером-экономистом Д. Ларднером, анализ и выводы которого были изложены в его труде «Экономика железных дорог: трактат о новом виде транспорта, управлении им, перспективах и отношениях коммерческих, финансовых и социальных», где рассмотрены экономические проблемы этой, ещё относительно новой для Европы того времени, отрасли[3]. При этом подход Ларднера отличался от подхода Дюпюи, поскольку первый анализировал ценовую дискриминацию с позиции «теории фирмы». Он утверждал, что дискриминацию можно использовать как средство максимизации прибыли фирмой. На основе анализа железнодорожных тарифов им была обобщена практика дифференциации тарифов в зависимости от расстояния, а также от характера перевозимых грузов. Дифференциация им объяснялась различием эластичности спроса на транспортные железнодорожные услуги и на сами перевозимые грузы. Реальным вкладом Ларднера в изучение вопроса ценовой дискриминации признаётся выявление роли эластичности спроса в практике её применения[4].

Уже в XX в. развитие теории ценовой дискриминации продолжилось, и основоположником современной теории ценовой дискриминации стал британский экономист, ученик и последователь А. Маршалла, А. Пигу которым в работе «Экономическая теория благосостояния» дан глубокий анализ данного явления. Им были постулированы общие условия ценовой дискриминации, выделены три вида

(степени) ценовой дискриминации[5].

А. Пигу выделил условие, благоприятствующее в полной мере применению ценовой дискриминации, — цена спроса на любую единицу товара не зависит от цены продажи любой другой единицы данного товара. Возможно это только тогда, когда никакая единица товара не может заменять другую единицу такого же товара. То есть, во-первых, ни одну из продаваемых на одном рынке единиц товаров невозможно передать на другой рынок и, во-вторых, ни одну единицу спроса, который предъявляется на одном рынке, нельзя переводить на другой рынок. Тогда на рынке и возникают условия максимизации прибыли монополиста посредством дискриминации. Эти условия, названные условиями «идеальной (совершенной) дискриминации» были развиты в работе Дж. Робинсон. При этом нужно отметить, что теория ценовой дискриминации именно в интерпретации А. Пигу, с учётом последующих незначительных дополнений, и стала основной в современной экономической теории[6].

Таким образом, одно из условий монополии — несовершенная конкуренция на рынке. То есть вполне очевидно, что реализация политики ценовой дискриминации возможна лишь на рынке с несовершенной конкуренцией, поскольку монополист имеет власть над ценой. Г. С. и Г. Р. Вечкановы также оценивают ценовую дискриминацию как монополистическую практику «продажи блага данного качества при данных затратах по различным ценам разным покупателям»[7]. То есть приписывают возможность осуществления этой дискриминации только монопольным структурам, которые тем самым пытаются увеличить свою прибыль. Условия применения ценовой дискриминации – это возможность контроля продавца за ценами, ограниченность рынка (невозможность покупателям купить тот же товар дешевле на другом рынке) и превышение выгод от ценовой дискриминации над издержками, связанными с её осуществлением. То есть, он достаточно понятно систематизировал данные условия.

1.2. Виды ценовой дискриминации

С точки зрения современной теории ценовой дискриминации, как уже было сказано, основанной на концепции А. Пигу можно выделить разновидности ценовой дискриминации[8].

Ценовая дискриминация первого рода (или «совершенная ценовая дискриминация») представляет собою практику взимания с каждого покупателя

платы, которая равна его «субъективной цене» — максимальной цене, которую данный покупатель может и готов уплатить за товар или услугу продавцу. Такая разновидность, однако, является скорее идеальным случаем, поскольку продавцу абсолютно точно не известна субъективная цена каждого покупателя[9]. Но в ряде случаев продавцом может осуществляться и несовершенная (на практике) ценовая дискриминация такого рода. И возможно это в том случае, если продавцами являются такие специалисты, как врач, юрист, бухгалтер, архитектор — то есть те, которые могут оценить, насколько клиент готов максимально оплатить их услуги, исходя из чего и выставить соответствующий счёт. В целом же при совершенной ценовой дискриминации производителем (продавцом) забирается весь потребительский излишек[10].

К ценовой дискриминации второго рода относится изменение цены, связанное с зависимостью от объёмов потребления. Такая разновидность может применяться в случае, если производитель не имеет информации о каждом конкретном потребителе, но имеет информацию о группах потребителей. Продавцом в данном случае устанавливается сразу несколько тарифов, покупатель же должен сделать выбор подходящего ему тарифа. Устанавливая тарифы, продавец имеет цель получить максимальную часть потребительского излишка. Ценовая дискриминация второй степени обычно применяется как «ценовой дисконт» (скидки), например, на объём поставок (от объёма заказа), на длительный период применения услуг (абонемент, проездной), по времени (на «незагруженные» периоды) [11].

Ценовую дискриминацию третьего рода характеризуют как дискриминацию по уровню доходов потребителей, связанную с сегментированием рынка — это так называемая сегментированная ценовая дискриминация, то есть продажа одного и того же товара для разных категорий потребителей по разным ценам[12].

Согласно экономической теории, с целью осуществления дискриминации третьего типа фирма должна иметь возможность разделять потребителей на группы в зависимости от эластичности спроса. При этом современные достижения в области маркетинга и изучения потребительского поведения дают возможность осуществлять подобные разделения. Так, маркетинговые исследования могут включать сотни различных качественных и количественных показателей, позволяющих достаточно точно описать не только группы потребителей, но и особенности потребления продукции каждой группой. Согласно сложившейся практике, доминирующая фирма может не только разделять

потребителей на группы, но и определять значения таких факторов, как сезонность спроса, пиковый уровень спроса, прогнозируемые изменения различных инфраструктурных факторов и, соответственно, использовать эти значения при установлении цен[13].

Ценовая дискриминация первого и второго типа в меньшей степени требует дополнительных исследований причин и характеристик указанного экономического поведения. Кроме того, дискриминация второго типа также достаточно часто связана с реализацией инновационных товаров, со снижением цены до экономически обоснованного уровня. Поэтому методология оценки ценовой дискриминации должна постоянно совершенствоваться, в первую очередь, с помощью методов экономико-математического моделирования.

В современных исследованиях в области теории отраслевых рынков выявляется ряд показателей, согласно которым доминирующие фирмы могут разделять покупателей по группам в зависимости от эластичности спроса, то есть фактически создавать локальные рынки в различных продуктовых границах[14]. Так, например, по исследованиям Баумоля, структура канала распределения продукции есть значимое направление выявления показателей ценовой дискриминации. Кроме того, к таким факторам относятся все те, которые повышают уровень рыночной власти фирмы: дифференциация товара, высокие входные барьеры на рынок, наличие вертикальной интеграции[15].

Однако общего перечня факторов, которые могут быть продуктовой границей таких рынков, в настоящее время нет. Между тем, систематизация этих факторов, или функциональных областей поиска таких показателей, является значимым предметом исследований[16].

Согласно практике ФАС России, в качестве показателей ценовой дискриминации третьего типа могут использоваться различные показатели, в частности такие, как:

- 1) регион деятельности покупателя (дела в отношении установления различных цен для розничных продавцов светлых нефтепродуктов);
- 2) отраслевая принадлежность потребителя (дела в отношении угольных компаний, в отношении установления различных цен для отраслей ЖКХ для электро- и теплогенерации. в отношении услуг по хранению авиационного керосина);

3) принадлежность к группе лиц производителя (дела крупных нефтяных компаний в отношении оптовой реализации светлых нефтепродуктов, дела в отношении предоставления услуг по поставке природного газа, услуг по отгрузке зерна);

4) ведение потребителем внешнеторговой деятельности (дела в отношении угольных компаний)[\[17\]](#).

