

Бродский В. А., канд. техн. наук (ОАО «Мечел»), г. Москва, victor.brodsky@mechel.com

ВЫБОР ВРЕМЕННЫХ ИНТЕРВАЛОВ АНАЛИЗА ТОВАРНОГО РЫНКА¹

Рассматриваются две задачи, связанные с нормативным порядком определения временного интервала анализа состояния конкуренции на товарном рынке в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта: а) выбор временных интервалов анализа и б) оценка стабильности рынка. Применительно к товарному рынку, на котором действует один или несколько хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, предлагается принципиально новый подход к решению названных задач, позволяющий исключить неоднозначность решений, свойственную нормативным методам решения этих задач. Предложены понятийные модели экономических терминов, которые используются в предлагаемом подходе. Обсуждаются возможности предложенных понятийных моделей.

Ключевые слова: антимонопольное расследование, товарный рынок, выбор интервала анализа рынка, стабильность долей участников рынка, понятийные модели.

Введение

Определение (выбор) временного интервала исследования товарного рынка — первый (начальный) этап нормативного порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке. Этот порядок установлен приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220² (далее — приказ ФАС РФ № 220).

Нормативные правила выбора временного интервала исследования товарного рынка изложены в ст. 5 Федерального закона «О защите конкуренции», а также в разделе II «Определение временного интервала анализа товарного рынка» приказа ФАС РФ № 220. Эти правила распространяются как

на рынок, который имел место до времени проведения антимонопольного расследования, так и на рынок, который может состояться в будущем.

Практика показывает, что выбор временного интервала исследования рынка в ряде случаев определяющим образом влияет на решения регулирующего органа в делах, связанных с нарушениями антимонопольного законодательства. Между тем обозначенные выше нормативные правила этого выбора имеют два существенных недостатка.

Первый недостаток — это требование, изложенное в п. 2.4 приказа ФАС РФ № 220: «Все характеристики товарного рынка определяются в пределах одного установленного временного интервала». В коллективной монографии³, а также далее в подразделе «О целесообразности рассмотрения не-

¹ Автор выражает искреннюю признательность канд. экон. наук А. А. Курдину за конструктивные замечания и предложения, позволившие существенно улучшить обоснование основных положений статьи.

² приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 (ред. от 12.03.2013) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

³ Экономический анализ в применении норм антимонопольного законодательства: эмпирические оценки и пути развития / Н. А. Горейко и др.; под ред. Н. С. Павловой; вступ. статья А. Г. Цыганова. М.: МАКС Пресс, 2014. — 216 с.

скольких временных интервалов в рамках анализа базового рынка» рассматривается несколько теоретически допустимых ситуаций, когда это требование ограничивает возможности экономического анализа.

Второй недостаток — это использование неоднозначного выражения «малозначительность изменений долей участников рынка в пределах интервала анализа», допускающего различные трактовки. Например, возможна ситуация, когда регулятор и заинтересованный участник рынка, являющийся объектом антимонопольного расследования, будут по-разному определять «правильную» продолжительность интервала анализа рынка. Регулятор, будучи заинтересован в констатации доминирования участника рынка, выделит в качестве временного интервала анализа короткий отрезок времени, где доля участника рынка была достаточно большой. И будет настаивать на ограничении интервала анализа этим коротким временным отрезком, если удлинение интервала приводит к существенному уменьшению доли данного участника в среднем на длинном временном отрезке. Основным аргумент регулятора против удлинения интервала — это значительные колебания долей участников рынка за пределами короткого отрезка времени. Напротив, заинтересованный участник рынка, указывая, что эти колебания долей были незначительными, будет предлагать удлинить интервал анализа, если это позволит существенно уменьшить долю данного участника рынка в среднем на длинном временном отрезке.

Цель настоящей работы — предложить и обосновать принципиально новый подход к постановкам и алгоритмам решения двух задач, предусмотренных в приказе ФАС РФ № 220: а) выбор временных интервалов анализа и б) оценка стабильности рынка.

Постановки и алгоритмы решения задач, рассматриваемые в статье, ограничены случаем, когда объектом антимонопольного расследования являются дейст-

вия продавцов. В случае, когда объектом антимонопольного расследования являются действия покупателей, потребуется заменить в постановках задач и алгоритмах их решения, представленных далее, слово «продавец(цы)» и связанные с ним условные обозначения на слово «покупатель(ли)» и соответствующие условные обозначения.

