

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Мелешкина Анна Игоревна

**Экономические критерии определения релевантного рынка в
целях антимонопольного регулирования**

Специальность 5.2.1. Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Москва – 2023

Диссертация подготовлена на кафедре конкурентной и промышленной политики
экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова

Научный руководитель *Шаститко Андрей Евгеньевич* – доктор экономических наук, профессор

**Официальные
оппоненты** *Мальцев Александр Андреевич* – доктор экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», экономический факультет, заместитель декана по аспирантуре и организации исследовательского процесса, кафедра политической экономии, профессор, исполняющий обязанности заведующего кафедрой

Устюжанина Елена Владимировна – доктор экономических наук, доцент, ФГБУН «Центральный экономико-математический институт Российской академии наук», отделение макроэкономики и моделирования региональных систем, главный научный сотрудник

Хабаров Владимир Иванович – доктор экономических наук, профессор, НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», кафедра организационного менеджмента, профессор

Защита диссертации состоится «12» декабря 2023 г. в 15 часов 40 минут на заседании диссертационного совета МГУ.052.2 Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова по адресу: 119991, г. Москва, ул. Ленинские горы, дом 1, строение 46, экономический факультет, ауд. П7.

E-mail: msu.052.2.econ@org.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М. В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/052.2/2736>

Автореферат разослан «_____» ноября 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук



Т. В. Гудкова

1. Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования

Усложнение взаимосвязей смежных рынков, бизнес-практик компаний, многообразие и масштабы экономических шоков последних лет подталкивают к обсуждению стандартов доказывания, применяемых в рамках антимонопольного регулирования. Применение экономических методов в исследовании рынков – способ снизить отрицательные эффекты ошибок I (осуждение невиновного или слишком жестокое наказание виновного) и II рода (оправдание виновного или слишком мягкое наказание виновного). В антимонопольном регулировании основным источником данных ошибок является некорректное определение продуктовых и географических границ товарного рынка, что в свою очередь ведет к росту риска необоснованного антимонопольного преследования из-за завышения рыночной доли участников.

Вопрос определения релевантного рынка в российской промышленности приобрел особую актуальность в связи с реализацией стратегии импортозамещения, в ходе которой наблюдается взаимодействие инструментов конкурентной и промышленной политики. Направленность действий российского антимонопольного органа на достижение целей антимонопольной и промышленной политики тесно связана с искажениями в определении границ товарного рынка в ходе проведения анализа состояния конкуренции.

Экономические подходы к определению релевантного рынка в целях применения антимонопольного законодательства объединяют в себе теоретические и эмпирические методы исследования организации рынков, поведения потребителей и контрактного взаимодействия между сторонами спроса и предложения. Подходы участников товарного рынка к определению продуктовых и географических границ рынка в значительной степени отличаются от тех установок, которым следует регулятор в рамках контроля соблюдения хозяйствующими субъектами требований антимонопольного законодательства. Выбор значимых для определения релевантного рынка характеристик различается в зависимости от целей исследования рынка, что обусловлено различиями в концепциях рынка, используемых для принятия бизнес-решений и разработки регуляторных решений. Вот почему фундаментальным – как в теоретическом, так и практическом смыслах – является вопрос об их совместимости при сохранении различий.

Степень научной разработанности проблемы

Проблема определения релевантного рынка в продуктовых и географических границах находит отражение в следующих направлениях исследований:

1) Исследования природы рынка в экономической теории (Cournot, 1838; Marshall, 1890)¹ являются источником концепции торгового рынка;

2) Работы в сфере анализа природы рынка в бизнес-практиках и маркетинговой политике компаний (Ansoff, 1957; Buzzell, 1978; Abell, 1980; Porter, 1985; Markides, 1997; Eich, 2014; Petty, 2017) формируют концепцию стратегического рынка;

3) Описание инструментов экономического анализа, применяемых для оценки состояния конкуренции на рынке, представлено в работах (Buzzell, 1978; Williamson, 1975; Elzinga, Hogarty, 1978);

4) В исследованиях (Horowitz, 1981; Keyte, Stoll, 2004; Farrell, Shapiro, 2010; Padilla, 2001) выявляются ограничения на применение традиционных методов определения релевантного рынка в антимонопольном анализе;

5) Рекомендации для антимонопольных ведомств, в том числе применительно к процедуре определения релевантного рынка, представлены в работах (Scheffman, Spiller, 1987; Markovits, 2002).

Современные зарубежные исследования антимонопольного регулирования в части экономических методов определения продуктовых и географических границ товарного рынка затрагивают проблему целесообразности использования процедуры установления границ рынков, в том числе в связи с развитием цифровых рынков (Robertson, 2019; Lobato, 2020; Kalesna, 2023).

Исследования проблематики определения релевантного рынка в России проводились Авдашевой С.Б., Бродским В.А., Головановой С.В., Князевой И.В., Павловой Н.С., Сушкевич А.Г., Фоминой И.М., Цыгановым А.Г., Шаститко А.Е. Российские исследования носят как теоретический, так и прикладной характер (включают анализ антимонопольных кейсов с участием ФАС России). При этом затрагиваются как вопросы трансграничности традиционных рынков в свете формирования общих рынков ЕАЭС (Артемьев и др., 2020; Коломиец, Курдин, 2022), так и тенденция усложнения определения релевантного рынка в условиях цифровой трансформации экономики (Юсупова, 2016; Голованова и др., 2019; Павлова и др., 2021; Авдашева и др., 2022).

Вместе с тем несмотря на комплексность проводимого российскими экономистами анализа в исследованиях отсутствует анализ источников ошибок антимонопольного правоприменения в части определения релевантного рынка.

¹ Полные библиографические ссылки на все работы, упоминаемые в автореферате, приведены в основном тексте диссертации и в списке использованной литературы.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – предложить варианты снижения ошибок в антимонопольном регулировании на основе исследования их источников в свете оценки применимости экономических критериев определения релевантного рынка.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- 1) Привести обоснование сопоставимости концепций рынка в экономической теории и антимонопольной практике с точки зрения условий определения границ рынка;
- 2) Раскрыть основные методы определения релевантного рынка через призму достоверности и достаточности их результатов;
- 3) Определить факторы рыночной конъюнктуры, оказывающие влияние на точность результатов, полученных в рамках применения методов экономического анализа при установлении продуктовых и географических границ рынка;
- 4) Выявить источники ошибок ФАС России в определении релевантного рынка с последующими предложениями относительно направлений корректировки Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, используемого ФАС России.

Объект и предмет исследования

Объектом исследования являются параметры релевантного рынка – рынка, продуктовые и географические границы которого необходимо определить для рассмотрения антимонопольным органом нарушения антимонопольного законодательства. Предметом исследования выступают экономические критерии, применяемые для установления продуктовых и географических границ рынка в рамках антимонопольного правоприменения.