При этом наиболее интересна в методическом аспекте практика регулирования ценовой дискриминации по принадлежности покупателя к группе лиц продавца. Так, например, реализуя по более высоким ценам нефтепродукты собственной сети автозаправочных станций, нефтяные компании могут снизить долю присутствия независимых хозяйствующих субъектов на мелкооптовых и розничных рынках нефтепродуктов.

Кроме того, такие действия могут привести к ограничению конкуренции на розничных рынках автомобильных бензинов в результате банкротств или снижения конкурентоспособности независимых от вертикально интегрированных нефтяных компаний владельцев АЭС, с которыми конкурируют компании - операторы АЗС, входящие в группу лиц крупнейших нефтяных компаний[\[18\]](#).

Следует учесть ещё ряд особенностей ценовой дискриминации среди иных отличий цен на разных рынках. Ценовую дискриминацию следует отличать от той разницы цен между регионами, которая складывается по объективным причинам — прежде всего логистики. То есть если издержки, связанные с поставкой товара в другой регион или другую страну объективны, то вполне понятно, что цена продажи в другом регионе или стране может быть выше, чем в стране или регионе, где работает производитель. Здесь кроме логистики могут влиять налоги, действующие в регионе или стране продажи, таможенные пошлины и ряд иных факторов, увеличивающих издержки продавца и конечную стоимость товара[\[19\]](#).

В целом же не всегда различие в ценах можно считать ценовой дискриминацией, но и единая цена далеко не всегда свидетельствует об её отсутствии. Так, при наличии высоких издержек, связанных с перемещением товаров в другой регион (стране), продажа по той же цене, что и у продавца в его регионе (стране) как раз явный признак дискриминации — продавец намеренно занижает цену продажи, несмотря на большой объём издержек[\[20\]](#).

От ценовой дискриминации следует также отличать некоторые иные виды манипуляции с ценами, которые могут быть не связаны с максими-

зацией прибыли.

Во-первых, это скидки, применяемые исключительно для целей маркетинга. Целью применения таких скидок не обязательно может быть максимизация прибыли. Как правило, если фирма не может контролировать рыночные цены (не является монополистом, работает в условиях конкурентного рынка), скидки рассматриваются как временная мера маркетингового характера для привлечения дополнительных клиентов (как рекламная акция, откуда расходы, связанные с предоставлением скидок приравниваются к расходам на рекламную кампанию), а в отдельных случаях — и как постоянная мера (действующая в отношении постоянных клиентов, которые такими скидками закрепляются в данной фирме)[\[21\]](#). Здесь чётко следует отличать скидки для целей маркетинга (стимулирование продаж) и скидки, связанные с применением ценовой дискриминации второй степени (скидки за объём). В первом случае дополнительный доход продавца весьма условен и не гарантирован, а скидки носят, как правило, временный характер[\[22\]](#).

Во-вторых, это скидки «политического» характера, результатом которых также не является максимизация прибыли компании, а скорее, наоборот, компания теряет в прибыли от продажи товара по низкой цене на том или ином рынке, хотя могла его реализовать по более высокой на другом. Здесь речь идёт о «несвободном» рынке, где такие действия компании диктуются именно государством либо компания управляется от имени государства и действует в его интересах[\[23\]](#). Снижение цен на определённых рынках или для определённых сегментов может быть компенсировано государственными дотациями, что снизит издержки в связи с применением компанией такой ценовой манипуляции. То есть и здесь следует чётко отличать скидку от скидок и продаж товаров по разным ценам при применении третьей степени ценовой дискриминации, поскольку в данном случае продавца вынуждают предоставлять данную скидку определённому сегменту покупателей, но могут частично или полностью и компенсировать его затраты при её предоставлении[\[24\]](#).

Выводы

Ценовая дискриминация — это продажа одного товара на разных рынках или разным потребителям по разным ценам. Условие её применения — возможность контроля продавца цены, замкнутость рынка с невозможностью перепродажи и превышение выгод от ценовой дискриминации над издержками, связанными с её осуществлением.

Ценовая дискриминация может быть «совершенной» (идеальной), на практике редко встречающейся, дискриминацией по объёму (скидки от объёма) и дискриминацией, связанной с сегментированием (наиболее часто встречающейся, как раз связанной с «ограниченностью» рынков). Не всегда разница цен на разных рынках или сегментах является ценовой дискриминацией: где-то на неё влияют объективные издержки, где-то политика государства, диктующая условия ценообразования (для монополий), где-то политические факторы, связанные со скидками на определённых рынках (для государственных монополий).

Глава 2. Исследование ценовой дискриминации на рынке бензина в России

2.1. Монополизация рынка бензина в Российской Федерации

На сегодняшний день лидером по добыче нефти в мире является Российская Федерация, которая производит 10,3 миллиона баррелей нефти в сутки, на втором месте находится Саудовская Аравия, которая выдает 10,0 миллионов баррелей нефти в сутки, а на третьем месте Соединенные Штаты Америки, производящие 9,5 миллиона баррелей в сутки. На долю этих стран приходится более 30% всего мирового нефтяного рынка[\[25\]](#).

Казалось бы, первое место Российской Федерации по добыче нефти должно обеспечивать стабильность на российском рынке топлива, но на самом деле получается с точностью до наоборот.

При этом если учесть, что подорожание топлива тянет вверх стоимость всех остальных товаров, которые нужно перевозить, то расходы еще более увеличатся. Сравнительный анализ средней стоимости бензина в разных странах показывает, что стоимость одного литра бензина в Российской Федерации находится на достаточно невысоком уровне (рис. 1).

Как можно видеть из представленной диаграммы самый дешевый бензин из тройки лидеров по добыче нефти приходится на Саудовскую Аравию, где стоимость бензина марки АИ-95 составляет всего 0,54 доллара, на втором месте находится

Российская Федерация, стоимость литра бензина этой же марки составляет 0,72 доллара, а на третьем месте США со стоимостью 0,84 доллара.

По стоимости бензина страны лидеры находятся можно сказать в одном ценовом

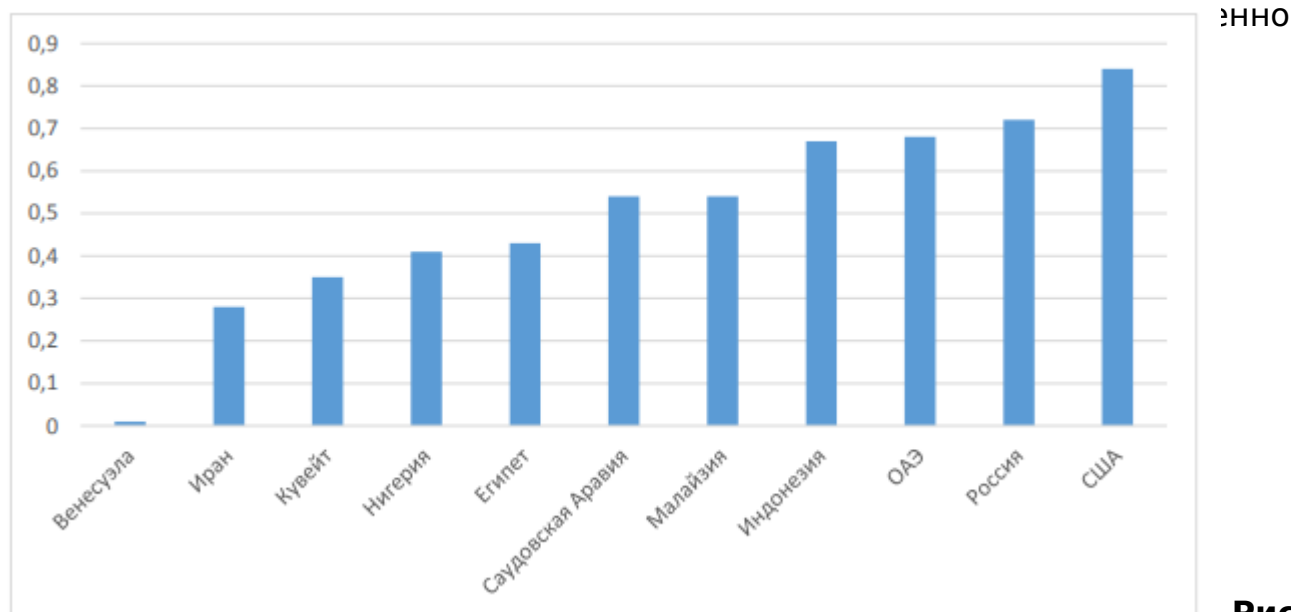


Рисунок 1.

