



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**Экономический анализ в российском  
антимонopolном применении:  
методические основы, правовое  
регулирование, использование и  
направления совершенствования**

**начальник Аналитического управления ФАС России**

**А.Г. Сушкевич**

**14 мая 2014 г.**

# Содержание доклада

- Роль исследования рынка в процедурах антимонопольного органа
- Правовое оформление процедуры исследования товарного рынка
- Этапы, источники данных, ключевые методы выявления параметров рынка
- Направления совершенствования процедуры исследования рынка
- Как мы исследуем рынки: попытка оценки качества (лучшие дела за 2012 год, злоупотребление коллективным доминирующим положением)
- Рейтинг регионов РФ по интенсивности конкуренции
- План исследований рынков ФАС России
- План повышения эффективности исследований товарных рынков ФАС России

# Зачем «анализировать рынок»?

Конкуренция - охраняемое законом общественное благо

Цель закона – защита конкуренции

Исследование рынка – установление степени ущерба такому общественному благу, как конкуренция

# Основной принцип анализа рынка

- Необходимость защиты права, нарушенного в результате ограничения конкуренции, лежит в основе принципа определения параметров рынка через СУБЪЕКТИВНЫЕ возможности лица, право которого нарушено
- Есть ли иные подходы к определению рынка? А если чьё-либо право не нарушено, а конкуренция уже ограничена? (Пример с патентным пулом, 3D планшеты)

- Глоссарий - в законе «О защите конкуренции»
- Приказ ФАС России от 28 апреля 2010 года № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке»

## Документы:

- США:
  - Horizontal Merger Guidelines (1968, 2010)
  - Non-Horizontal Merger Guidelines (1984)
- ЕС:
  - Commission Notice on the definition of the relevant market... (1997)
  - Guidelines on the assessment of horizontal mergers... (2004)
  - Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers ... (2008)

## Функции:

- введение в практику более совершенных методов анализа;
- унификация правоприменения;
- снижение асимметрии информации.

«Настоящее Руководство следует применять с осознанием того, что анализ рынка при решении вопроса о слиянии не состоит в единообразном применении одной и той же методологии. Напротив, такой анализ – это процесс, который направляется фактическими обстоятельствами (fact-specific process), в ходе которого антимонопольный орган, руководствуясь своим опытом и знаниями, применяет набор аналитических инструментов по отношению к имеющимся надежным свидетельствам с целью выявления угроз для конкуренции, возникающих в определенный период времени.»

Horizontal Merger Guidelines, 2010, U.S. Dept. of Justice and the FTC.



# Когда проводится исследование рынка

При рассмотрении любого ходатайства, а также при рассмотрении дел о нарушении антимонопольного законодательства, кроме:

- дел в отношении картелей;
- дел в отношении запрещенных вертикальных соглашений (часть 2 статьи 11);
- дел по поводу координации экономической деятельности;
- дел по поводу недобросовестной конкуренции;
- дел о нарушении антимонопольных запретов публично-правовыми образованиями (ст. 15, 16 и 17, 17.18);
- дел в отношении нарушений на торгах (ст. 17).



# Кем проводится исследование рынка?

Исследование рынка всегда проводится антимонопольным органом.

Процедуры принятия им решений не предусматривают проведение исследования рынка иными лицами.

# Этапы исследования рынка

Определение временного интервала исследования рынка

Определение границ рынка

Определение участников рынка

Расчет объема рынка

Оценка уровня концентрации рынка

Определение барьеров входа на рынок

Общая оценка состояния конкуренции на рынке

Требования к отчету о проведенном исследовании рынка

Могут использоваться любые данные  
У антимонопольного органа нет обязанности  
запрашивать и рассматривать данные, которые могут  
предоставить заинтересованные лица (исключение:  
рассмотрение ходатайства с продлением срока).

# Временной интервал

Проблема наименьшего временного интервала (в Приказе-220 – один год).

Экономическое обоснование наименьшего интервала.

«Все характеристики товарного рынка определяются в пределах одного установленного временного интервала»: всегда ли это оправдано?