Основную идею предлагаемого подхода сформулируем так: временной интервал анализа товарного рынка, на котором действует один или несколько крупнейших продавцов, занимающих доминирующее положение, может включать несколько временных отрезков, если в пределах каждого из таких временных отрезков остаются неизменными характеристики рынка, от которых зависят значения коэффициентов рыночной концентрации (CR), измеренные в качественной шкале с градациями «низкий», «умеренный», «высокий».

Настоящая работа состоит из двух частей. В первой части рассматриваются следующие вопросы: проблема, решению которой посвящена статья; терминология; постановки и алгоритмы решения задач, обеспечивающих решение проблемы; численные примеры. Вторая часть — это обоснование предлагаемого подхода к решению проблемы.

Терминология

Крупнейший продавец

В настоящей работе рассматриваются только такие товарные рынки, на которых действует один или несколько продавцов, занимающих доминирующее положение. При этом будем придерживаться следующего определения термина «товарный рынок», предложенного и обоснованного в публикации⁴: товарный рынок — это со-

⁴ Бродский В. А. Определение границ товарных рынков методом попарного сопоставления // Современная конкуренция. 2013. № 1 (37). С. 23–44.

вокупность определенных хозяйствующих субъектов, которые в определенный период, во-первых, связаны между собой отношениями купли-продажи (обмена) определенного товара (группы товаров), обозначаемых термином «продуктовые границы рынка», и во-вторых, расположены на определенных территориях, обозначаемых термином «географические границы рынка».

Нетрудно убедиться, что предлагаемое определение термина «товарный рынок» не противоречит нормативному определению термина «товарный рынок» в ст. 4 Закона «О защите конкуренции». Преимущество предлагаемого определения состоит в том, что в нем используются только те характеристики товарного рынка, которые являются результатом исследования, предусмотренного приказом ФАС РФ № 220.

Введем следующее определение:

Определение 1. Крупнейшим продавцом будем называть продавца, занимающего доминирующее положение в соответствии с тем или иным вариантом набора признаков доминирования, установленных в ст. 5 Закона «О защите конкуренции».

Согласно п. 1 части 3 ст. 5 Закона «О защите конкуренции» нижний предел доли крупнейшего продавца в общем объеме рынка равен 8%.

Понятийная модель базового рынка на стороне продавцов

Введем следующие условные обозначения:

$w_{\text{баз}}$, $s_{\text{баз}}$ — наименования соответственно крупнейшего продавца и его товара, которые являются объектами антимонопольного расследования по признакам нарушений антимонопольного законодательства, предусмотренных ст. 10 и/или 11 Закона «О защите конкуренции» (далее $w_{\text{баз}}$, $s_{\text{баз}}$ — базовый продавец и базовый товар соответственно);

τ_o — временной интервал (синонимы: отрезок времени, период), в течение которого имело место фактическое или предполагаемое нарушение антимонопольного зако-

нодательства базовым продавцом $w_{\text{баз}}$ при реализации базового товара $s_{\text{баз}}$;

$t_{o, \text{нач}}$, $t_{o, \text{кон}}$ — даты начала и окончания временного интервала τ_o ;

$\tau_{\text{баз}}$ — отрезок времени, принятый антимонопольным органом в качестве временного интервала анализа товарного рынка в антимонопольном расследовании в отношении продавца $w_{\text{баз}}$ и товара $s_{\text{баз}}$ по признакам нарушения антимонопольного законодательства во временном интервале τ_o (далее $\tau_{\text{баз}}$ — базовый интервал);

$t_{\text{баз, нач}}$, $t_{\text{баз, кон}}$ — даты начала и окончания базового интервала $\tau_{\text{баз}}$;

$R_{\text{баз}}$ — наименование (идентификатор) рынка, на котором продавец $w_{\text{баз}}$ продавал товар $s_{\text{баз}}$ в период $\tau_{\text{баз}}$ (далее $R_{\text{баз}}$ — базовый рынок);

$S_{\text{баз}} = \{s_1, s_2, \dots, s_{k_1}, \dots, s_{k_{\text{баз}}}\}_{\text{баз}} = \{s_{k_i}\}_{\text{баз}}$ — продуктовая граница базового рынка $R_{\text{баз}}$;

$W_{\text{баз}} = \{w_1, w_2, \dots, w_n, \dots, w_{N_{\text{баз}}}\}_{\text{баз}} = \{w_n\}_{\text{баз}}$ — список наименований крупнейших продавцов на базовом рынке $R_{\text{баз}}$, упорядоченных по убыванию их долей в объеме базового рынка (далее — список крупнейших продавцов на базовом рынке $R_{\text{баз}}$);

$CR_{\text{баз}}$ — коэффициент рыночной концентрации базового рынка $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов, измеренный в качественной шкале с градациями «высокий», «умеренный», «низкий» (п. 7.2 приказа ФАС РФ № 220).