Средняя стоимость одного литра бензина марки АИ-95 в разных странах мира, в долларах[26]

По этому показателю первое место занимает Саудовская Аравия, на среднюю зарплату в 4 209,5 долларов можно купить 7 795 литров бензина марки АИ-95. Второе место по объему топлива, которое можно купить на среднемесячную зарплату в 4 090,8 доллара принадлежит США и составляет 4 870 литра, а на третьем месте находится Российская Федерация на среднемесячную зарплату в 572 доллара можно купить всего 793 литра бензина (рис. 2).

Таким образом получается, что несмотря на сравнительно низкую стоимость топлива в Российской Федерации, по показателю объемов топлива, приходящегося на среднемесячную зарплату, Россия является аутсайдером среди лидеров по добыче нефти. Соответственно, на сегодняшний день цена литра топлива является явно завышенной при тех доходах, которыми располагает среднестатистический россиянин. При таких зарплатах цена на бензин должна быть снижена в 2-3 раза, чтобы объемы топлива, которые можно было купить на среднемесячную зарплату были сопоставимы с объемами лидеров по добыче нефти.

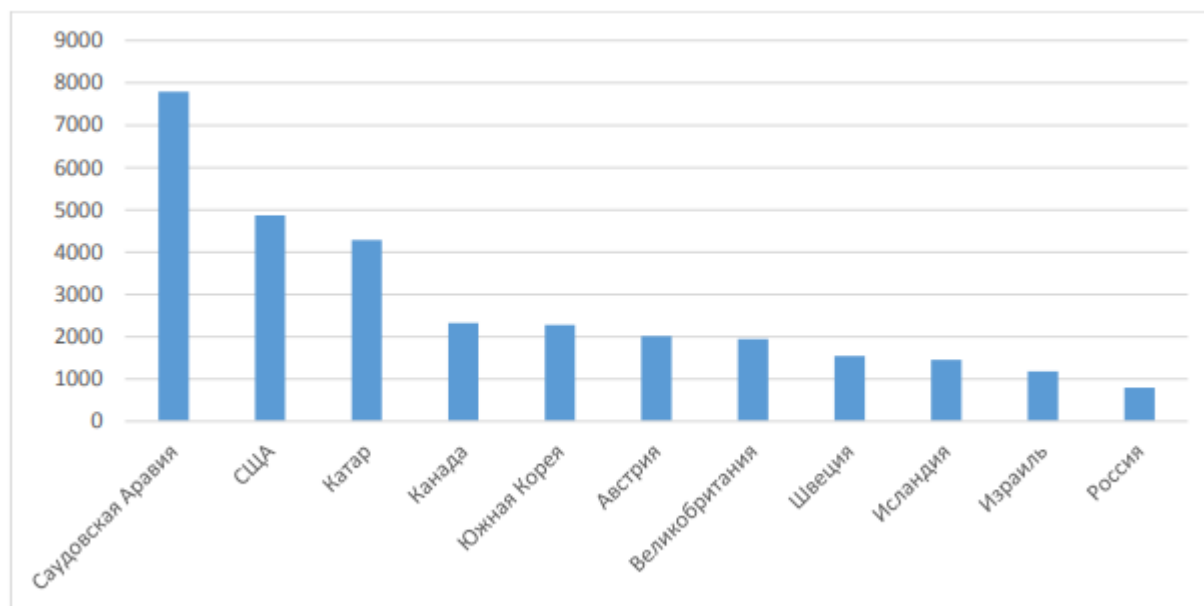


Рисунок 2. Объемы бензина марки АИ-95, которые можно купить в разных странах, в литрах

Стремительное снижение мировых цен на сырую нефть не привело к сокращению цен на бензин на розничном рынке в России. Кроме того, цены на автомобильное топливо продолжают расти вместе с дальнейшим удешевлением основного сырья — нефти.

Подобную разнонаправленную динамику цен на нефть и бензин, как правило, связывают с тем, что в российской нефтяной промышленности отсутствует конкуренция. Так, даже несмотря на отсутствие формальных признаков сговора в нефтяной отрасли, наличие нескольких крупных вертикально-интегрированных игроков становится причиной согласованного установления высоких цен на конечном рынке.

Однако именно присутствие нескольких игроков позволяет предположить, что при выполнении определенных условий становится возможным конкурентное взаимодействие, а именно: речь идет о таком их поведении, которое способствует установлению цен, приближенных к конкурентным, то есть относительно невысоких цен на бензин, даже при высокой рыночной концентрации и без прямого государственного вмешательства[27].

Невозможность полного отрицания необходимости государственного регулирования требует определения должного баланса между размером компаний и иными характеристиками рыночной среды, который позволил бы получить

требуемые результаты развития рынка.

Следует отметить, что технологические особенности инфраструктурных отраслей, к которым в значительной степени относится нефтегазовая промышленность, связаны с высокой степенью экономии от масштаба, что неизбежно приводит к существованию крупных игроков. При этом в большинстве стран установление цен на продукцию нефтегазовой отрасли на внутреннем рынке осуществляется в условиях конкурентного взаимодействия этих игроков, чему, как правило, способствуют дополнительные факторы.

Одно из объяснений роста цен на розничном рынке бензина в России базируется на таком факторе, как повышение цен на мировом рынке на сырье, а именно на нефть (рис. 3).

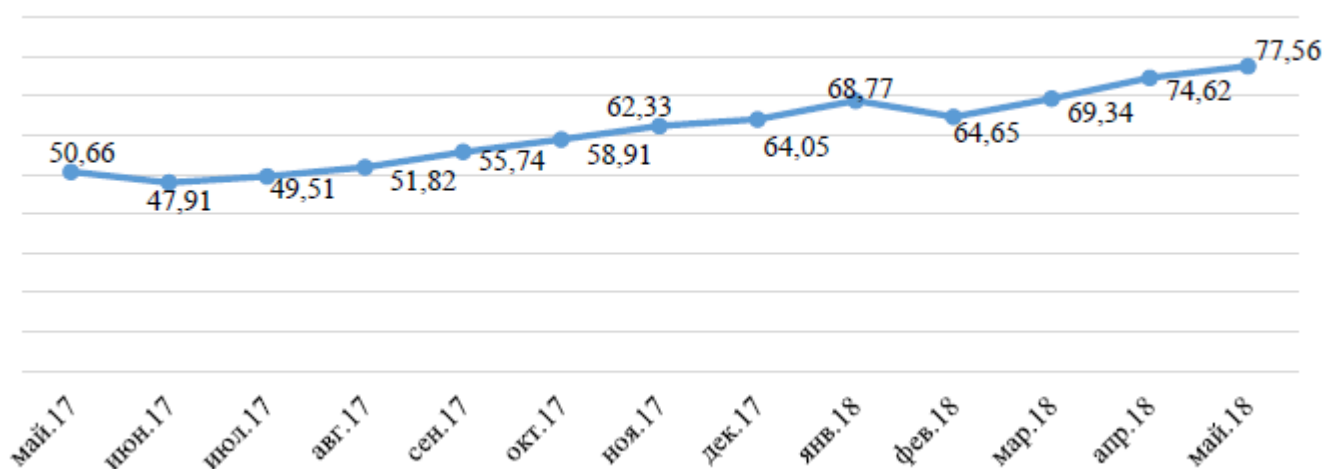


Рисунок 3. Цены на нефть \$/баррель за 2017-2018 гг.[28]

Но если основываться на статистических данных обратной реакции не наблюдается. То есть при снижении цен на сырую нефть на мировом рынке никак не отражается на цене бензина на российском потребительском рынке, а даже наоборот цена продолжает расти. С 2008 по 2010 г. было очень серьезное снижение цен на нефть в мире (рис. 4).