Научная новизна

1) Объяснено соотношение концепций торгового и стратегического рынка в контексте применения норм антимонопольного законодательства. Концепция торгового рынка отражает представления о цели антитраста и критериях ее достижения (эффективность vs. благосостояние конечного потребителя) в условиях рыночного равновесия, а концепция стратегического рынка делает акцент на предпринимательской функции, не предполагающей рыночного равновесия как необходимого элемента (отправной точки) анализа.

2) Продемонстрировано, что методы исследования состояния конкуренции в целях применения антимонопольного законодательства (корреляция цен, эластичность спроса, ТГМ и тест Эльзинга-Хогарти) относятся к ex post анализу, что входит в противоречие с принципами разработки бизнес-решений участниками рынка. Предприниматели в момент

принятия решений не обладают совокупностью информации о рынке, ex post анализ которой проводит регулятор, в связи с чем выводы антимонопольного органа относительно антиконкурентной природы поведения фирмы неизбежно содержат искажения, которые могут быть нивелированы посредством использования расширенного набора методов анализа рынка.

3) Выявлены факторы конъюнктуры рынка, включение которых в анализ продуктовых и географических границ товарного рынка повышает достоверность результатов определения релевантного рынка в целях применения антимонопольного законодательства, а именно: агрегирование спроса по ряду параметров (каналы сбыта, временной интервал, объем упаковки товара); взаимозаменяемость как на стороне спроса, так и на стороне предложения; производственные мощности и конкурентное давление со стороны импорта.

4) Раскрыт источник ошибок антимонопольного правоприменения в рамках анализа состояния конкуренции на товарном рынке – дихотомичность в исследовании рынка, обусловленная ограничениями каждой из рассматриваемых концепций рынка. В качестве отрицательных последствий дихотомичности в исследовании рынков выявлены некорректное определение релевантного рынка в форме заужения географических границ рынка (на примере рынка оптического волокна и цемента), обесценивание влияния рыночных дисбалансов на ценообразование (на примере рынков каучука и графитированных электродов).

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в расширении и углублении современных знаний в сфере оценки состояния конкуренции с учетом различий в восприятии рынка его участниками и регулятором. Указанные в исследовании факторы функционирования рынков объясняют необходимость использования совокупности экономических тестов и критериев для определения релевантного рынка.

Практическая значимость – результаты исследования могут использоваться в качестве разъяснений к Приказу ФАС России от 28 апреля 2010 г. N 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», что позволит повысить информированность антимонопольных юристов, экспертов в сфере исследования вопросов конкуренции, а также снизить вероятность ошибок правоприменения. Полученные результаты могут быть использованы в преподавании курсов – «Теория организации рынков», «Эмпирические отраслевые рынки», «Теоретические основы защиты и развития конкуренции».

Методологическая и теоретическая база исследования

В качестве теоретической базы исследования принимаются теория организации рынков, теория потребительского выбора, новая институциональная экономическая теория. Основные методы, применяемые в работе: 1) методы анализа и синтеза при описании концепции рынка в экономической теории и практике антимонопольного правоприменения, 2) методы типологизации при выявлении факторов конъюнктуры рынка, значимых для корректности определения продуктовых и географических границ рынка, 3) метод анализа ситуаций для демонстрации последствий игнорирования/недооценки регулятором отдельных параметров рыночного взаимодействия для корректности принимаемых решений.

Информационная база исследования

Информационную базу исследования составили научно-исследовательские работы по проблемам конкурентной и промышленной политики, а также методические рекомендации и материалы антимонопольных дел регулирующих органов в сфере конкурентной политики.

В качестве информационной базы эмпирической части исследования используются данные отраслевых аналитических агентств ВАИINFO, Хим-Курьер, CRU Monitor и СМПРО; данные о рынке графитированных электродов, предоставленные ГК «Энергопром»; данные о рынке оптического волокна, предоставленные компанией Corning Incorporated.

Положения, выносимые на защиту

1) Торговый рынок – теоретическая конструкция, формирующая представление о целях и задачах антитраста на основе анализа благосостояния потребителя и риска его ухудшения в результате деятельности продавца. Благосостояние потребителя оценивается на основе сравнительной статистики, что является и преимуществом данной концепции (с точки зрения возможности теоретического моделирования), и ее недостатком (с точки зрения реалистичности предпосылок анализа и возможности установления рыночного равновесия).

В концепции стратегического рынка отражены подходы производителей (продавцов) к принятию решений относительно различных нововведений (по Шумпетеру). При этом анализ возможностей, проводимый фирмой для принятия такого рода решений, - это динамический анализ конъюнктуры рынка (спроса и предложения, конкурентного окружения, издержек переключения потребителей между товарными группами и производителями и пр.), не требующий установления на рынке равновесия (хотя и не исключаящий его наличия в краткосрочном периоде).

2) Результаты применения концепций торгового и стратегического рынка могут вступать в противоречие в части интерпретации одних и тех же экономических событий. Основная цель антимонопольного регулирования (защита конкуренции путем выявления антиконкурентных действий и последующего применения санкций²) обуславливает проведение анализа ex post – регулятор оценивает действия хозяйствующих субъектов и последствия этих действий на основе уже сложившихся условий рыночного взаимодействия и наблюдаемых рыночных индикаторов. Тогда как участники рынка (предприниматели) принимают решения, исходя из ожиданий в условиях неопределенности, проводя ex ante анализ рыночной среды.

3) Процедура определения релевантного рынка должна исходить из целей антимонопольного регулирования и вместе с тем не игнорировать методы сбора и оценки рыночных индикаторов, используемые участниками рынка. Данный принцип позволяет избежать смещения подхода регулятора в анализе продуктовых и географических границ в сторону концепции торгового рынка, хорошо поддающегося количественным оценкам, но не учитывающего природу конкурентной борьбы и основания принимаемых предпринимателями решений. Такая сбалансированность позволяет улучшить характеристики правоприменения в части риска возникновения ошибок I и II рода.

4) Исключение статистики из анализа рынка в целях применения антимонопольного законодательства (включая концепцию торгового рынка) снижает степень операциональности исследования – возможности получения количественной оценки релевантного рынка на основе наблюдаемых рыночных индикаторов. Игнорирование динамической природы конкуренции, которая находит отражение в концепции стратегического рынка, ведет к некорректной интерпретации поведения участников рынка и, соответственно, к ошибкам правоприменения.

Степень достоверности результатов

Степень достоверности результатов обеспечивается:

1) Основные результаты диссертационного исследования соответствуют положениям экономической теории и основаны на применении системного подхода, интегрирующего методы анализа, синтеза, логического и сравнительно-сопоставительного методов.