- Первоначальная гипотеза (предмет договора)
- Уточнение гипотезы посредством анализа потребительских свойств товара
- Проверка гипотезы (ТГМ, кросс-эластичность, «анализ динамики цен»).

# Как определяются границы рынка в ЕС

## Методы определения границ рынка Европейской комиссией (в решениях по слияниям 1990-2001)

методология	географические границы	продуктовые границы
анализ торговых потоков	41%	-
сравнение уровней цен	30%	33%
SSNIP-тест	4%	11%
корреляции цен и эластичности цен	2-3%	15-20%

составлено по: [1], pp 9, 61

[\[1\]](#) Copenhagen Economics, «The internal market and the relevant geographical market. The impact of the completion of the Single Market Programme on the definition of the geographical market», European Commission DG Enterprise, 03 February 2003

# Особенности ТГМ в России

Параметр	США	ЕС	РФ (Порядок-220)
Размер SSNIP	Ориентировочно 5%, но зависит от товара	5-10%	5-10%
Базовая цена	Текущая или будущая; необходимость корректировки при признаках завышенности	Текущая или будущая; необходимость корректировки при признаках завышенности	Прошлая (за рассматриваемый временной интервал) – для ретроспективного анализа, текущая – для перспективного
Альтернативные гипотезы о границах	Выбор наименьших, но в принципе любые, исходя из цели минимизации ошибок	Выбор наименьших; но если при одинаково реалистичных гипотезах одна говорит о «невиновности» фирмы, принимается она	Наименьшие



# Данные тестов противоречивы?

Результаты тестов могут указывать на разные продуктовые границы

Есть ли алгоритм «примирения» несовместимых результатов различных тестов?

Важно придерживаться заранее сформулированного принципа выбора из набора альтернативных гипотез о границах (т.е. выбирать между ошибками первого и второго рода: между риском наказать невиновного и риском пресечь добросовестную деловую практику)

# Расчет объема рынка

Параметр	США	ЕС	РФ (Порядок-220)
<b>Показатель, используемый для расчета объема рынка</b>	<p>Зависит от цели исследования, от имеющихся данных. В частности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объем выручки (основной);</li> <li>- объем продаж в натуральном выражении;</li> <li>- объем выручки от новых покупателей – для долгосрочных контрактов, высоких издержек переключения и редких смен контрагента</li> <li>- объем свободных мощностей или объем запасов - для гомогенного продукта.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- объем продаж (основной);</li> <li>- объем мощностей;</li> <li>- число участников аукциона;</li> <li>- объем запасов.</li> </ul> <p>Объем продаж исследуется как в натуральном, так и в стоимостном выражении. Для дифференцированного товара – стоимостное предпочтительнее.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- объем продаж (основной);</li> <li>- объем поставок (отгрузок);</li> <li>- объем выручки;</li> <li>- объем перевозок;</li> <li>- объем производства;</li> <li>- объем производственных мощностей;</li> <li>- объем запасов ресурсов;</li> <li>- объем товара в соответствии с заключенными договорами.</li> </ul> <p>Все показатели в натуральном или стоимостном выражении. Критерии выбора не представлены.</p>
<b>Период, за который берутся данные</b>	<p>Исторические данные с корректировкой на реалистичные прогнозы будущих изменений; годовые данные кроме случаев, когда продажи редки</p>	<p>Исторические данные с корректировкой на реалистичные прогнозы будущих изменений</p>	<p>Временной интервал исследования</p>
<b>Критические значения долей</b>	<p>«Безопасная гавань» в 35% отменена Руководством-2010</p>	<p>Доминирующее положение – более 50%, безопасная гавань – менее 25%</p>	<p>Доминирующее положение – более 50%</p>