Можно увидеть, что в США бензин очень сильно подешевел, а в России таких изменений не произошло. Цены продолжали стремительно расти. Ровно тоже самое происходило и в период второго крупного снижения цен на нефть, которое началось с 2014 г. (рис. 5). Несмотря на очень существенное падение мировых цен на нефть цены на бензин в России не снижались. А в США снова наблюдается обратный процесс.

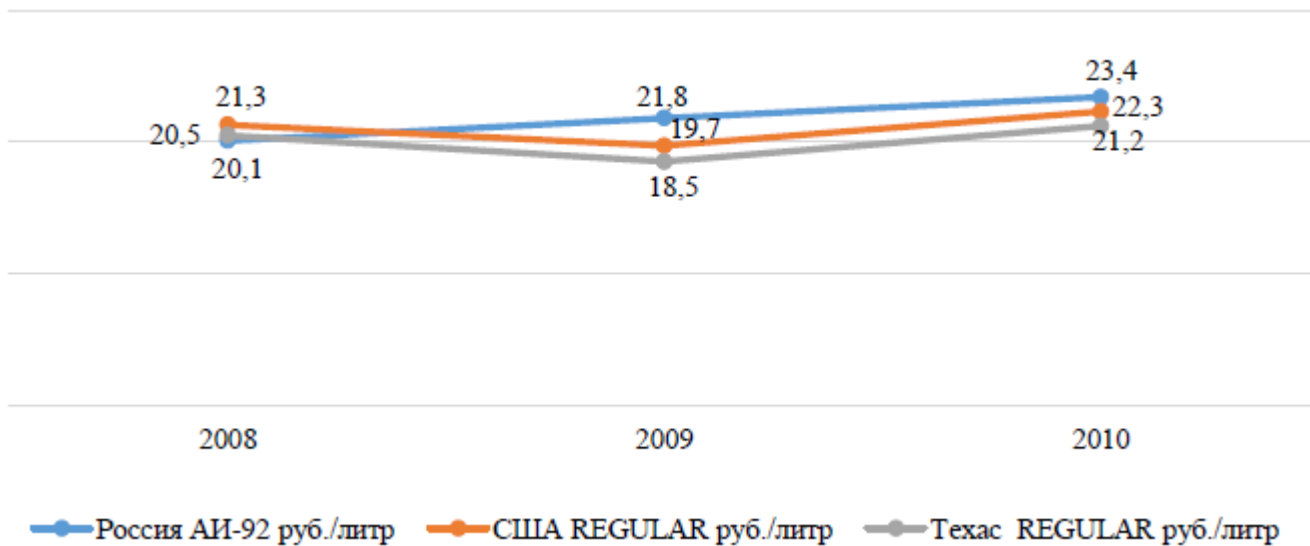


Рисунок 4. Цены на бензин в России и США в 2008-2010 гг. [29]

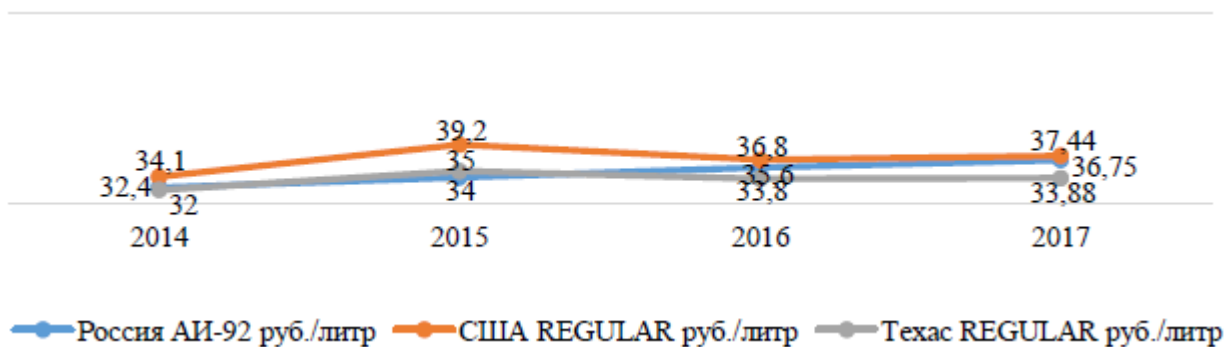


Рисунок 5. Цены на бензин в России и США в 2014-2017 гг. [30]

В 2017 г. также наблюдался плавный рост цен, хотя он был и небольшим. Взрывная динамика роста наблюдается лишь в последние два месяца уже 2018 года, а именно апрель-май (рис. 6). Наблюдается некая аномалия в ценообразовании на рынке бензина. Ведь по всем экономическим законам мы должны были наблюдать цикличность цен, а не плавный их рост.

В настоящее время существует мнение, что цены на бензин зависят не от издержек (как это должно быть), а от покупательной способности населения. В качестве примера мы взяли Москву, Московскую область и близлежащие города, так как здесь наблюдается сравнительно высокий уровень заработной платы и высокая покупательная способность населения (рис. 7).

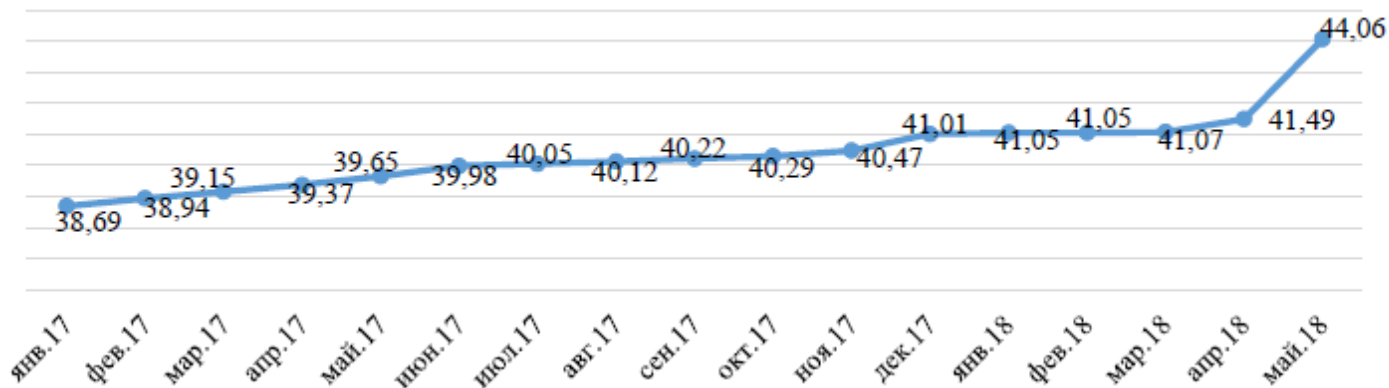


Рисунок 6. Средняя по России цена бензина АИ-95, руб./литр[31]

Свежие цены на бензин из соседних регионов с Москвой, куда бензин поставляется из тех же самых нефтеперерабатывающих заводов, на 2-3 руб. дешевле.

Такой парадокс может свидетельствовать о том, что механизм ценообразования на розничном рынке бензина не связан с объективными факторами.

Также рост цен на бензин в России многие часто связывают с некой «запредельной» долей налогов в структуре розничной цены (рис. 8).