Характеристики базового рынка $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов связаны следующими соотношениями:

$$s_{\text{баз}} \in S_{\text{баз}}, \quad (1)$$

$$w_{\text{баз}} \in W_{\text{баз}}, \quad (2)$$

$$t_{\text{баз, нач}} \leq t_{o, \text{нач}} < t_{o, \text{кон}} \leq t_{\text{баз, кон}} < T, \quad (3)$$

где T — дата начала антимонопольного расследования.

Соотношение (1) означает, что продуктовая граница базового рынка включает базовый товар $s_{\text{баз}}$. Соотношение (2) означает,

что список крупнейших продавцов, действующих на базовом рынке, включает базового продавца $w_{\text{баз}}$. Соотношение (3) показывает, как связаны между собой временные параметры базового рынка.

В соотношениях (1) и (3) отсутствуют сведения о покупателях, так как для анализа состояния конкуренции на стороне продавцов такие сведения не требуются.

Совокупность представленных выше показателей и соотношений (1) — (3) будем называть понятийной моделью базового рынка на стороне продавцов (далее для краткости: рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов)⁵.

Понятийная модель рынка R_1 на стороне продавцов

Предположим, что базовый продавец $w_{\text{баз}}$ продавал базовый товар $s_{\text{баз}}$ также и в период τ_1 , предшествующий базовому интервалу $\tau_{\text{баз}}$.

По аналогии с показателями, которые приняты выше для базового рынка $R_{\text{баз}}$, введем показатели для рынка R_1 , который действовал в период τ_1 :

R_1 — наименование (идентификатор) рынка, на котором базовый продавец $w_{\text{баз}}$ продавал базовый товар $s_{\text{баз}}$ на отрезке времени τ_1 ;

$t_{1, \text{нач}}$; $t_{1, \text{кон}}$ — даты начала и окончания временного интервала τ_1 ;

$S_1 = \{s_1, s_2, \dots, s_k, \dots, s_{K1}\}_1 = \{s_k\}_1$ — продуктовая граница рынка R_1 ;

$W_1 = \{w_1, w_2, \dots, w_n, \dots, w_{N1}\}_1 = \{w_n\}_1$ — список крупнейших продавцов на рынке R_1 , упорядоченный по убыванию их долей в объеме рынка R_1 (далее — список крупнейших продавцов на рынке R_1);

CR_1 — коэффициент рыночной концентрации рынка R_1 на стороне продавцов, измеренный в качественной шкале с градациями «высокий», «умеренный», «низкий».

Характеристики рынка R_1 связаны следующими отношениями:

$$s_{\text{баз}} \in S_1, \quad (4)$$

$$w_{\text{баз}} \in W_1, \quad (5)$$

$$0 < t_{1, \text{нач}} < t_{1, \text{кон}} \leq t_{\text{баз}, \text{нач}} \leq t_{0, \text{нач}} < t_{0, \text{кон}} \leq t_{\text{баз}, \text{кон}} < T. \quad (6)$$

Соотношения (4)–(6) имеют тот же смысл для рынка R_1 , который указан выше для соотношений (1)–(3) применительно к рынку $R_{\text{баз}}$.

Совокупность показателей, характеризующих рынок R_1 на стороне продавцов, и соотношения (4)–(6) будем называть понятийной моделью рынка R_1 на стороне продавцов (далее для краткости: рынок R_1 на стороне продавцов).