# Структурный анализ

- Пересмотр/отказ от пороговых значений

США	ЕС	РФ
«Безопасная гавань» в 35% отменена Руководством-2010	Доминирующее положение – более 50%, безопасная гавань – менее 25%	Доминирующее положение – более 50%
США	ЕС	РФ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\text{HHI} &lt; 1500</math> — Н</li> <li>• <math>1500 &lt; \text{HHI} &lt; 2500</math> – У</li> <li>• <math>\text{HHI} &gt; 2500</math> — В</li> </ul> При этом: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\text{delta}(\text{HHI}) &lt; 100</math> — ОК</li> <li>• <math>\text{delta}(\text{HHI}) &gt; 100</math> на У — опасения</li> <li>• <math>100 &lt; \text{delta}(\text{HHI}) &lt; 200</math> на В — серьезный анализ</li> <li>• <math>\text{delta}(\text{HHI}) &gt; 200</math> на В — презумпция усиления доминирующего положения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\text{HHI}(\text{после сделки}) &lt; 1000</math> — ОК</li> <li>• <math>1000 &lt; \text{HHI} &lt; 2000</math> при <math>\text{delta}(\text{HHI}) &lt; 250</math> или <math>\text{HHI} &gt; 2000</math> при <math>\text{delta}(\text{HHI}) &lt; 150</math> – ОК, если нет явных проблем;</li> <li>• <math>1000 &lt; \text{HHI} &lt; 2000</math> при <math>\text{delta}(\text{HHI}) &gt; 250</math> и <math>\text{HHI} &gt; 2000</math> при <math>\text{delta}(\text{HHI}) &gt; 150</math> – опасения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\text{HHI} &lt; 1000</math> – Н;</li> <li>• <math>1000 \leq \text{HHI} &lt; 2000</math> – У;</li> <li>• <math>\text{HHI} \geq 2000</math> - В</li> </ul>

- Дополнение анализом поведения

# Характеристика входа на рынок

Характеристика входа (оценка по трем параметрам)	США	ЕС
<b>Своевременность</b>	Вход является своевременным, если предотвращает ограничение конкуренции либо достаточно быстро его пресекает В Руководстве-1992 ориентир – 2 года. В Руководстве-2010 данный ориентир убран	Вход является своевременным, если предотвращает ограничение конкуренции либо достаточно быстро его пресекает Ориентир – 2 года
<b>Вероятность</b>	Вход вероятен, если он является прибыльным (с учетом изменений в параметрах рынка в результате входа нового участника)	Вход вероятен, если он является прибыльным (с учетом изменений в параметрах рынка в результате входа нового участника) На рискованность входа и угрозу потерь в случае неудачи влияют, в том числе, барьеры входа: - административные; - технологические; - преимущества опыта и репутации
<b>Достаточность</b>	Вход достаточен, если предотвращает или нейтрализует отрицательный эффект ограничения конкуренции	

1. От анализа структуры – к анализу поведения
2. От анализа рынков с гомогенным товаром – к анализу рынков с дифференцированным товаром
3. От жестких критериев к гибким критериям
4. От одного метода – ко множеству методов

**Shapiro, 2010**

**“The 2010 Horizontal Merger Guidelines:  
From Hedgehog to Fox in Forty Years”**

Что будет изменено в Приказе – 220 по итогам экспертизы?

Вводится «особый порядок» исследования рынка по делам об антиконкурентных соглашениях

Уточняется перечень нарушений закона о защите конкуренции, выявление которых не требует исследования рынка (как рассчитывать оборотный штраф? ведь решение по делу фиксирует объективную сторону административного правонарушения)

Вводится обязанность антимонопольного органа при исследовании рынка использовать информацию, которую предоставляют участники рынка

- Что будет изменено в Приказе – 220 по итогам экспертизы?
- Вводится требование к «иным» источникам информации
- Вводится новое требование к временному интервалу исследования рынка
- Вводится требование репрезентативности выборки при опросе
- Вводится требование обоснованности выбранного метода исследования
- Замена «превышения цены» на «издержки переключения»
- Подробно регламентируется содержание аналитического отчета
- Вводятся правила установления доминирующего положения (можно ли установить доминирующее положение по итогам исследования рынка?)