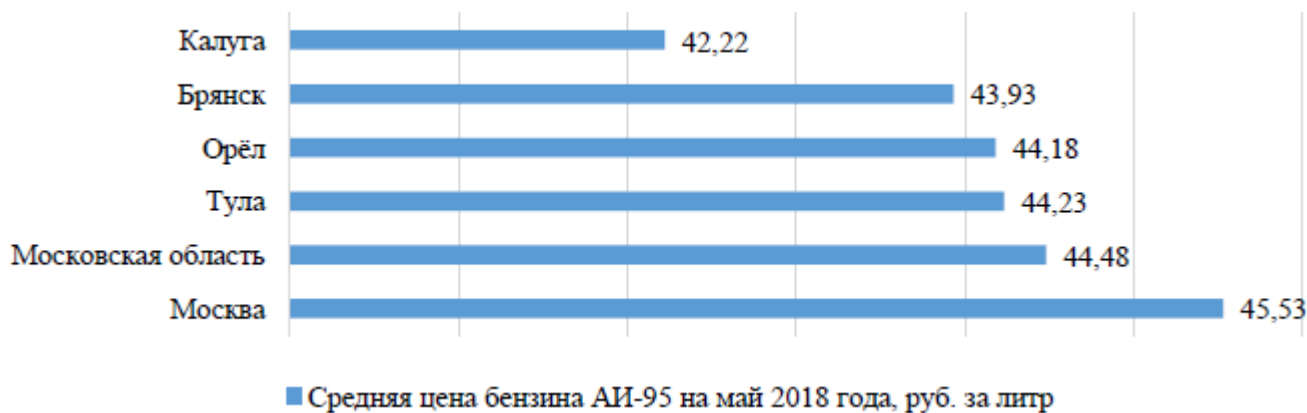


Рисунок 7. Средняя цена бензина АИ-95, руб./литр[32]

Если сравнивать эту структуру с США, то можно увидеть, что доля налогов в цене бензина у нас приблизительно одинакова. Единственным существенным отличием является достаточно большая торговая надбавка. Вместе с прибылью переработки она составляет больше 20% в цене.



Рисунок 8. Структура рыночной цены бензина АИ-92 [33]

Хотя, конечно, говорить о налоговой проблеме в данном контексте уместно. Отчасти нынешний рост цен на бензин связан с повышением акцизов на топливо с 1 января 2016 г. (рис. 9). Но даже акцизы не могут объяснить такой колоссальный рост цен на 2-3 руб. за литр бензина за несколько недель.

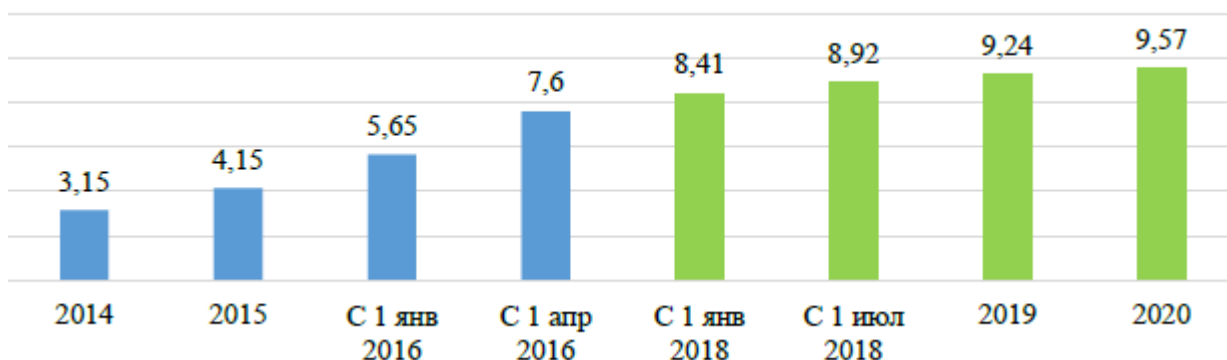


Рисунок 9. Динамика акцизов на бензин 5 класса (руб./литр)

Все вышеперечисленные факторы способны свидетельствовать о том, что на розничном рынке бензина существуют не конкурентные условия, а монопольные.

Всего 4 крупнейшие нефтяные компании: ПАО «Газпромнефть», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Лукойл» и ПАО «Сургутнефтегаз» - контролируют $\frac{3}{4}$ российской нефтедобычи и более 80% нефтеперерабатывающих мощностей. При чем две из этих компаний – «Газпромнефть» и «Роснефть», принадлежат государству, а остальные четко контролируются государством. При данных условиях вероятность того, что 4 этих крупных компаний проводят координированную ценовую политику,

приближается к отметке 100%.

2.2. Состояние конкуренции в нефтяной промышленности России

Международное сообщество рассматривает российскую нефтяную промышленность как аналог картеля ОПЕК в 70-е гг. XX в. р.. Это объясняется сопоставимыми с ОПЕК объемами добычи и экспорта нефти, а также ролью государства в определении стратегии развития отрасли. Однако не стоит забывать, что если ОПЕК является официально заявленным картелем, то в российской нефтяной промышленности работают всего несколько формально независимых вертикально-интегрированных нефтяных компаний.

В нефтяной промышленности РФ наблюдается высокий уровень концентрации. Так, по состоянию на 2016 г. объем добычи сырой нефти ВИНК составил около 95% в объеме 548 млн. т.[\[34\]](#)

Таким образом, конкурентная борьба, даже если она и возможна, примет форму конкуренции олигополистического типа с барометрическим лидерством ВИНК. Независимые нефтяные компании, как правило, берут на себя роль последователей, сохраняя правила игры коллективно доминирующих ВИНК. Ценовая конкуренция на нефтяном рынке практически отсутствует, а объем добычи нефтяной компании влияет на ее положение не только внутри страны, но и на мировых рынках нефти. Поэтому можно предположить, что результаты конкурентной борьбы в большей степени будут соответствовать модели конкуренции по Штакельбергу при одновременном определении объемов производства — модели преимущества первого хода.

Нефтепереработка, как первичная, так и при производстве автомобильного топлива производится на 68 специализированных предприятиях, 26 из которых (перерабатывающие 85,6 % сырой нефти и производящие 95,53 % бензина) принадлежат ВИНК. При этом на внутренний рынок поставляется около 88,6 % всего произведенного в России бензина.

Таким образом, заинтересованность ВИНК во внутреннем рынке бензина следует считать весьма высокой. Наиболее конкурентной стадией производственного цикла в настоящее время является розничная продажа автомобильного топлива — 55-60 % рынка обслуживается независимыми от ВИНК розничными продавцами бензина,

реализующими около 33 % всего топлива на розничном рынке. Зависимость розничных продавцов от ВИНК оказывается весьма значительной.

При этом можно вести речь как о реально существующей вертикальной интеграции, так и о вертикальных ограничивающих контрактах, заключаемых между нефтеперерабатывающими заводами и розничными продавцами автомобильного топлива.

На рынке могут быть установлены как конкурентные цены вследствие высокой доли независимых автозаправочных станций (АЗС), так и монопольно высокие цены, обусловленные существованием доминирующих ВИНК.

В условиях высокой степени вертикальной интеграции, сочетающейся со значительной горизонтальной концентрацией рыночных долей, характерных для российской нефтяной промышленности, конкурентное взаимодействие игроков, а именно существование цены, приближенной к конкурентной, возможно только при условии повышения рыночной силы независимых розничных продавцов бензина.

Остальные инструменты создания квазиконкурентного взаимодействия игроков оказываются несостоятельными именно в силу наличия у ВИНК значительной рыночной силы.

Для повышения рыночной силы независимых продавцов бензина необходимо выполнение хотя бы одного из двух условий:

- 1) обеспечение высокой степени концентрации независимых АЗС на отдельных географических рынках по сравнению с сетевыми АЗС;
- 2) выход на рынок розничной продажи топлива непрофильных вертикально-интегрированных компаний — компаний, традиционно не занятых в нефтегазовой отрасли.

Появление относительно крупных независимых от ВИНК игроков розничного рынка позволит сократить объем манипуляций с оптовой ценой нефтепродуктов не только за счет усиления роли покупателя, но и посредством обмена информацией об оптовой цене бензина между независимыми АЗС.