2) Диссертационная работа основана на использовании достоверных статистических данных, а также на корректном использовании данных исследований, находящихся в открытом доступе.

² В задачи текущего исследования не входит рассмотрение вопросов адвокатирования конкуренции.

3) Достоверность предложенных в диссертационном исследовании результатов подтверждается их апробацией в ведущих рецензируемых научных журналах.

Соответствие диссертации научной специальности

Диссертационное исследование соответствует научной специальности 5.2.1 - Экономическая теория. Направления исследований:

8. Микроэкономическая теория. Теория фирмы. Теория потребительского поведения и спроса. Теория отраслевых рынков. Теория промышленной организации. Теории предпринимательства.

12. Теоретический анализ экономической политики и государственного регулирования экономики.

Апробация результатов исследования

Результаты исследования обсуждались на международных и российских научных конференциях, в частности: Второй Всемирный конгресс сравнительных экономических исследований «1917 –2017: Революция и эволюция в экономическом развитии» (2017 г.), конференция «Новый этап развития антимонопольного комплаенса в России» (2018 г.), Ежегодная научная конференция «Ломоносовские чтения» (2018, 2020 гг.), Ежегодная научная конференция консорциума журналов экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова (2019, 2020 гг.), Четвертый Российский экономический конгресс (2020 г.), Международная конференция «Управление бизнесом в цифровой экономике» (2020, 2021, 2022 гг.), XXIII Ясинская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества (2022 г.).

Ключевые результаты исследования также отражены в рамках государственного задания (научно-исследовательской работы) РАНХиГС по темам: «Инструментальные методы анализа рынка в целях применения антимонопольного законодательства» (2020 г.), «Доверенные лица в антитрасте: предметное поле проблемы, проектирование регламентирующих норм и потенциальные эффекты» (2020 г.), «Направления защиты внутренних рынков в антимонопольной политике» (2021 г.).

Основные результаты исследования представлены в 10 опубликованных (лично и в соавторстве) работах в рецензируемых научных изданиях (общий объем – 10 п.л., авторский вклад – 5,4 п.л.). Среди них 8 статей по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности (общий объем – 8,5 п.л., авторский вклад – 4,3 п.л.).

Структура диссертации

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и приложения; содержит 141 страницу, 12 рисунков, 17 таблиц, 1 приложение, 253 источника (в т.ч. 188 источников на иностранном языке).

2. Основные результаты и выводы работы

1) **Объяснено соотношение концепций торгового и стратегического рынка в контексте применения норм антимонопольного законодательства. Концепция торгового рынка отражает представления о цели антитраста и критериях ее достижения (эффективность vs благосостояние конечного потребителя) в условиях рыночного равновесия, а концепция стратегического рынка делает акцент на предпринимательской функции, не предполагающей рыночного равновесия как необходимого элемента (отправной точки) анализа.**

Подходы к определению релевантного рынка, используемые антимонопольным регулятором и участниками рынка, могут иметь существенные различия, обусловленные разницей в восприятии самого рынка. Концепции торгового и стратегического рынков соотносятся с двумя подходами к исследованию природы конкуренции – статикой и динамикой.

Торговый рынок соответствует логике статического подхода в анализе конкуренции, предпосылками которого являются отсутствие неопределенности относительно наилучшей из возможных производственных технологий (технология, обеспечивающая минимум издержек) и предпочтений потребителей, абсолютное знание о ценах и предельных издержках, стандартизация продукции. В рамках статического подхода конкуренция обязательно ведет к рыночному равновесию, при этом оптимальной рыночной структурой с точки зрения общественного благосостояния признается совершенная конкуренция. Главным недостатком этого подхода является парадокс совершенной конкуренции, о котором говорил Фридрих фон Хайек: «Совершенная конкуренция означает отсутствие всякой конкурентной деятельности», т.е. в условиях совершенно конкурентного рынка отсутствует конкуренция как процесс, так как участники рынка торгуют одинаковым товаром по одинаковой цене, фактически не конкурируя друг с другом.

Определение «торгового рынка» в экономической теории основано на концепции перекрестной эластичности спроса. Хотя в теоретическом моделировании данный подход является востребованным, его применение на практике не дает возможности точно определить продуктовые границы рынка, так как возникает проблема выбора критерия – какое значение должен принимать коэффициент перекрестной эластичности спроса, чтобы достоверно сделать вывод о проведении границы между продуктами. Кроме того, фирмы, чья продукция имеет высокую степень взаимозаменяемости, как правило, чувствительны к сбору и предоставлению данных, которые могут быть использованы регулятором для оценки эластичностей спроса по цене.

Концепция стратегического рынка сформирована в духе динамического подхода к анализу конкуренции, свойственного австрийской экономической школе. С точки зрения представителей австрийской школы, конкуренция представляет собой динамический процесс соперничества, а инновационная деятельность предпринимателя является неотъемлемой составляющей конкурентной борьбы. Таким образом, конкуренция рассматривается не как состояние рынка, а как процесс выявления новых возможностей использования известных ресурсов и выявления новых ресурсов (по Хайеку).

Для выбора рыночной стратегии фирмы определяют рынок с учетом возможных конкурентов и направлений инновационной деятельности. Тогда определение границ выступает в качестве источника стратегических инноваций (термин «стратегические инновации» используется для обозначения деятельности фирмы, направленной на создание новых типов продукции и услуг, качественно новой для рынка бизнес-модели, меняющих условия конкуренции на рынке). На локальном уровне инновационные процессы фирмы происходят каждый раз при выходе фирмы на новые сегменты существующих рынков или при выводе нового продукта на новый рынок. На глобальном уровне инновации являются результатом оценки потребностей покупателя, которые могут быть не удовлетворены существующими на рынке продуктами и услугами. Таким образом, стратегический рынок (находящий отражение в маркетинговой деятельности компаний) определяется через три измерения: группы потребителей, потребительская ценность продукта, технологии производства.

В силу различного положения в отношениях, связанных с применением норм антимонопольного законодательства, и информационной асимметрии (между регулятором и хозяйствующими субъектами) относительно обстоятельств дела и факторов принятия экономических решений участниками рынка возникают разногласия между регулятором и фирмами в подходах к определению релевантного рынка.

2) Продемонстрировано, что методы исследования состояния конкуренции в целях применения антимонопольного законодательства относятся к ex post анализу, что входит в противоречие с принципами разработки бизнес-решений участниками рынка. Предприниматели в момент принятия решений не обладают совокупностью информации о рынке, анализ ex post которой проводит регулятор, в связи с чем выводы антимонопольного органа относительно антиконкурентной природы поведения фирмы неизбежно содержат искажения, которые могут быть нивелированы посредством использования расширенного набора методов анализа рынка с учетом практик принятия стратегических решений участниками рынка.