Квазисхожие рынки на стороне продавцов

Введем следующее определение:

Определение 2: Базовый рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов и рынок R_1 на стороне продавцов будем называть квазисхожими рынками (синоним: квазипохожими рынками), если совпадают:

- продуктовые границы рынков:

$$S_{\text{баз}} = S_1; \quad (7)$$

- списки крупнейших продавцов:

$$W_{\text{баз}} = W_1; \quad (8)$$

- коэффициенты рыночной концентрации:

$$CR_{\text{баз}} = CR_1. \quad (9)$$

Допущение 1. Если рынки $R_{\text{баз}}$ и R_1 являются квазисхожими на стороне продавцов, то временной интервал исследования товарного рынка, обозначенный в Разделе II «Определение временного интервала исследования товарного рынка» приказа ФАС РФ № 220, должен содержать два отрезка времени: $\tau_{\text{баз}}$ и τ_1 .

Допущение 1, бесспорно, представляет собой сильное упрощение интуитивных

⁵ Было бы ошибкой использовать в данном случае выражение «рынок продавцов», за которым, как известно, закрепился совсем другой смысл.

представлений о сходных (похожих) товарных рынках и поэтому нуждается в обосновании. Основными обосновывающими аргументами являются следующие обстоятельства.

(i) В ситуации, когда нарушение антимонопольного законодательства по признакам, предусмотренным ст. 10 и/или 11 Закона «О защите конкуренции», связано с действиями продавцов, приказ ФАС РФ № 220 предусматривает исследование тех параметров рынка, которые характеризуют деятельность только продавцов, но не покупателей.

(ii) В ситуации, обозначенной в пункте (i), приказ ФАС РФ № 220 предусматривает исследование действий не всех продавцов, а только тех, которые занимают на рынке доминирующее положение.

(iii) Значения коэффициента рыночной концентрации (CR), измеренное в качественной шкале, зависит только от долей крупнейших продавцов и не меняется в случае прихода-ухода с рынка тех продавцов, доля которых составляет менее 8%.

С другой стороны, было бы ошибкой использовать в отношении рынков, указанных в Допущении 1, выражения типа «один и тот же рынок», «идентичные рынки», «тождественные рынки» и т. д. Действительно, кроме того, что эти рынки различаются положением во времени, у них может не совпадать целый ряд других параметров. Например: объемы рынков, списки всех без исключения продавцов, структуры поставок товаров, цены товаров.

Соотношения (7)–(9) будем называть понятийной моделью квазисхожих рынков на стороне продавцов.

Постановка и алгоритм решения задачи выбора временных интервалов анализа рынка

Укрупненная структура задачи

С учетом Допущения 1 задачу выбора временных интервалов анализа товарного

рынка, обозначенную в Разделе II «Определение временного интервала исследования товарного рынка» приказа ФАС РФ № 220, представим как последовательность решения трех взаимосвязанных подзадач:

А) «Определение характеристик базового рынка $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов»;

В) «Определение характеристик рынка R_1 на стороне продавцов»;

С) «Анализ квазисхожести рынков $R_{\text{баз}}$ и R_1 на стороне продавцов».

Алгоритм (порядок) решения первых двух подзадач регламентирован в приказе ФАС РФ № 220 и поэтому не требует пояснений. При этом очевидно, что подзадача А всегда имеет решение, удовлетворяющее условиям (1)–(3).

Напротив, в подзадаче В возможны два варианта решений:

— не существует рынка R_1 , параметры которого отвечают условиям (4)–(6); это означает, что отрезок времени $\tau_{\text{баз}}$ есть искомым временной интервал анализа рынка;

— существует рынок R_1 , параметры которого отвечают условиям (4)–(6); в этой ситуации следует перейти к подзадаче С.

Подзадача «Анализ квазисхожести рынков $R_{\text{баз}}$ и R_1 на стороне продавцов»

Подзадачу С представим следующим образом.

Дано:

- выявленные в результате решения подзадачи А характеристики базового рынка $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов;

- выявленные в результате решения подзадачи В характеристики рынка R_1 на стороне продавцов.

Требуется: определить, выполняются ли условия (7)–(9).

Алгоритм решения подзадачи С представляет собой последовательность шагов, связанных с проверкой выполнения условий (7)–(9).

Если каждое из условий (7)–(9) выполняется, то согласно Определению 2 это означает, что рынок $R_{\text{баз}}$ и рынок R_1 являются

квазисхожими на стороне продавцов, а согласно Допущению 1 временной интервал анализа исследуемого рынка должен включать два отрезка времени: базовый интервал $\tau_{\text{баз}}$ и интервал τ_1 .

Если хотя бы одно из условий (7)–(9) не выполняется, то это означает, что рынок $R_{\text{баз}}$ и рынок R_1 не являются квазисхожими на стороне продавцов, и поэтому временной интервал анализа исследуемого рынка включает только базовый интервал $\tau_{\text{баз}}$.