2.3. Прогноз развития цен на бензин в России

Котировки на мировом нефтяном рынке снижаются, оказывая значительное влияние на цены нефтепродуктов в зарубежных странах. Однако Российский рынок автомобильных топлив реагирует на данные изменения в крайне низкой степени.

На образование цены на бензин, прежде всего, влияет налоговая составляющая, принятая правительством РФ, которая зависит от стоимости нефти на мировом рынке, от наценки в розничной торговле, а также от себестоимости самой продукции. В данном случае налоговая политика является главным инструментом пополнения бюджетов страны (дорожные фонды, федеральный бюджет). Согласно, принятому в 2014 г. ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты РФ»[\[35\]](#) реализуется «большой налоговый маневр» в нефтяной отрасли: экспортные пошлины на нефть уменьшаются, а доля налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) увеличивается.

Налоговая ставка на добычу полезных ископаемых в отношении нефти на период 1.01.2017 – 31.12.2017 составляла 919 руб. за тонну. Но также согласно ст. 342 НК РФ, налоговая ставка умножается на коэффициент, который характеризует динамику цен на нефть (Кц). В полной себестоимости добычи нефти доля НДПИ достигает уровня порядка 60%. В соответствии с вышеизложенными событиями налоговая нагрузка на нефтяные компании увеличилась, в результате чего снизилась добыча нефти в традиционных регионах в силу роста издержек.

Также увеличился акциз на производство топлив: в 2017 г. акциз на автобензин не соответствующий классу 5 составил 13 100 руб./т., на автобензин класса 5 (бензин экологического класса) составил 10 130 руб./т.

Так как не все нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ) были модернизированы для производства топлива класса 5, то для переоборудования они должны платить более высокие пошлины. В свою очередь это отразилось на розничной цене на автомобильное топливо, которая значительно возросла. Данная политика государства повлечет увеличение издержек у нефтекомпаний, поэтому большую часть издержек будет нести конечный потребитель.

Такую ситуацию мы наблюдаем уже длительное время и не факт, что она изменится в лучшую сторону для потребителей. Рассматривая динамику цен на бензин с 2009 по февраль 2018 года, мы видим, что с каждым годом цены стабильно возрастают в среднем на 7,5-8% (табл. 1).

Таблица 1

Средняя цена на бензин с 2009 по 2018 гг. (руб./л.)

Марка бензина	2018 (текущие)									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
АИ-80	17,66	19,44	23,30	25,58	26,98	28,51	29,61	30,77	34,31	-
АИ-92	20,39	22,43	25,28	27,37	29,33	31,37	32,71	33,96	36,75	38,12
АИ-95	22,37	24,30	27,16	29,42	31,95	34,20	35,41	36,54	39,83	41,05

Еще одними из немаловажных факторов являются географическое положение субъекта РФ, зависимость цены от численности людей в населенном пункте, от платежеспособности населения, арендной платы за землю и т.д. Проблема ценообразования на рынке автомобильных топлив ещё долгие годы будет актуальной, так как её решение напрямую зависит от себестоимости нефтепродуктов, а также налоговой политики РФ.

Составим график (рисунок 10), используя трендовую модель по уравнению прямой, на котором можно наблюдать стремительный рост цен.

Таким образом, с легкостью можно определить цены на автомобильное топливо в 2019 г.:

АИ-92 будет стоить $Y_{2019} = 29,771 - 1,679 * 6 = 39,85$ рублей за литр;

АИ-95 будет стоить $Y_{2019} = 32,223 - 1,799 * 6 = 43,02$ рублей за литр.

Как мы видим, цены на бензин с каждым годом будут возрастать и, возможно, к 2022 г. цена достигнет отметки 50 руб. за литр.

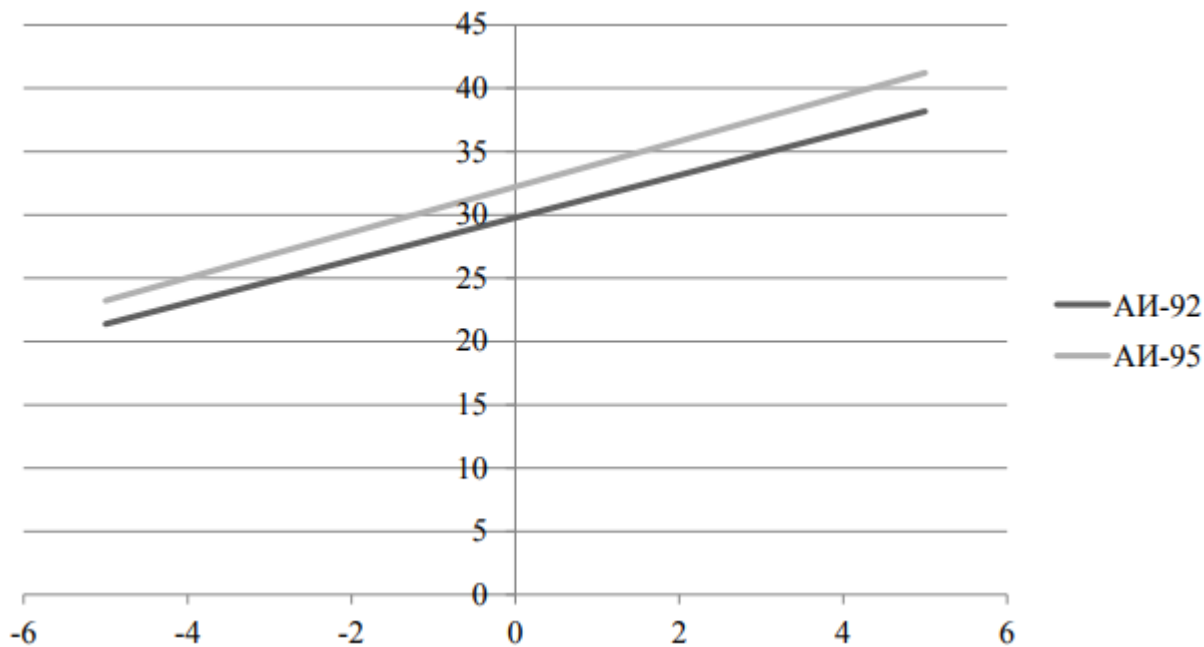


Рисунок 10. График уравнения тренда

Выводы

Российская Федерация является лидером по добыче нефти с показателем 10,3 миллиона баррелей в сутки, на втором месте находится Саудовская Аравия, чей показатель составляет 10,0 миллионов баррелей в сутки, а на третьем месте США, чей показатель составляет 9,5 миллиона баррелей в сутки.

Стоимость бензина марки АИ-95 в Российской Федерации в 1,3 раза выше, чем стоимость бензина той же марки в Саудовской Аравии и в 0,85 раза дешевле, чем стоимость в США, соответственно цены на бензин среди лидеров по добыче нефти являются сопоставимыми; если рассматривать показатель, оценивающий объемы топлива, которое можно купить на среднемесячную зарплату, то первое место занимает Саудовская Аравия, с величиной 7 795 литра, что превышает аналогичный показатель США в 1,6 раза, а показатель Российской Федерации в 9,8 раза.

Несмотря на относительно невысокие цены на бензин относительно среднемировых цен, стоимость бензина внутри страны по отношению к доходам среднестатистического россиянина является сильно завышенной, для того чтобы добиться относительного паритета со странами лидерами по добыче нефти стоимость бензина в Российской Федерации должна быть ниже в 2-3 раза.

Глава 3. Пути решения проблем ценовой дискриминации на рынке бензина

Рост цен на бензин делает необходимым поиск решения проблемы ценовой дискриминации.

Один из способов избежать резкого роста стоимости бензина в России — ввести госрегулирование оптовых и розничных цен по примеру Саудовской Аравии, пишут аналитики Vygon Consulting. Это означает отказ от рыночного ценообразования.