Оценка состояния конкуренции на рынке в рамках применения антимонопольного законодательства, как правило, основана на анализе рыночной власти участников рынка в статике или динамике (стоит отметить, что в российской нормативно-правовой базе регламентация концепции «рыночной власти» отсутствует, однако практика антимонопольного правоприменения свидетельствует о ее использовании). Так, процедура установления факта злоупотребления доминирующим положением и монополизации рынка требует подтверждения наличия значительной рыночной власти, а также антиконкурентных действий; сделки слияния также признаются ухудшающими условия конкуренции, если ведут к росту рыночной власти компаний. Поскольку рыночная власть сопряжена с возможностями манипулирования ценами и объемами предложения (что в конечном счете сказывается на благосостоянии потребителей), критически важным является вопрос измерения рыночной власти. Наиболее распространенный метод измерения рыночной власти производителей в антимонопольной практике предполагает определение релевантного рынка и расчет долей хозяйствующих субъектов.

Критерий корреляции цен (товара на разных территориях) является распространенным подходом к оценке конкурентного давления при определении (географических) границ рынка. Корреляция отражает взаимосвязь между переменными. Она учитывает однонаправленность изменений, а также стабильность соотношения отклонений от среднего для каждой переменной. То есть, если переменные изменяются во времени разнонаправленно или/и отношение отклонений от среднего для каждой переменной не стабильно, то коэффициент корреляции будет низким. Следовательно, если переменные синхронно (или с фиксированными временными лагами) изменяются во времени, то корреляция будет высокой, что дает основания относить данные территории к одному рынку в географических границах.

Расчет *перекрестной эластичности спроса по цене* используется для классификации продуктов по степени взаимозаменяемости – субституты, комплементы, нейтральные товары. Метод также применим для группировки продуктов в группы, которые могут конкурировать друг с другом с точки зрения потребительского спроса. Если увеличение цены товара Y приводит к увеличению спроса на товар X (в то время как цена X остается неизменной), то продукты X и Y рассматриваются как заменители. Если увеличение цены Y приводит к снижению спроса на товар X (в то время как цена X остается неизменной), то продукты X и Y считаются комплементарными. Положительная перекрестная эластичность спроса по цене относится к взаимозаменяемым товарам, отрицательная – к взаимодополняемым благам. Наличие положительной перекрестной эластичности свидетельствует о нахождении товаров в одном рынке в продуктовых границах.

Для определения релевантного рынка рекомендован *тест гипотетического монополиста*, применяемый как для географических, так и для продуктовых границ рынка. Экономическая составляющая теста заключается в оценке возможностей гипотетического монополиста: если монополист не способен предпринять существенное и долгосрочное повышение цен, то существуют продукты или регионы, которые ограничивают возможности монополиста, а значит, они должны быть включены в границы рынка.

Для определения географических границ рынка на основании данных о товаропотоках может быть использован *тест Эльзинга-Хогарти*. Тест Эльзинга – Хогарти основан на анализе объемов международных/межрегиональных поставок для проверки гипотезы о принадлежности нескольких регионов/стран к одному географическому рынку. Тест состоит из двух критериев – LIFO и LOFI. Показатель LIFO (little in from outside) отражает соотношение локальных объемов спроса и предложения на товар. Он должен быть близок к 1, так как доля потребления товара извне предполагаемых географических границ рынка должна быть минимальной. Показатель LOFI (little out from inside) отражает процент производства, не потребляемого локально (т.е. экспортируемый). Он должен быть близок к 1, так как для корректно определенных географических границ рынка доля производства, не потребляемого локально, должна быть минимальной.

Анализ возможностей и ограничений методов определения релевантного рынка позволяет сделать вывод о наличии преимуществ теста Эльзинга-Хогарти для определения географических границ рынка с точки зрения его методологической прозрачности и реализуемости как регулятором, так и самими участниками рынка. В связи с чем необходимым представляется корректировка подхода ФАС России, используемого для определения географических границ рынка в соответствии с Порядком 220, а именно корректировка положения п. 4.2 «о структуре товаропотоков (о границах территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10 процентов от общего объема рассматриваемой товарной массы)». Предлагается замена формулировки «территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10 процентов от общего объема рассматриваемой товарной массы» на «территории, с которой вывозится не более 10% объема производства товара, и на которую ввозится не более 10% объема потребления товара».

Практика рыночного взаимодействия значительной части промышленных рынков накладывает ограничения на возможности проведения тестов/применения критериев оценки параметров рынка. Наименее прозрачными в рамках анализа рынка являются ценовые индикаторы, так как взаимодействие контрагентов на рынках B2B чаще всего осуществляется посредством двусторонних контрактов с ценой, устанавливаемой в ходе

переговорного процесса. Это фактически означает отсутствие индикатора единой рыночной цены, которая могла бы сформироваться, например, в условиях биржевой торговли. Учитывая данное обстоятельство, проведение ряда тестов/применение критериев, предлагаемых экономической теорией, становится невозможным. В таких случаях использование маркетинговых данных и отчетности бизнес-планирования должны служить основанием для установления продуктовых и географических границ рынка.

3) Выявлены факторы конъюнктуры рынка, включение которых в анализ продуктовых и географических границ товарного рынка повышает достоверность результатов определения релевантного рынка в целях применения антимонопольного законодательства, а именно: агрегирование спроса по ряду параметров (каналы сбыта, временной интервал, объем упаковки товара); взаимозаменяемость как на стороне спроса, так и на стороне предложения; производственные мощности и конкурентное давление со стороны импорта.

Характеристики рынка, подвергаемые анализу в рамках антимонопольного правоприменения, не являются самоцелью, а предназначены для последующей оценки рыночной власти игроков рынка, что определяется задачами антимонопольной политики. Точность результатов каждого из количественных методов установления границ рынка, применяемых в антитрасте, зависит от первоначального качественного анализа взаимозаменяемости продуктов, направлений товаропотоков, причинно-следственных связей между индикаторами цен и объемов. Такие факторы, как агрегирование данных, бремя издержек переключения и запас производственных мощностей, приводят к дополнительным развилкам в ходе проведения количественных тестов для установления границ рынка.