- Создана на портале ФАС России приказом от 24.01.2012 №35
- Поступило от ТУ ФАС России для размещения на 25.04.2014 – 164 отчета, из них признаны соответствующими всем требованиям – 55 отчетов, остальные направлены на доработку или признаны некорректными
- 36 отчетов поступило от управлений ЦА ФАС России
- Всего размещен 91 отчет
- Все отчеты подготовлены в рамках дел, прошедших полную судебную проверку (в пользу ФАС России)

# Лучшие 20 дел за 2012 год

	Дела, в которых анализировался товарный рынок		Дела, в которых анализ рынка не проводился	
	В соответствии с требованиями законодательства	Избыточно относительно требований законодательства	В соответствии с требованиями законодательства	В нарушение требований законодательства
<b>Количество дел</b>	2	3	12	3
<b>Номера дел</b>	12, 17	1, 7, 13	2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 14, 18, 19, 20	6, 15, 16

# Лучшие 20 дел за 2012 год

	Дела, в которых анализировался товарный рынок		Дела, в которых анализ рынка не проводился	
	В соответствии с требованиями законодательства	Избыточно относительно требований законодательства	В соответствии с требованиями законодательства	В нарушение требований законодательства
<b>Количество дел, в решениях по которым антимонопольный орган указал действия, ограничивающие конкуренцию</b>	1	2	4	2
<b>Номера таких дел</b>	17	1, 7	3, 5, 9, 10	6, 15

# Рейтинг регионов

«Федеральной антимонопольной службе и Министерству экономического развития Российской Федерации обеспечить ежегодное проведение оценки состояния конкурентной среды в Российской Федерации с последующим формированием рейтинга субъектов Российской Федерации **по степени интенсивности конкуренции и состоянию конкурентной среды**, а также опубликование фактических результатов не позднее мая года, следующего за оцениваемым периодом.»

Срок – ежегодно, до 1 мая.

# Чем обусловлена сложность проблемы

- Отсутствие общепринятых показателей, характеризующих интенсивность конкуренции
- Отраслевой подход v. рыночный подход
- Бухгалтерский учет v. экономический учет
- Какой смысл может иметь замер конкуренции в масштабах административных границ субъекта Российской Федерации?

# Требования к рейтингу

- Оценка должна быть актуальной
- Исходные данные должны быть доступны и современны
- Методика расчета должна быть понятной и убедительной
- Мотивирующий эффект рейтинга

# Какие данные решено использовать

- Макроэкономические показатели
- Достоверные данные о состоянии правовой дисциплины в сфере антимонопольного законодательства
- Состояние конкуренции на сопоставимых товарных рынках
- Результаты опросов хозяйствующих субъектов



# Типы использованных данных

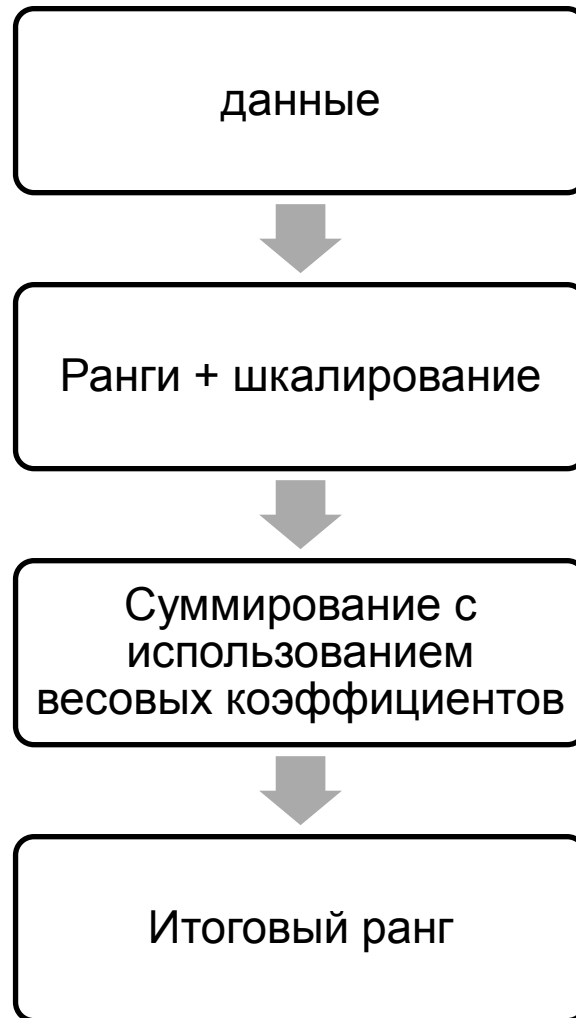
- Макроэкономические показатели по субъекту РФ
  - Количество предприятий на душу населения
  - Сальдо миграции на душу населения
  - ВРП на душу населения
  - Индекс физического объема инвестиций в основной капитал (прирост в % к предыдущему году) на душу населения