Теоретически может существовать несколько отрезков времени $\tau_z (z = 1, 2, \dots, Z)$, «претендующих» на включение в анализ исследуемого рынка. В этом случае алгоритм решения подзадач В и С надо будет повторить Z раз.

Пример

Рассмотрим численный пример, поясняющий постановку и алгоритм решения подзадачи «Анализ квазисхожести рынков $R_{\text{баз}}$ и R_1 на стороне продавцов» применительно к основному рынку энергетических углей.

Исходные данные. Предположим, что объектом антимонопольного расследования по признакам нарушений, предусмотренных ст. 10 и/или 11 Закона «О защите конкуренции», является угольная шахта с условным названием «Ш22» и ее товар (энергетический уголь) с условным названием «У22».

Нарушения антимонопольного законодательства, согласно материалам дела, имели место в период с 01.01.2013 по 31.03.2013, т. е.:

- начало периода нарушений: $t_{0, \text{нач}} = 01.01.2013$;
- конец периода нарушений: $t_{0, \text{кон}} = 31.03.2013$.

Предположим, что соответствующее антимонопольное расследование было начато 10 декабря 2013 г.: $T = 10.12.2013$.

Предположим, что в результате решения подзадачи А были установлены следующие значения характеристик базового рынка $R_{\text{баз}}$:

- базовый продавец $w_{\text{баз}} = \text{Ш22}$;
- базовый товар $s_{\text{баз}} = \text{У22}$;
- начало временного интервала исследования рынка $t_{\text{баз, нач}} = 01.09.2012$;
- конец временного интервала исследования рынка $t_{\text{баз, кон}} = 01.09.2013$;
- список взаимозаменяемых видов⁶ энергетических углей, образующих продуктовую границу $S_{\text{баз}} = \text{У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77; У88, У99}$;
- список всех продавцов, упорядоченных по уменьшению их доли в общем объеме базового рынка: Ш22 (51%), Ш44 (12,5%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (3,0%);
- список крупнейших продавцов, упорядоченных по уменьшению их доли в общем объеме базового рынка: $W_{\text{баз}} = \text{Ш22 (51%), Ш44 (12,5%)}$.

На базовом рынке $R_{\text{баз}}$ продавцы Ш22 и Ш44 занимают доминирующее положение с суммарной долей $63,5\% = 51\% + 12,5\%$.

Коэффициент рыночной концентрации базового рынка на стороне продавцов ($CR_{\text{баз}}$) равен $CR_{\text{баз}} = 51\% + 12,5\% = 63,5\%$, что в качественной шкале соответствует градации «умеренный» ($45\% \leq CR_3 < 70\%$).

Предположим, что в рамках указанного выше антимонопольного расследования дополнительно было установлено, что базовый продавец Ш22 продавал базовый товар У22 также в период с 01.01.2012 по 31.04.2012 на рынке R_1 .

Пусть результатом решения подзадачи В являются следующие характеристики рынка R_1 :

- начало временного интервала исследования рынка $t_{1, \text{нач}} = 01.01.2012$;
- конец временного интервала исследования рынка $t_{1, \text{кон}} = 01.04.2012$;

⁶ Видом угля как товара на рынке энергетических углей будем называть совокупность следующих 4 признаков: наименование производителя товара (варианты: шахта, разрез, углеобогатительная фабрика); стадия технологического передела (варианты: рядовой уголь, сортовой уголь, концентрат, промпродукт, шлам), марка угля по ГОСТ 25543–88, размеры куска.

- список взаимозаменяемых видов энергетических углей, образующих продуктовую границу рынка $S_{\text{баз}} = Y11, Y22, Y33, Y44, Y55, Y66, Y77; Y88, Y99;$

- список всех продавцов, упорядоченных по уменьшению их доли в общем объеме рынка: Ш22 (54,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (0,0%);

- список крупнейших продавцов, упорядоченных по уменьшению их доли в общем объеме рынка R_1 : $W_1 = \text{Ш22 (54\%), Ш44 (12,5\%)}$.

На рынке R_1 продавцы Ш22 и Ш44 занимают доминирующее положение с суммарной долей $66,5\% = 54\% + 12,5\%$.