Выбор *метода агрегирования данных* может влиять на результаты процедуры определения релевантного рынка, что необходимо учитывать при расчете объемов спроса и эластичности спроса по цене. Сбор и анализ данных о рыночном спросе невозможен без агрегирования, которое может быть реализовано на основе следующих критериев: каналы сбыта, временной интервал, объем упаковки товара. Агрегирование при оценке спроса также основано на различии в географии продаж – как в локальном контексте (разные цены на продукцию в зависимости от удаленности потребителя от производителя), так и глобально (формирование разных цен в разных географических регионах). Очевидно, что, если цена и объем покупок в регионах отличаются, то средние цены товаров (как правило, частное от деления суммарной выручки от продаж товара на суммарный объем продаж) не будут соответствовать установленным ценам внутри каждого региона. Существует два типа источников ошибок агрегирования:

- средняя выручка по всем регионам является нелинейной функцией средней выручки в каждом регионе;
- не учитывается эффект распродаж и других методов продвижения товара, которые также нелинейно меняют среднюю цену покупки.

Хотя анализ спроса по отдельным каналам сбыта и географическим районам дает более точные результаты, позволяя избежать больших погрешностей, такого рода подход не удовлетворяет задачам антимонопольных ведомств. Целью исследования спроса для регулятора является оценка эластичности совокупного спроса, а не остаточного спроса отдельных продавцов. Исходя из описанных выше проблем агрегирования, полученные результаты должны интерпретироваться регулятором с учетом предпосылок анализа.

Одним из первостепенных элементов анализа параметров рынка в антимонопольном регулировании является оценка восприятия потребителями продуктов как функциональных заменителей – *оценка взаимозаменяемости продуктов на стороне спроса*. Помимо сопоставления функциональных характеристик товаров и услуг, имеют значение динамика цен на потенциальные субституты и реакция спроса на изменение цен, что поддается оценке с помощью коэффициентов перекрестной эластичности спроса. Коэффициент перекрестной эластичности отражает реакцию спроса на повышение цены одного продукта при условии, что цены на все другие продукты остаются фиксированными. Однако данная предпосылка далека от реальной практики рыночного ценообразования – изменение цены на один продукт обычно вызывает также изменение цен на другие продукты. Цены на заменители, как правило, следуют за ростом цены базового товара, а цены на комплементарные продукты – снижаются. Подобная динамика цен ослабляет реакцию спроса, так как меньше потребителей переключаются на заменители в ответ на повышение цены базового товара, когда цена заменителей также демонстрирует тенденцию к росту. Следствием чего являются заниженные расчетные коэффициенты эластичности по сравнению с реальной чувствительностью спроса. Примером может служить рынок цемента: цемент практически не имеет заменителей, единственным субститутом может служить бетонная смесь. Если рассматривать цены на бетон как независимые от цен на цемент, то эластичность спроса на цемент по цене довольно высокая, так как у потребителя есть возможность переключения на бетон (при условии неизменной цены на бетон). Однако на практике всякий раз, когда цена на цемент растет, цена на бетон также повышается, что делает переключение маловероятным.

Издержки переключения – это затраты, которые возникают при переходе потребителя от одного поставщика определенного товара или услуги к другому поставщику или с одного товара на другой, включая денежные затраты и время потребителя. При

определении продуктовых границ рынка взаимозаменяемость продуктов по потребительским свойствам и возможность переключения потребителей между продуктами имеют первостепенное значение. Однако прямая оценка издержек переключения в антимонопольном анализе ограничивается, как правило: тестом гипотетического монополиста; анализом ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен; расчетом показателя перекрестной эластичности спроса.

При этом процедура определения продуктовых границ рынка может быть затруднена в силу преднамеренного стратегического решения компаний производить несовместимые с другими брендами товары. В таких случаях антимонопольные ведомства должны разграничивать технологически вынужденную несовместимость продуктов и стратегические решения фирм. Фирмы, выбирающие стратегию несовместимости как часть своей бизнес-модели, должны подвергаться особенному контролю со стороны регулятора, так как могут использовать рыночную власть для установления необоснованных цен не на один, а сразу на ряд продуктов.

Производственные мощности – максимальный уровень производства товаров и услуг, которые фирма может произвести/предоставить при предельных издержках равных или незначительно отличающихся от текущего уровня предельных издержек. Фирма имеет избыточные производственные мощности, если ее фактический объем производства ниже уровня ее производственных мощностей. Предел производственных мощностей может иметь конкретное фиксированное в краткосрочном периоде значение (например, фабрика с капиталоемким производством), однако в большинстве случаев производственные площадки могут работать за пределами своих мощностей, указанных в технической спецификации в течение некоторого критического периода времени (например, сталеплавильные заводы имеют возможность экстренного увеличения загрузки мощностей в коротком периоде).

Производственные мощности имеют значение для определения участников рынка и его емкости. В антимонопольном законодательстве присутствуют положения, указывающие на необходимость рассмотрения фирм, которые не являются действующими производителями на релевантном рынке, но которые могли бы войти на рынок без значительных невозвратных издержек в случае небольшого, но существенного и долговременного повышения цены (SSNIP). Помимо стимулов к входу на рынок такие компании должны иметь возможность входа, которая определяется в том числе производственными мощностями. Тогда ключевым вопросом в анализе является определение направления использования мощностей – мощности могут быть свободными

или использоваться для производства другой продукции, но издержки переключения на производство другого продукта низкие.

Если производственные мощности компании используются для иных целей, но могут быть переключены на производство другого продукта, то фирма может рассматриваться как потенциальный участник рынка. Однако в более общем случае наценка на продукт, который производит фирма, может быть достаточно высокой, чтобы у производителя не возникло стимулов переключить производство на другой продукт в условиях SSNIP. Приведенная стоимость потерь в ожидаемых будущих продажах в результате такого переключения производства является важным фактором при определении прибыльности такого решения и должна рассматриваться как невозвратные издержки переключения производственных мощностей.

Определение релевантного рынка в большей мере основано на выявлении взаимозаменяемости продуктов с точки зрения потребителя. Однако границы рынка могут иметь потенциальные возможности расширения, когда цены на товар демонстрируют тенденцию к росту и участники на смежных рынках готовы к переключению производства на другой вид продукции. Анализ взаимозаменяемости товаров на стороне спроса и на стороне предложения могут давать разные результаты определения релевантного рынка.

Так в продуктовые границы рынка могут входить товары, которые покупатели не воспринимают как взаимозаменяемые. Несмотря на то, что такого рода подход противоречит стандартам определения границ продуктового рынка в антитрасте, метод *выявления взаимозаменяемости на стороне предложения* позволяет избежать ошибок в установлении границ рынка. Перед включением данного параметра в анализ границ рынка следует обозначить условия применимости такого подхода, то есть определить, когда и почему взаимозаменяемость на стороне спроса становится менее важной, чем на стороне предложения. Необходимым условием для того, чтобы два продукта считались заменителями на стороне предложения, является наличие у производителя активов, необходимых для производства продукта-заменителя. Это относится не только к производственным активам, но также к маркетинговым и сбытовым каналам, поскольку замена на стороне предложения будет эффективной только в том случае, если производители смогут успешно продавать заменители, а не только производить их. Кроме того, производители должны иметь перспективу окупаемости при переходе на производство другого продукта уже в краткосрочном периоде. Также замена на стороне предложения будет оказывать конкурентное давление, если потребители будут предъявлять спрос на продукт (результат замещения).