# Типы использованных данных

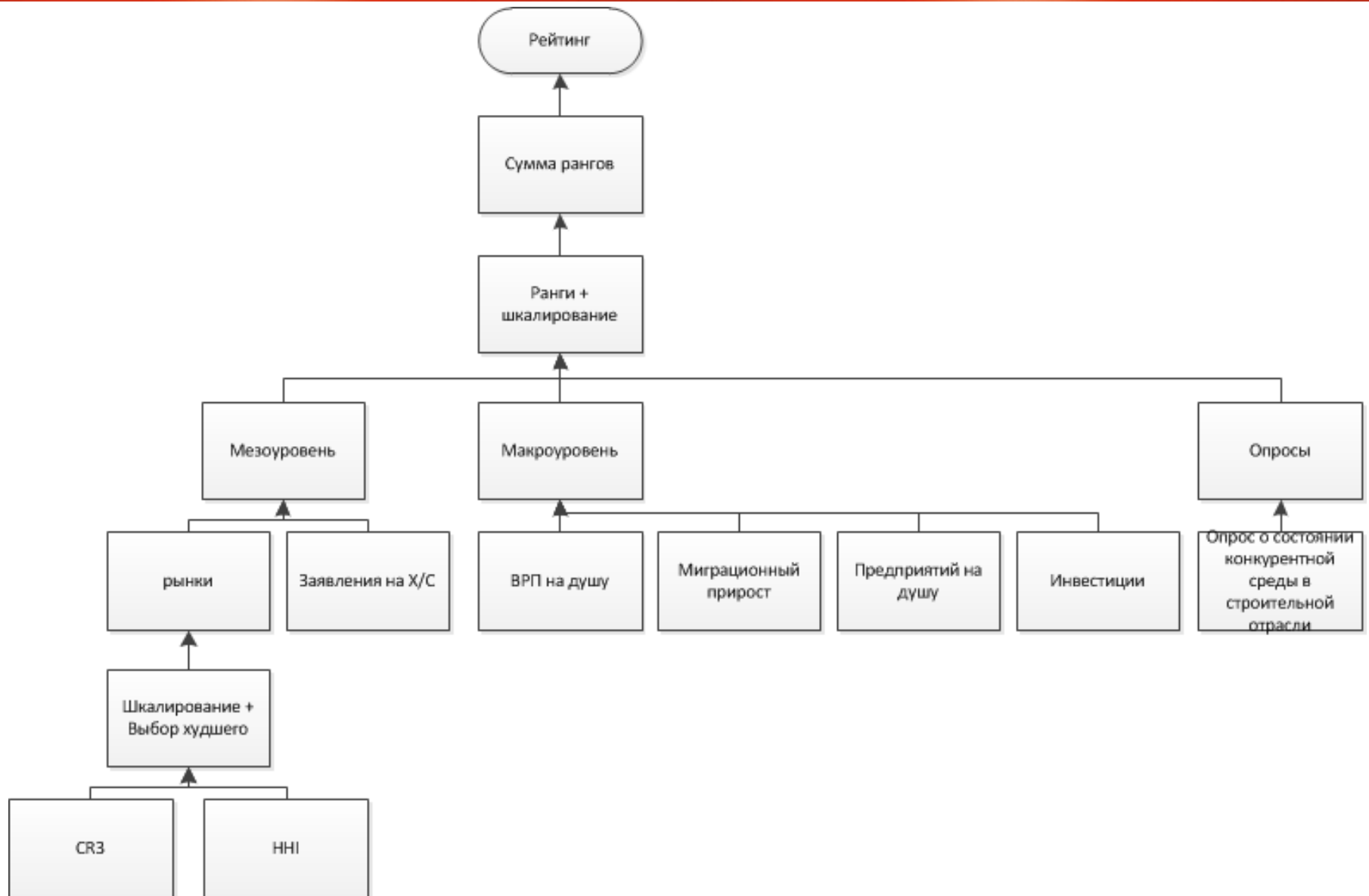
- Данные о состоянии правовой дисциплины в сфере антимонопольного законодательства
  - Количество заявлений о нарушении антимонопольного законодательства, поступивших в территориальные органы ФАС России от граждан и организаций