Коэффициент рыночной концентрации $CR_{\text{баз}} = 54\% + 12,5\% = 66,5\%$, что в качественной шкале соответствует градации «умеренный» ($45\% \leq CR_3 < 70\%$).

Решение

Шаг 1. Проверка: список товаров, образующих продуктовую границу базового рынка $R_{\text{баз}}$, и список товаров, образующих продуктовую границу рынка R_1 , совпадают?

?

$$S_{\text{баз}} = S_1.$$

?

$$(Y11, Y22, Y33, Y44, Y55, Y66, Y77, Y88, Y99) = (Y11, Y22, Y33, Y44, Y55, Y66, Y77; Y88, Y99).$$

Ответ 1. Да, продуктовые границы рынков $R_{\text{баз}}$ и R_1 совпадают.

Шаг 2. Проверка: список крупнейших продавцов на базовом рынке $R_{\text{баз}}$ и список крупнейших продавцов на рынке R_1 совпадают?

?

$$W_{\text{баз}} = W_1.$$

?

$$(\text{Ш22, Ш44}) = (\text{Ш22, Ш44}).$$

Ответ 2. Да, списки крупнейших продавцов на рынках $R_{\text{баз}}$ и R_1 совпадают.

Шаг 3. Проверка: уровни рыночной концентрации на рынках $R_{\text{баз}}$ и R_1 , измеренные

в качественной шкале с градациями «высокий», «умеренный», «низкий», совпадают?

?

$$CR(R_{\text{баз}}) = CR(R_1).$$

?

$$(\text{умеренный}) = (\text{умеренный}).$$

Ответ 3. Да, уровни рыночной концентрации на рынках $R_{\text{баз}}$ и R_1 , измеренные в качественной шкале с градациями «высокий», «умеренный», «низкий», совпадают.

Общий ответ по подзадаче С: рынок $R_{\text{баз}}$ и рынок R_1 являются квазисхожими на стороне продавцов. Согласно Допущению 1 временной интервал анализа исследуемого рынка включает два отрезка времени: базовый интервал $\tau_{\text{баз}}$ и интервал τ_1 .

Метод оценки стабильности базового рынка

Уточнение понятий

Выражение «малозначительные изменения долей хозяйствующих субъектов» используется в Законе 135 ФЗ «О защите конкуренции» дважды, в разных определениях понятия «доминирующее положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке»: в п. 2 части 1 ст. 5 и в п. 2 части 3 ст. 5. При этом в Законе не указаны критерии, позволяющие отличить малозначительные изменения от тех, которые таковыми не являются.

В приказе ФАС РФ № 220 выражение «малозначительные изменения долей хозяйствующих субъектов» не используется. Но используется близкое по смыслу выражение: «стабильность доли, занимаемой хозяйствующим субъектом (группой лиц) на товарном рынке» (п. 6.6 приказа ФАС РФ № 220). При этом указывается два правила (критерия) стабильности долей:

— «в течение длительного периода (как правило, одного года, а в случае, если срок существования товарного рынка составляет менее одного года, то в течение срока су-

ществования товарного рынка) доля, занимаемая хозяйствующим субъектом на рынке определенного товара, не изменяется более чем на десять процентов»;

— «в течение временного интервала исследования сохраняется порядок ранжирования крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке. Ранжирование хозяйствующих субъектов производится по доле, которую каждый из них занимает на товарном рынке».

Далее будем использовать выражение «стабильность базового рынка в течение временного интервала исследования на стороне продавцов» (кратко: «стабильность базового рынка на стороне продавцов»), имеющее такой же смысл, как и два упомянутых выше выражения: «малозначительные изменения долей хозяйствующих субъектов» и «стабильность доли, занимаемой хозяйствующим субъектом (группой лиц) на товарном рынке».

Ниже будут рассмотрены обстоятельства, в силу которых два обозначенных выше правила на самом деле не пригодны в качестве критериев стабильности рынка. Однако, чтобы наглядно представить эти обстоятельства, рассмотрим сначала принципиально иной подход к определению стабильности рынка на стороне продавцов.

Предположим, что объектом антимонопольного исследования является базовый рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов, который имел место до времени проведения антимонопольного расследования. Представим базовый интервал ($\tau_{\text{баз}}$) анализа рынка как последовательность из F временных отрезков, каждый продолжительностью τ_i , где i — порядковый номер временного отрезка, $i = 1, 2, \dots, F$. Например, базовый интервал продолжительностью в один год естественно представить как последовательность из 12 месяцев.