Импортные товарные потоки оказывают влияние на принимаемые решения как на стороне спроса, так и на стороне предложения: покупатели имеют расширенный ассортимент продукции (как по потребительским свойствам, так и по объему продукции), обеспечиваемый совместно национальными и зарубежными производителями; при этом национальные производители вынуждены учитывать *конкурентное давление со стороны иностранных поставщиков* (рассматриваются как уже действующие на рынке поставщики, так и потенциальные игроки рынка, имеющие технологические и экономические возможности входа на релевантный товарный рынок).

В антимонопольной правоприменительной практике, чаще всего, рассматривается наиболее очевидный способ, которым иностранные фирмы могут ограничить рыночную власть отечественных фирм, - это фактический импорт товара в условиях прямой конкуренции с местными фирмами. Тогда эффект, оказываемый импортом на условия рыночной конкуренции учитывается при расчете долей рынка в географических границах, которые соответствуют территории страны-импортера, исходя из фактических объемов поставок иностранного производителя. Например, если фактические продажи иностранного производителя на рынке страны-импортера равны 5% от общих продаж в стране за рассматриваемый период времени, то иностранной фирме будет присвоен такой же вес, как и отечественному продавцу, который также имеет 5% рынка (то есть учитываются только объемы поставок, а не мощностей). В таком случае иностранный поставщик, обеспечивающий 5% объема всех продаж на определенном географическом рынке, представляет ту же угрозу для национального монополиста (стремящегося использовать свою рыночную власть для установления цен выше конкурентного уровня), что и любой отечественный производитель с 5% в общем объеме продаж на релевантном рынке.

В такой интерпретации конкурентное давление со стороны иностранной компании может быть недооценено. Отечественная фирма с 5% рынка может предпринять попытку увеличения своей рыночной доли, однако ограниченные производственные мощности и недостаток экономических ресурсов в коротком периоде не позволят ей составить значимую конкуренцию доминирующему игроку на внутреннем рынке. Критическое различие между иностранной фирмой с 5% продаж в стране и локальным производителем заключается в том, что в большинстве случаев иностранная фирма не направляет все свои объемы продукции на удовлетворение спроса в одну страну, а диверсифицирует риски, обслуживая сразу несколько внешних рынков. Если цены в стране-импортере вырастут, иностранный поставщик может без увеличения общего объема производства (то есть при неизменной загрузке производственных мощностей) переориентировать свои продажи на

данный рынок. Следовательно, в отличие от «типичного» отечественного конкурента, иностранная фирма в меньшей степени зависит от своих производственных мощностей и обладает большей гибкостью в изменении структуры продаж на внешних рынках. Это означает, что зарубежный производитель, ориентированный на экспорт, сможет быстро и в большом масштабе ответить увеличением объема поставок на рынок страны-импортера в случае роста цен на торгуемый им товар. Если это так, то иностранная фирма представляет большую угрозу, чем отечественная фирма с той же рыночной долей, и выводы о рыночной силе участников рынка, основанные на исторических долях рынка, могут страдать от ошибок.

4) Раскрыт источник ошибок антимонопольного правоприменения в ходе анализа состояния конкуренции на товарном рынке – дихотомичность в исследовании рынка, обусловленная ограничениями каждой из рассматриваемых концепций рынка. В качестве отрицательных последствий дихотомичности в исследовании рынков выявлены некорректное определение релевантного рынка в форме заужения географических границ рынка (на примере рынка оптического волокна и цемента), а также игнорирование влияния рыночных дисбалансов на ценообразование (на примере рынков каучука и графитированных электродов).

Ограниченный набор экономических критериев, используемых антимонопольным регулятором РФ в ходе установления продуктовых и географических границ товарных рынков, а также смещение фокуса анализа состояния конкуренции на рыночную власть производителей, ведут к систематическим ошибкам, одной из которых является заужение границ товарных рынков.

В зависимости от отраслевой специфики антимонопольного кейса данная ошибка может объясняться как ограниченными административными ресурсами³ и короткими сроками проведения процедуры анализа состояния конкуренции, так и подменой целей и инструментов конкурентной политики установками промышленной политики и экономического регулирования (в том числе, в контексте политики протекционизма). Если основной целью антимонопольной политики является «обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков» (ст. 1 ФЗ «О защите конкуренции» № 135-ФЗ), то промышленная политика РФ на современном этапе имеет целью «формирование высокотехнологичной, конкурентоспособной промышленности,

³ Ограничения численности штата, статистических и вычислительных мощностей, временных сроков процедур расследований, числа расследований в расчете на 1 сотрудника.

обеспечивающей переход экономики государства от экспортно-сырьевого типа развития к инновационному типу развития» (ст. 4 ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»). Обозначенные цели обуславливают как сонаправленность, так и несоответствия в подходах к продуктовым и географическим границам рынка в рамках промышленной политики и экономического анализа рынка в целях антимонопольного правоприменения. В условиях рыночных дисбалансов, признаком которых может служить рост цен, подходы антимонопольных и отраслевых регуляторов могут расходиться в силу использования разных концепций релевантного рынка:

- сбалансированное по стимулам антимонопольное регулирование исходит из необходимости одновременного использования концепций торгового и стратегического рынка,
- промышленная политика РФ на современном этапе берет за основу подход торгового рынка с разделением на внутренний и внешний рынки.

В российской практике рыночного регулирования распространена подмена задач антимонопольного регулирования задачами промышленной политики. Это проявляется в том числе в форме определения релевантного рынка как рынка в границах Российской Федерации, что ведет к некорректному определению состава хозяйствующих субъектов и завышенным оценкам их рыночных долей. Таким образом, искусственное разграничение товарных рынков на внутренние и внешние, применяемое в промышленной политике, переходит в практику антимонопольного регулирования, создавая неверное представление о природе конкуренции и структуре рынка.

Кроме того, подход ФАС России к процедуре определения релевантного рынка страдает фрагментарностью проводимого анализа, что выражается в восприятии товарного рынка как самостоятельной единицы, существующей в отрыве от мировых экономических процессов и динамики смежных рынков. Следствием такого подхода является недооценка факторов внешней среды, уровня неопределенности экономических процессов, а также скорости адаптации к шокам спроса и предложения (см. Таблицу 1).