- Состояние конкуренции на сопоставимых товарных рынках
  - Результаты анализа отдельных рынков, проведенные ФАС России
- Опросы Росстата
  - Опрос хозяйствующих субъектов о состоянии конкурентной среды в отрасли строительства

# Порядок расчета



# Схема расчета



# Рынки, использованные в расчете

ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДАННЫЕ ЗА 2011 – 2012 ГГ. ПО ТОВАРНЫМ РЫНКАМ:

Рынок строительства, реконструкции, капитального ремонта автодорог

Рынок автомобильных бензинов АИ92 (розница)

Рынок автомобильных бензинов АИ95 (розница)

Рынок дизельного топлива (розница)

Рынок услуг ОСАГО

Рынок услуг по страхованию гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные производственные объекты (ОПО)

Рынок обязательного пенсионного страхования (ОПС)

- Отсутствие рынков, анализируемых в разрезе субъектов РФ на постоянной основе
- Ранг строится по сумме штрафных баллов за высокую концентрацию рынка
- Выбор пороговых значений для коэффициентов концентрации (ННІ и CR3)



# Особенности расчета

- Выбор макроэкономических показателей
- Учет отсутствующих значений
- Определение весовых коэффициентов
- Выбор способа рейтингования (сплошное, по группам и т.д.)

# Рейтинг состояния конкуренции

		Итоговый Рейтинг	Рейтинг Макро	Рейтинг Заявлен ия	Рейтинг субъектов по рынкам	Опросы	Сумма рангов
1	Краснодарский край	1	14	6	9	22	13
2	Белгородская область	2	21	12	22	19	19
3	Республика Татарстан	2	8	31	1	36	19
4	Калужская область	2	10	46	9	9	19
5	Новосибирская область	5	11	60	1	6	20
6	Тюменская область	6	1	8	30	48	22
7	Воронежская область	7	31	30	22	7	23
8	г.Москва	7	2	7	14	66	23
9	Рязанская область	9	18	23	3	56	25
10	Курская область	10	40	34	9	21	26
11	Смоленская область	11	56	14	6	30	27
12	Республика Саха (Якутия)	11	18	16	30	43	27
13	г.Санкт-Петербург	13	4	35	14	59	28
14	Республика Коми	13	46	48	14	4	28
15	Приморский край	15	37	26	35	17	29
16	Ставропольский край	16	37	25	22	34	30
17	Оренбургская область	16	34	45	9	29	30
18	Московская область	16	6	44	55	14	30
19	Самарская область	19	23	11	6	82	31
20	Свердловская область	19	20	27	14	60	31
21	Республика Калмыкия	19	48	9	55	11	31
22	Кабардино-Балкарская Республика	22	72	4	30	22	32