«Стабильный уровень цен на бензин обеспечивается только давлением на нефтяные компании. Тогда возникает вопрос: почему нельзя перейти к полностью регулируемой модели и обеспечить комфорт для всех участников рынка», говорится в исследовании компании Vygon Consulting (консалтинговая компания, консультирует министерства по налоговым вопросам в отрасли).

В мае 2018 г. оптовые цены на бензин в России превысили розничные, что привело к убыткам нефтепереработчиков и АЗС, а также за этим последовал резкий рост цен на АЗС. Это «знаковое событие для топливного рынка РФ, который не прошел проверку на устойчивость при резком изменении соотношения нефтяных котировок и курса рубля», указывают они. При этом экстренное снижение акцизов с июня 2018 г., принятое правительством, принципиально не изменило ситуацию.

Нефтеперерабатывающие заводы и АЗС остаются уязвимым звеном, компенсируя разницу между сдерживаемой государством розницей и рыночным оптом. Разрабатываемые компенсационные механизмы в рамках налогового маневра не совершенны и не дают гарантий будущей финансовой стабильности НПЗ и АЗС. Так, планируемое повышение акцизов в 2019 г. может привести к еще большему дисбалансу оптовых и розничных цен.

В качестве «альтернативного варианта» решения этой проблемы аналитики Vygon Consulting и предлагают ввести госрегулирование цен на бензин — розничной и оптовой. Так, розничную цену можно индексировать на уровне инфляции, а оптовую привязать к ней с помощью фиксированного дифференциала, который будет состоять из усредненных транспортных затрат, расходов на содержание АЗС и нормы сбытовой прибыли, которые составляют около 6 руб. на литр, говорится в исследовании. Таким образом, оптовую цену можно устанавливать по формуле «розница минус 6 руб./л.

В этом случае в акцизы на топливо будет встраиваться «компенсационный механизм», выравнивающий доходность поставок с НПЗ на внутренний рынок и экспорт. Одновременно предусматривается бюджетный механизм для обеспечения стабильных поступлений в дорожные фонды. При росте цен на нефть снижение доходов от акцизов будет компенсироваться за счет увеличения нефтегазовых доходов. Такой подход позволит полностью контролировать розничные и оптовые цены без ущерба для отрасли.

Однако, на наш взгляд, это хорошо для потребителя, но для производителей это несет состояние неопределенности, что не способствует развитию отрасли. При введении жесткого регулирования сократятся инвестиции в модернизацию НПЗ.

При росте цен на нефть увеличится нагрузка на бюджет из-за необходимости компенсировать нефтеперерабатывающим заводам разницу оптовой цены с мировой, говорится в исследовании. Например, внедрение такого механизма в 2018 г. обошлось бы бюджету в 410 млрд. руб.

Внедрение такого механизма возможно только при полной или частичной компенсации выпадающих бюджетных доходов. Источником компенсации может быть проведение налогового маневра.

7 августа 2018 г. депутаты от КПРФ внесли в Госдуму законопроект о регулировании цен на топливо. Они предложили с 1 января 2019 г. ввести предельный уровень цен на бензин и дизельное топливо, который должно установить правительство. Они также выступают за госрегулирование торговых наценок.

Однако, введение госрегулирования цен на топливо могло бы противоречить договоренностям в рамках Евразийского экономического союза, которым закреплена договоренность государств-членов о проведении скоординированной энергополитики, основанной на рыночном ценообразовании.

Примером жесткого регулирования топливных рынков является Саудовская Аравия, напоминают аналитики Yugon Consulting. Внутренние цены на бензин в этой стране, устанавливаемые правительством, долгое время были одними из самых низких в мире и практически не зависели от нефтяных котировок. Такая ситуация дестимулировала энергосбережение, поэтому потребление бензина в Саудовской Аравии с 1975 года увеличивалось на 6% в год при среднегодовых темпах роста ВВП в 2,5%. Однако в новой финансовой программе королевства с 2025 г. предусматривается переход к свободному ценообразованию.

В случае свободного ценообразования на бензин в России его стоимость Аи-92 на АЗС выросла бы с примерно 40 руб. до 50,5 руб. за литр в январе 2019 г. С учетом государственного контроля такой сценарий представляется невероятным, но он отражает необходимость оценки целесообразности повышения акцизов.

На наш взгляд, решение правительства России о снижении акцизов на топливо — это временная мера. Снижение акцизов приведёт лишь к остановке роста стоимости топлива, но дешевле оно не станет.

Нужны системные меры, а не точечные решения.

Консервативных рецептов фактически не существует, есть только радикальные подходы. Самый жёсткий — госрегулирование, это обсуждаемо, однако это уход от рынка, что не способствует конкуренции.

Второй момент — каким-то образом посмотреть с точки зрения вертикально интегрированных холдингов на их разделение и выделение сбытовых сетей и таким образом обеспечить определённые условия для рыночного, а не картельного ценообразования.

Выводы

В целях снижения цен на бензин в России нужны системные меры.

Консервативных рецептов фактически не существует, есть только радикальные подходы. Самый жёсткий — госрегулирование, это обсуждаемо, однако это уход от рынка, что не способствует конкуренции.

Второй момент — посмотреть с точки зрения вертикально интегрированных холдингов на их разделение и выделение сбытовых сетей и таким образом обеспечить определённые условия для рыночного, а не картельного ценообразования.

Заключение

Ценовая дискриминация — это продажа одного товара на разных рынках или разным потребителям по разным ценам. Условие её применения — возможность контроля продавца цены, замкнутость рынка с невозможностью перепродажи и превышение выгод от ценовой дискриминации над издержками, связанными с её

осуществлением.

Ценовая дискриминация может быть «совершенной» (идеальной), на практике редко встречающейся, дискриминацией по объёму (скидки от объёма) и дискриминацией, связанной с сегментированием (наиболее часто встречающейся, как раз связанной с «ограниченностью» рынков). Не всегда разница цен на разных рынках или сегментах является ценовой дискриминацией: где-то на неё влияют объективные издержки, где-то политика государства, диктующая условия ценообразования (для монополий), где-то политические факторы, связанные со скидками на определённых рынках (для государственных монополий).

Российская Федерация является лидером по добыче нефти с показателем 10,3 миллиона баррелей в сутки, на втором месте находится Саудовская Аравия, чей показатель составляет 10,0 миллионов баррелей в сутки, а на третьем месте США, чей показатель составляет 9,5 миллиона баррелей в сутки.

Стоимость бензина марки АИ-95 в Российской Федерации в 1,3 раза выше, чем стоимость бензина той же марки в Саудовской Аравии и в 0,85 раза дешевле, чем стоимость в США, соответственно цены на бензин среди лидеров по добыче нефти являются сопоставимыми; если рассматривать показатель, оценивающий объёмы топлива, которое можно купить на среднемесячную зарплату, то первое место занимает Саудовская Аравия, с величиной 7 795 литра, что превышает аналогичный показатель США в 1,6 раза, а показатель Российской Федерации в 9,8 раза.

Несмотря на относительно невысокие цены на бензин относительно среднемировых цен, стоимость бензина внутри страны по отношению к доходам среднестатистического россиянина является сильно завышенной, для того чтобы добиться относительного паритета со странами лидерами по добыче нефти стоимость бензина в Российской Федерации должна быть ниже в 2-3 раза.

В целях снижения цен на бензин в России нужны системные меры.

Консервативных рецептов фактически не существует, есть только радикальные подходы. Самый жёсткий — госрегулирование, это обсуждается, однако это уход от рынка, что не способствует конкуренции.

Второй момент — посмотреть с точки зрения вертикально интегрированных холдингов на их разделение и выделение сбытовых сетей и таким образом обеспечить определённые условия для рыночного, а не картельного

ценообразования.

Список литературы

Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «О защите конкуренции».