Предположим, что выполняются следующие условия:

(i) дата начала первого ($t_{i=1, \text{нач}}$) отрезка времени $\tau_{i=1}$ равна дате начала базового интервала ($\tau_{\text{баз}}$) анализа базового рынка:

$$t_{i=1, \text{нач}} = t_{\text{баз, нач}}; \quad (10)$$

(ii) дата начала второго и каждого последующего ($i > 1$) отрезка времени τ_i равна дате окончания предыдущего отрезка времени τ_{i-1} плюс одни сутки:

$$t_{i, \text{нач}} = t_{i-1, \text{кон}} + 1; \quad \text{для } i = 2, 3, \dots, F; \quad (11)$$

(iii) дата окончания ($\tau_{i=F}$) последнего ($i = F$) отрезка времени равна дате окончания ($\tau_{\text{баз}}$) базового интервала анализа базового рынка:

$$t_{i+1, \text{кон}} = t_{\text{баз, кон}}; \quad (12)$$

(iv) продуктовая граница (S_i) рынка R_i , который существовал на каждом отрезке времени τ_i ($i = 1, 2, \dots, F$), совпадает с продуктовой границей ($S_{\text{баз}}$) базового рынка $R_{\text{баз}}$:

$$S_i = S_{\text{баз}}; \quad \text{для } i = 1, 2, 3, \dots, F; \quad (13)$$

(v) список крупнейших продавцов (W_i) на рынке R_i , который существовал на каждом отрезке времени τ_i ($i = 1, 2, \dots, F$), совпадает со списком крупнейших продавцов ($W_{\text{баз}}$) базового рынка $R_{\text{баз}}$:

$$W_i = W_{\text{баз}}; \quad \text{для } i = 1, 2, 3, \dots, F. \quad (14)$$

Если условия (10)–(14) выполняются, то в качестве критерия малозначительных изменений долей продавцов будем использовать следующее определение:

Определение 3. Изменения долей продавцов базового рынка в пределах базового интервала анализа рынка признаются малозначительными, если коэффициент рыночной концентрации (CR_i) рынка R_i на каждом отрезке времени τ_i ($i = 1, 2, \dots, F$), измеренный в качественной шкале с градациями «высокий», «умеренный», «низкий», равен коэффициенту рыночной концентрации ($CR_{\text{баз}}$) базового рынка $R_{\text{баз}}$:

$$CR(R_i) = CR(R_{\text{баз}}), \quad i = 1, 2, 3, \dots, F. \quad (15)$$

Соотношения (10) — (15) — это понятийная модель термина «малозначительные изменения долей продавцов», являющегося частным случаем термина «малозначительные изменения долей хозяйствующих

субъектов», который используется в Законе «О защите конкуренции».

С другой стороны, соотношения (10)–(15) — это понятийная модель термина «стабильность доли, занимаемой продавцом (группой продавцов)», являющегося частным случаем термина «стабильность доли, занимаемой хозяйствующим субъектом (группой лиц) на товарном рынке», который используется в п. 6 приказа ФАС РФ № 220.

Далее для краткости будем называть соотношения (10)–(15) понятийной моделью термина «стабильность базового рынка на стороне продавцов».

Постановка и алгоритм решения задачи

Используя условия (10)–(14) и критерий (15), представим следующим образом постановку и алгоритм решения задачи об оценке стабильности базового рынка на стороне продавцов.

Дано: значения всех показателей в соотношениях (10)–(15).

Определить: стабильность базового рынка на стороне продавцов согласно условиям (10)–(14) и критерию (15).

Алгоритм решения задачи представляет собой последовательность шагов, связанных с проверкой каждого из соотношений (10)–(15).

Если каждое из соотношений (10)–(15) выполняется, то согласно Определению 3 это означает, что рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов признается стабильным.

Если хотя бы одно из соотношений (10)–(15) не выполняется, то это означает, что базовый рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов не является стабильным.

Численные примеры

В табл. 1 и 2 представлены два численных примера, поясняющих Определению 3 в двух противоположных ситуациях:

- базовый рынок на стороне продавцов признается стабильным (табл. 1);
- базовый рынок на стороне продавцов не признается стабильным (табл. 2).

