

Стандарты экономического анализа в практике российского антимонопольного регулирования

Захаров Олег

ЛПККП
ЭФ МГУ
2012

Постановка задачи

- Цель работы - выяснить, как интерпретируются и применяются нормы антимонопольного законодательства, прежде всего положений Порядка-220, в практике российского антимонопольного регулирования.
- Для достижения поставленной цели были исследованы двенадцать дел о нарушении антимонопольного законодательства.
- В работе представлена практика применения каждого раздела Порядка-220

1. План презентации

1. Определение продуктовых границ рынка (раздел 3).
2. Определение географических границ рынка (раздел 4).
3. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке (раздел 9).

1. Определение продуктовых границ рынка

1. Предварительное определение товара (п. 3.4)



2. Выявление свойств товара, определяющих выбор приобретателя (п. 3.5)



3. Выявление товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара (п. 3.6)



4. Определение взаимозаменяемых товаров (пп. 3.7-3.10)

Тест гипотетического
монополиста

Анализ ценообразования и
динамики цен

Расчет показателя
перекрестной
эластичности спроса

1. Определение продуктовых границ рынка

- ФАС использует только пп. 3.4-3.7 Порядка-220.
- При использовании п. 3.7 количественного анализа издержек переключения не проводится.
- Ни в одном из рассмотренных дел ФАС не использовались ни один из представленных в п. 3.8 Порядка-220 методов выявления взаимозаменяемых товаров: тест гипотетического монополиста, анализ ценообразования и динамики цен, расчет показателей перекрестной эластичности спроса. При этом суды на этом не настаивали, а компании не предпринимали попыток провести подобный анализ

1. Определение продуктовых границ рынка

Иллюстрация – дело ОАО «Аэрофлот»

Предварительное определение товара проведено в соответствии с ОКВЭД (п. 3.4)



Определение потенциальных субститутов (п. 3.7)

ж/д перевозка

Автомобильная перевозка



Нужен загранпаспорт

Нужна виза

Низкая скорость



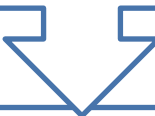
Субститутов нет

2. Определение географических границ

1. Предварительное определение географических границ товарного рынка



2. Выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара приобретателем (приобретателями) (п. 4.3)



3. Определение территорий, входящих в географические границы рассматриваемого товарного рынка (пп. 4.4-4.7)

Тест гипотетического
монополиста

Установление
местоположения
приобретателей или
продавцов

Анализ разницы цен

2. Определение географических границ

- При использовании п. 4.5 Порядка-220 предпочтение отдается методу «установления фактических районов продаж (местоположения приобретателей), хозяйствующих субъектов (продавцов), осуществляющих продажи на рассматриваемом товарном рынке (в предварительно определенных географических границах)». Ни в одном из рассмотренных дел не был использован тест гипотетического монополиста, причем это не явилось препятствием для отстаивания позиции ФАС в судах;
- При определении географических границ рынка активно используется п. 4.4 Порядка-220, т.е. анализ разницы цен, причем не только ФАС, но и компаниями при оспаривании ее решений, а суды в случае аргументированной позиции по данному пункту принимают подобные доводы сторон.

2. Определение географических границ

Иллюстрация – дело ОАО «ЮниМилк»

Использован п. 4.4 Порядка-220

Экономически нецелесообразно закупать молоко за пределами
Новосибирской области

Высокая стоимость перевозки

Продукт скоропортящийся



Рынок региональный

Но в девятом разделе аналитического отчета, на основании
анализа издержек перевозки, утверждается, что он открыт для
межрегиональной торговли

3. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

- Согласно Порядку-220 «заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок, дается на основании показателей уровня концентрации товарного рынка, наличия и преодолимости барьеров входа на товарный рынок» (п. 9.2).
- Если же «указанных характеристик недостаточно для заключения о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок, то анализируются
 - поведение хозяйствующих субъектов на товарном рынке (п. 9.3)
 - результаты хозяйственной деятельности (п. 9.4)
 - наличие факторов, способствующих ограничению конкуренции (п. 9.5).

3. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

Иллюстрация - дело ООО «КНК-Инвест», ООО «КНК-Трейд»,
ООО «КНК-Комплекс» и ряда индивидуальных
предпринимателей

Обвинены в нарушении п. 1 ч. 1 ст. 11 Закона «О защите
конкуренции» - запрет согласованных действий на рынках
розничной реализации автомобильных бензинов

ОАО «НК Роснефть» -
Курганнефтепродукт» -
ценовой лидер с рыночной
долей от 49% до 86%

Отдельные предприятия
группы КНК занимают от
0,1% до 3,1% рынка



Стратегия следования за ценой лидера для фирм конкурентного
окружения – нарушение законодательства

Спасибо за внимание