Федеральный закон от 24.11.2014 № 366-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные подзаконные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171242/ - Дата доступа: 18.12.2018

1. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68-70.
2. Вечканов Г. С. Ценовая дискриминация [Электронный ресурс] / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова // Центр креативных технологий. - URL: <http://www.inveiitech.ru>. Дата обращения: 15. 12.2018.
3. Горбунков А. О. Ценовая дискриминация: возможности и границы // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 4-1 (77). С. 46-50.
4. Калужский М. Ценовая политика в маркетинге [Электронный ресурс] //Элитариум. -URL: <http://www.elitarium.ru/mark262.html>. Дата обращения: 15.12.2018.

Объём добычи нефти стран лидеров. [Электронный ресурс].

<https://neftok.ru/dobycha-razvedka/obem-dobychi-nefti.html> (Дата обращения: 21.12.2018).

1. Смирнова О. О. Ценовая дискриминация и рыночная власть фирмы: теоретический анализ // Крымский научный вестник. 2015. № 3 (3). С. 25-30.
2. Смирнова О. О. Показатели ценовой дискриминации и рыночное поведение доминирующей фирмы на рынках энергетических товаров// Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2. – С. 4-10.

3. Смирнова О. О. Влияние рыночной власти на ценовую дискриминацию: теоретический анализ и подходы к оценке // Уникальные исследования XXI века. 2015. № 4 (4). С. 130-140.
4. Тагиров И. Х., Насипов Р. Б. Ценовая дискриминация: сущность и проявление // Экономика и социум. 2014. № 4-4 (13). С. 1189-1190.
5. Филиппова И. А., Полежайкина А. Е. Ценовая дискриминация // Экономика и социум. 2014. № 2-4 (11). С. 866-870.

Цены на бензин во всем мире. [Электронный ресурс]. <http://www.benzin-cena.ru> (Дата обращения: 21.12.2018).

1. Чвора М.В., Ерлина К. А. Монополизация рынка бензина в Российской Федерации // Научные достижения и открытия 2018. Сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса. 2018. С. 51-60.
2. Шаш Н. Воздействие государства на механизм ценообразования в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс] // Центр креативных технологий. - URL: <http://www.inveitech.ru/lib/pricing/pricing-0121>.
3. Шматко А. Д., Сироткин П. Б., Райская Т. В., Нененкова А. Ю. Экономическая суть дискриминации. Условия использования ценовой дискриминации // В сборнике: Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента Сборник статей по материалам VI международной научно-практической конференции. 2018. С 5-10.
4. Обзор на нефть // Investing.com URL: <https://ru.investing.com/commodities/brent-oil> (дата обращения: 10.12.2018).
5. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018).
6. Нефтяной комплекс // Министерство энергетики Российской Федерации. URL: <http://minenergo.gov.ru/node/910> (дата обращения: 20.12.2018).

1. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68. [↑](#)
2. Смирнова О. О. Влияние рыночной власти на ценовую дискриминацию: теоретический анализ и подходы к оценке // Уникальные исследования XXI века. 2015. № 4 (4). С. 130. [↑](#)

3. Филиппова И. А., Полежайкина А. Е. Ценовая дискриминация // Экономика и социум. 2014. № 2-4 (11). С. 866. [↑](#)
4. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68. [↑](#)
5. Горбунков А. О. Ценовая дискриминация: возможности и границы // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 4-1 (77). С. 46. [↑](#)
6. Смирнова О. О. Влияние рыночной власти на ценовую дискриминацию: теоретический анализ и подходы к оценке // Уникальные исследования XXI века. 2015. № 4 (4). С. 130. [↑](#)
7. Вечканов Г. С. Ценовая дискриминация [Электронный ресурс] / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова // Центр креативных технологий. - URL: <http://www.inveitech.ru>. Дата обращения: 15. 12.2018. [↑](#)
8. Филиппова И. А., Полежайкина А. Е. Ценовая дискриминация // Экономика и социум. 2014. № 2-4 (11). С. 866. [↑](#)
9. Тагиров И. Х., Насипов Р. Б. Ценовая дискриминация: сущность и проявление // Экономика и социум. 2014. № 4-4 (13). С. 1189. [↑](#)
10. Горбунков А. О. Ценовая дискриминация: возможности и границы // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 4-1 (77). С. 46. [↑](#)
11. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68. [↑](#)

12. Шматко А. Д., Сироткин П. Б., Райская Т. В., Нененкова А. Ю. Экономическая суть дискриминации. Условия использования ценовой дискриминации // В сборнике: Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента Сборник статей по материалам VI международной научно-практической конференции. 2018. С 5. [↑](#)
13. Смирнова О. О. Ценовая дискриминация и рыночная власть фирмы: теоретический анализ // Крымский научный вестник. 2015. № 3 (3). С. 25. [↑](#)
14. Горбунков А. О. Ценовая дискриминация: возможности и границы // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 4-1 (77). С. 46. [↑](#)
15. Филиппова И. А., Полежайкина А. Е. Ценовая дискриминация // Экономика и социум. 2014. № 2-4 (11). С. 866. [↑](#)
16. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68. [↑](#)
17. Смирнова О. О. Показатели ценовой дискриминации и рыночное поведение доминирующей фирмы на рынках энергетических товаров// Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2. – С. 3. [↑](#)
18. Тагиров И. Х., Насипов Р. Б. Ценовая дискриминация: сущность и проявление // Экономика и социум. 2014. № 4-4 (13). С. 1189. [↑](#)
19. Смирнова О. О. Показатели ценовой дискриминации и рыночное поведение доминирующей фирмы на рынках энергетических товаров// Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 2. – С. 4. [↑](#)

20. Шматко А. Д., Сироткин П. Б., Райская Т. В., Нененкова А. Ю. Экономическая суть дискриминации. Условия использования ценовой дискриминации // В сборнике: Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента Сборник статей по материалам VI международной научно-практической конференции. 2018. С 5. [↑](#)
21. Абдрахманова А. Г., Аликберова А. М. Ценовая дискриминация в различных рыночных структурах // В сборнике: Модернизация системы экономических отношений в регионе материалы 4-й региональной научно-практической конференции, посвящённой 400-летию рождения названия «Политическая экономия». Аскеров Н.С. (отв. редактор). 2015. С 68. [↑](#)
22. Калужский М. Ценовая политика в маркетинге [Электронный ресурс] //Элитариум. -URL: <http://www.elitarium.ru/mark262.html>. Дата обращения: 15.12.2018. [↑](#)
23. Смирнова О. О. Ценовая дискриминация и рыночная власть фирмы: теоретический анализ // Крымский научный вестник. 2015. № 3 (3). С. 25. [↑](#)
24. Шаш Н. Воздействие государства на механизм ценообразования в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс] // Центр креативных технологий. - URL: <http://www.inveiitech.ru/lib/pricing/pricing-0121>. [↑](#)
25. Объём добычи нефти стран лидеров. [Электронный ресурс]. <https://neftok.ru/dobycha-razvedka/obem-dobychi-nefti.html> (Дата обращения: 21.12.2018). [↑](#)
26. Цены на бензин во всем мире. [Электронный ресурс]. <http://www.benzin-cena.ru> (Дата обращения: 21.12.2018). [↑](#)
27. Чвора М.В., Ерлина К. А. Монополизация рынка бензина в Российской Федерации // Научные достижения и открытия 2018. Сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса. 2018. С. 51. [↑](#)

28. Обзор на нефть // Investing.com URL: <https://ru.investing.com/commodities/brent-oil> (дата обращения: 10.12.2018). [↑](#)
29. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
30. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
31. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
32. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
33. Федеральная служба государственной статистики // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
34. Нефтяной комплекс // Министерство энергетики Российской Федерации. URL: <http://minenergo.gov.ru/node/910> (дата обращения: 20.12.2018). [↑](#)
35. Федеральный закон от 24.11.2014 № 366-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные подзаконные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171242/ - Дата доступа: 18.12.2018 [↑](#)