Таблица 1 – Основные характеристики исследуемых рынков

Параметр	Рынок графитированных электродов	Рынок каучука	Рынок оптического волокна	Рынок цемента
Временной интервал исследования	2015 г. – июнь 2018 г.	январь 2017 г. – ноябрь 2020 г.	2012-2017 гг.	2014-2020 гг.
Наличие экономических шоков и рыночного дисбаланса	+	+	+	+
	Сокращение производства в Китае, рост производства электростали, снижение объемов игольчатого кокса – основного сырья	Одновременное снижение цен натурального каучука и нефти, резкое падение спроса на синтетический каучук	Дисбаланс на рынке сырья (преформ)	Предложение не успевает подстроиться под растущий спрос
Основания для антимонопольного расследования	Рост цен на графитированные электроды (изъятие товара из обращения)	Навязывание контрагенту условий договора и создание дискриминационных условий одним из участников рынка	Создание другим хозяйствующим субъектам препятствий доступа на товарный рынок	Рост цен на цемент
Выявленные проблемы антимонопольного анализа в части определения релевантного рынка	1) Трудности выбора критерия (индикатора) заменяемости разных марок электродов между собой с точки зрения технологических возможностей и экономической целесообразности; 2) Отсутствие единой информационной базы международных товаропотоков графитированных электродов.	Одновременное наличие комплементарности и взаимозаменяемости натурального и синтетического каучуков.	Подмена целей и задач конкурентной и промышленной политики в части протекционизма – защита национального производителя.	Узкое определение географических границ рынка без учета перетоков товара между ФО, дающее основания для отнесения действий хозяйствующего субъекта к злоупотреблению ДП и вмешательства регулятора в процесс взаимодействия участников рынка.
Тип выявленных проблем	Методологические	Методологические	Прагматические	Прагматические
Используемые методы определения релевантного рынка в рамках проводимого автором анализа	Тест Эльзинга-Хогарти. Корреляционный анализ цен.	Анализ потребительских свойств синтетического и натурального каучуков в контексте их промышленного потребления. Корреляционный анализ цен.	Тест Эльзинга-Хогарти.	Тест Эльзинга-Хогарти. Корреляционный анализ цен. Критерий стабильности относительных цен.

Источник: составлено автором.

Результаты анализа рынков промышленных товаров свидетельствуют о необходимости корректировки процедуры определения релевантного рынка в рамках антимонопольного правоприменения ФАС России (см. Таблицу 2).

Таблица 2 – Краткая характеристика рассматриваемых антимонопольных дел

Рынок графитированных электродов	
Определение релевантного рынка регулятором	<ul style="list-style-type: none"> - Наблюдаемые индикаторы рынка – во втором полугодии 2017 года наблюдается дефицит и существенный рост цен (с конца 2016 года цена выросла более чем в 10 раз). - Был проведен анализ состояния конкуренции на рынке графитированных электродов на территории Российской Федерации, по результатам которого было установлено, что Группа «ЭНЕРГОПРОМ» занимает доминирующее положение на рынках графитированных электродов марок RP, HP и SHP с долей более 50% и марки UHP с долей более 35% в границах РФ.
Источник ошибок антимонопольного регулирования	<ul style="list-style-type: none"> - Некорректное определение продуктовых границ рынка: замена между марками графитированных электродов в рамках одного диаметра возможна и фактически производится. Продуктовыми границами рынка графитированных электродов являются отдельные товарные рынки с делением по диаметрам. - Некорректное определение географических границ (превышение порогового значения 10%) => Географическими границами рынка графитированных электродов в 2017 году является мировой рынок.
Итог	Аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынке графитированных электродов отправлен на доработку, границы рынка признаны мировыми, отсутствие нарушения антимонопольного законодательства.
Рынок каучука	
Определение релевантного рынка регулятором	<ul style="list-style-type: none"> - Наблюдаемая рыночная конъюнктура рынка – ПАО «Нижнекамскнефтехим» предлагает заключить ООО «ТД КАМА» (входит в Татнефть) новый договор, цена поставки товара по которому привязана к биржевым котировкам на натуральный каучук. - Был проведен анализ состояния конкуренции на рынке синтетических каучуков с разделением на марки.
Источник ошибок антимонопольного регулирования	<ul style="list-style-type: none"> - Некорректное определение продуктовых границ рынка: снижение цен на натуральный каучук происходит вследствие снижения цены СК, вызванного падением цены на нефть. Натуральный каучук и синтетический изопреновый каучук относятся к одному рынку в продуктовых границах. - Использование СК для потребителей целесообразно при условии, что он обходится им не дороже НК. Однако динамика котировок НК, являющегося аграрным продуктом, далеко не всегда коррелирует с котировками сырой нефти или нефтехимического сырья для получения СК. Поэтому в определенные моменты времени цена продажи СК, сформированная в привязке к цене НК, может оказываться ниже себестоимости.
Итог	ФАС России наложила административный штраф на НКНХ.

Продолжение таблицы 2

Рынок оптического волокна	
Определение релевантного рынка регулятором	<ul style="list-style-type: none"> - Между кабельными заводами и ООО «Корнинг СНГ» заключены договоры о поставках оптического волокна производства Corning. Дополнительными соглашениями к договорам с ООО «Корнинг СНГ» согласовываются объемы и цены конкретных поставок, требования по характеристикам продукции на конкретные поставки, а также обязательства по гарантированному выкупу объемов (% от общих потребностей). - Был проведен анализ состояния конкуренции на рынке оптического волокна, границами рынка признана территория РФ, на рынке производства и реализации одномодового ОВ доминирующее положение занимает Корнинг Инкорпорейтед.
Источник ошибок антимонопольного регулирования	<ul style="list-style-type: none"> - Искусственное заужение географических границ рынка. - Был определен хозяйствующий субъект («Оптиковолоконные системы»), отвечающий за производство оптического волокна («назначение победителя»). - Поддержка «победителя», основанная в том числе на применении норм антимонопольного законодательства.
Итог	Выдано предписание об устранении нарушения антимонопольного законодательства.
Рынок цемента	
Определение релевантного рынка регулятором	<ul style="list-style-type: none"> - Наблюдаемая рыночная конъюнктура – волатильность цены цемента, банкротство отдельных производителей цемента, ходатайство о приобретении «Атакайцемента». - Был проведен анализ состояния конкуренции на рынке общестроительного цемента, где географическими границами рынка определены ЮФО и СКФО. В случае совершения заявленной сделки совокупная доля группы лиц при расчете по показателю реализации превысит 50%.
Источник ошибок антимонопольного регулирования	Игнорирование движения товарных потоков между ФО.
Итог	Решение об отказе в удовлетворении данного ходатайства. Данный вопрос актуален в свете проверок крупных строительных организаций и производителей основных строительных материалов. Цель мероприятий – недопущение роста цен ввиду действий отдельных хозяйствующих субъектов.