# Рейтинг состояния конкуренции

		Итоговый Рейтинг	Рейтинг Макро	Рейтинг Заявлен ия	Рейтинг субъектов по рынкам	Опросы	Сумма рангов
23	Республика Карелия	22	36	59	22	11	32
24	Костромская область	24	32	32	14	57	34
25	Республика Башкортостан	26	54	13	35	39	36
26	Псковская область	25	32	21	66	18	35
27	Челябинская область	26	30	42	35	35	36
28	Ямало-Ненецкий автономный округ	30	39	10	66	30	37
29	Новгородская область	26	29	49	63	1	36
30	Чукотский автономный округ	26	15	72	42	14	36
31	Брянская область	30	79	41	22	5	37
32	Магаданская область	30	12	43	79	14	37
33	Республика Ингушетия	30	44	3	76	22	37
34	Саратовская область	35	60	5	35	51	38
35	Иркутская область	35	45	36	42	28	38
36	Ханты-Мансийский автономный округ	30	12	28	76	30	37
37	Липецкая область	37	64	40	55	3	41
38	Республика Мордовия	37	76	19	30	38	41
39	Томская область	37	16	75	35	37	41
40	Республика Северная Осетия-Алания	37	81	18	55	10	41
41	Кемеровская область	37	41	54	14	54	41
42	Республика Тыва	42	71	20	22	53	42
43	Ростовская область	42	22	58	42	46	42
44	Республика Дагестан	42	80	2	42	41	42

# Рейтинг состояния конкуренции

		Итоговый Рейтинг	Рейтинг Макро	Рейтинг Заявлен ия	Рейтинг субъектов по рынкам	Опросы	Сумма рангов
45	Красноярский край	42	5	73	14	76	42
46	Пензенская область	42	51	70	42	2	42
47	Владимирская область	47	62	39	22	48	43
48	Республика Хакасия	47	43	62	3	62	43
49	Ярославская область	47	28	69	55	20	43
50	Республика Адыгея	50	53	15	35	70	44
51	Тверская область	50	60	37	6	73	44
52	Омская область	52	26	66	35	52	45
53	Карачаево-Черкесская Республика	52	69	24	63	22	45
54	Камчатский край	52	9	52	55	61	45
55	Алтайский край	55	58	47	5	73	46
56	Тамбовская область	55	50	51	14	67	46
57	Нижегородская область	55	24	56	22	79	46
58	Архангельская область (в т.ч. Ненецкий)	55	48	65	42	27	46
59	Вологодская область	59	7	33	79	71	48
60	Мурманская область	60	64	53	63	13	49
61	Республика Марий Эл	61	73	17	30	81	51
62	Тульская область	61	58	61	9	75	51
63	Сахалинская область	61	25	71	42	65	51
64	Калининградская область	61	3	67	66	68	51
65	Хабаровский край	65	34	74	42	57	52
66	Чеченская Республика	65	82	1	76	47	52

# Рейтинг состояния конкуренции

		Итоговый Рейтинг	Рейтинг Макро	Рейтинг Заявлен ия	Рейтинг субъектов по рынкам	Опросы	Сумма рангов
67	Пермский край	67	17	79	55	64	54
68	Орловская область	68	57	63	55	44	55
69	Республика Алтай	68	63	55	66	33	55
70	Забайкальский край	68	74	22	82	39	55
71	Республика Бурятия	68	75	57	42	45	55
72	Волгоградская область	68	51	29	66	71	55
73	Кировская область	73	41	64	42	78	57
74	Чувашская Республика	74	67	78	42	42	58
75	Ленинградская область	74	27	81	66	55	58
76	Еврейская автономная область	76	78	82	66	8	59
77	Ульяновская область	77	47	76	42	83	62
78	Удмуртская Республика	78	68	68	66	50	63
79	Астраханская область	79	55	80	42	77	64
80	Курганская область	80	77	50	66	69	66
81	Ивановская область	80	66	38	79	79	66
82	Амурская область	82	70	77	66	63	69
83	Крым	0	0	0	0	0	0
84	Севастополь	0	0	0	0	0	0

В 2013 – 2014 гг. запланированы исследования 31 рынка, из них 14 – с участием ТУ ФАС России

Ежегодно исследуются 8 рынков (бензины и дизельное топливо, опт и розница, а также электроэнергия (мощность), опт и розница)

План повышения эффективности исследований товарных рынков утвержден приказом ФАС России от 17 февраля 2014 года №97/14