Источник: составлено автором.

Искусственное расширение географических границ товарного рынка в рамках антимонопольного правоприменения создает риск недооценки рыночной власти участников рынка, тогда как необоснованное заужение географических границ ведет к завышенным оценкам рыночных долей и концентрации рынка. И тот, и другой тип ошибок экономического анализа рынка в целях антимонопольного правоприменения подрывает стимулы компаний к проконкурентному поведению и снижает достоверность угрозы при нарушении антимонопольного законодательства.

В качестве способов нивелирования выявленных источников ошибок антимонопольного правоприменения предложены дополнения в Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, включающие:

1) Использование необходимого минимума методов определения релевантного рынка (более одного) для снижения вероятности ошибок в установлении продуктовых и географических границ рынка;

2) Обязательность проведения количественной оценки импортных и экспортных потоков при определении объема рынка для исключения практики «узкого» определения географических границ рынка. Порядок 220 содержит п 6.2, регламентирующий **возможность** определения объема товарного рынка как «суммы объемов производства данного товара в географических границах рассматриваемого рынка (за вычетом потребления рассматриваемого товара в процессе его производства и объема запасов) за вычетом объемов вывоза (экспорта) рассматриваемого товара с данной территории и с добавлением объемов ввоза (импорта) рассматриваемого товара на данную территорию». Однако на практике данный способ оценки объемов товарного рынка не используется, что ведет к фактическому исключению роли импорта и экспорта в организации и структуре рынка;

3) Детализация регламента оценки возможностей переключения на стороне спроса и предложения между разными продуктами и географическими районами **в разные временные интервалы (до, во время и после экономических шоков и рыночных дисбалансов)** для исключения ошибок правоприменения, связанных с чрезмерным расширением или сужением границ релевантного рынка и некорректной интерпретацией поведения потребителей и производителей в условиях дестабилизации рынков (одного или нескольких).

Для снижения вероятности возникновения негативных последствий различий в подходах к определению релевантного рынка, применяемых регулятором и участниками рынка, целесообразным является использование подхода, сбалансированного с точки зрения требований закона о конкуренции и стратегических интересов хозяйствующих субъектов. Данный подход должен в равной степени учитывать критерии определения продуктовых и географических границ рынка, задействованные в бизнес-практиках компаний-участников рынка, и критерии определения релевантного рынка, предлагаемые экономической теорией и соотносящиеся с логикой антимонопольного регулирования.

Такого рода сбалансированный подход к определению релевантного рынка (учитывающий особенности концепций торгового и стратегического рынка) объединяет критерии установления продуктовых и географических границ, предлагаемых

экономической теорией, и методики стратегического планирования, используемые в бизнес-практиках в рамках следующих блоков: издержки переключения на стороне спроса, издержки переключения на стороне предложения, анализ товарных потоков, динамика смежных рынков, конкурентная динамика (анализ присутствия конкурентов).

Во избежание ошибок антимонопольного правоприменения рекомендуется использование расширенного набора методов определения релевантного рынка, который предполагает проведение минимального набора тестов (приведенного в разделе 1.2 диссертационного исследования) силами регулятора при допущении предоставления участниками рынка результатов определения границ рынка с помощью иных методов анализа. Это позволит нивелировать эффект расхождений в концепциях рынка, используемых регулятором и участниками рынка. Использование сразу нескольких методов определения релевантного рынка способствует повышению точности результатов анализа и снижает риск некорректной трактовки результатов разных тестов. При этом необходимым является установление критериев/пороговых значений в ряде проводимых тестов, в частности при анализе издержек переключения недостаточно получить оценку параметров, значимых для потребителя при выборе тех или иных товаров и услуг, необходимо также установить пороговые значения в сходстве/различии этих параметров.

3. Список работ, опубликованных по теме диссертации

Статьи, опубликованные (лично и в соавторстве) в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М. В. Ломоносова по специальности:

1. Курдин А.А., Мелешкина А.И. Критерии выбора эталонной цены для сопоставления при расследовании дел о монополистическом ценообразовании // Современная конкуренция, 2017, том 11, № 2, с. 18-35. ИФ РИНЦ 0,98. (0,8 п.л., авторские 0,4 п.л.)

2. Павлова Н.С., Мелешкина А.И. Внутрисетевой роуминг в России: а есть ли рынок? // Современная конкуренция, 2018, том 12, № 6, с. 5-15. ИФ РИНЦ 0,98. (0,9 п.л., авторские 0,4 п.л.)

3. Шаститко А.Е., Мелешкина А.И., Дозмаров К.В. Риски ошибок в применении антимонопольного законодательства: эффекты шоков спроса и предложения // Управленец, 2019, том 10, № 3, с. 2-13. JIF 0,5. (1,2 п.л., авторские 0,4 п.л.)

4. Шаститко А.Е., Мелешкина А.И., Маркова О.А. Триада регулирования рынков – антитраст, промышленная политика и протекционизм на рынке оптического волокна // Управленец, 2021, № 1, с. 47-61. JIF 0,5. (1 п.л., авторские 0,45 п.л.)

5. Мелешкина А.И. Критически значимые параметры спроса и предложения в системе антимонопольного регулирования // Проблемы теории и практики управления, 2021, № 10, с. 162-178. ИФ РИНЦ 0,621. (1,1 п.л., авторские 1,1 п.л.)

6. Шаститко А.Е., Мелешкина А.И. Национализировать нельзя оставить // Вопросы экономики, 2022, № 4, с. 133-145. JIF 0,8. (0,7 п.л., авторские 0,4 п.л.)

7. Шаститко А.Е., Мелешкина А.И., Маркова О.А. Контрактные отношения на рынках каучука: уроки для бизнеса и экономической политики // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика, 2022, № 1, с. 3-26. ИФ РИНЦ 0,871. (1,6 п.л., авторские 0,6 п.л.)

8. Мелешкина А.И., Филиппова И.Н., Шаститко А.Е. Empirical geographic market definition for antitrust: The case of the Russian cement market // Управленец, 2022, № 6, с. 15-29. JIF 0,5. (1,2 п.л., авторские 0,55 п.л.)

Публикации в прочих изданиях:

9. Мелешкина А.И., Маркова О.А., Власов К.В. Рыночные стратегии компании как источник антимонопольных рисков // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал, 2018, № 2, с. 7-28. ИФ РИНЦ 0,542. (0,7 п.л., авторские 0,3 п.л.)

10. Мелешкина А.И. Фактор иностранной конкуренции в определении географических границ товарного рынка // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал, 2021, № 4, с. 21-33. ИФ РИНЦ 0,542. (0,8 п.л., авторские 0,8 п.л.)