В табл. 1 и 2 рассмотрен простейший случай, когда временной интервал анализа базового рынка на стороне продавцов продолжительностью в один год разбит на два полугодовых отрезка: $\tau_{i=1}$ и $\tau_{i=2}$.

В табл. 1 и 2 использованы условные обозначения и значения характеристик базового рынка на стороне продавцов, принятые в разделе «Постановка и алгоритм решения задачи выбора временных интервалов анализа рынка. (Примеры)».

В табл. 1 в первом ($\tau_{i=1}$) временном отрезке доли 4 продавцов отклонились от их долей в базовом ($\tau_{\text{баз}}$) периоде: Ш44 (+3,5%); Ш33 (-0,5%); Ш11 (-1,5%); Ш 88 (-1,5%). Во втором временном отрезке ($\tau_{i=2}$) доли тех же 4 продавцов также отклонились от их долей в базовом периоде: Ш44 (-3,5%); Ш33 (+0,5%); Ш11 (+1,5%); Ш88 (+1,5%).

При этом в первом ($\tau_{i=1}$) и втором ($\tau_{i=2}$) временных отрезках, как показано в табл. 1, выполняются все соотношения (9)–(15). Поэтому согласно Определению 3 отклонения долей продавцов, представленные в табл. 1, следует признать малозначительными, а базовый рынок $R_{\text{баз}}$ на стороне продавцов — стабильным.

В табл. 2 в первом ($\tau_{i=1}$) временном отрезке доли 3 продавцов отклонились от их долей в базовом ($\tau_{\text{баз}}$) периоде: Ш77 (+1,0%); Ш55 (-0,4%), Ш99 (-0,6%).

Во втором ($\tau_{i=2}$) временном отрезке доли тех же 3 продавцов также отклонились от их долей в базовом периоде: Ш77 (-1,0%), Ш55 (+0,4%), Ш99 (+0,6). При этом в первом ($\tau_{i=1}$) временном отрезке не выполняются соотношения (14) и (15):

- список крупнейших продавцов, занимающих доминирующее положение (Ш22, Ш44) в базовом интервале ($\tau_{\text{баз}}$), не совпадает со списком крупнейших продавцов (Ш22, Ш44, Ш77), занимающих доминирующее положение на стороне продавцов в первом временном отрезке ($\tau_{i=1}$);
- значение коэффициента рыночной концентрации («высокий») рынка $R_{i=1}$ в пер-

Таблица 1

**Малозначительные изменения долей продавцов
в пределах интервала исследования базового рынка**

Наименования характеристик рынков	Значения характеристик рынков		
	$R_{баз}$	$R_{i=1}$	$R_{i=2}$
1. Идентификаторы рынков	$R_{баз}$	$R_{i=1}$	$R_{i=2}$
2. Идентификаторы временных отрезков	$\tau_{баз}$	$\tau_{i=1}$	$\tau_{i=2}$
3. Даты начала временных отрезков	01.01.2013	01.01.2013	01.07.2013
4. Даты окончания временных отрезков	31.12.2013	30.06.2013	31.12.2013
5. Списки товаров, образующих продуктовые границы рынков	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99
6. Списки и доли продавцов	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (3,0%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (16,0%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,0%), Ш11 (2,0%), Ш88 (1,5%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (9,0%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (5,0%), Ш11 (5,0%), Ш88 (4,5%)
7. Списки и доли крупнейших продавцов	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%),	Ш22 (51,0%), Ш44 (16,0%),	Ш22 (51,0%), Ш44 (9,0%),
8. Значения коэффициентов концентрации рынков на стороне продавцов:			
— в количественной шкале	63,5%	67,0%	60,0%
— в качественной шкале	умеренный	умеренный	умеренный

вом ($\tau_{i=1}$) временном отрезке отличается от значения коэффициента рыночной концентрации («умеренный») базового рынка $R_{баз}$ на стороне продавцов.

Поэтому согласно Определению 3 отклонения долей продавцов, представленные в табл. 2, следует признать значительными, а базовый рынок — нестабильным.

Замечание 1. Один из двух нормативных критериев стабильности базового рынка, указанных в п. 6.6 приказа ФАС РФ № 220, переформулируем так: «Базовый рынок считается стабильным, если доля, занимаемая хозяйствующим субъектом (группой лиц) на товарном рынке, в течение временного

интервала анализа базового рынка не изменится более чем на 10 процентов».

Ошибочность этого нормативного критерия наглядно показана в табл. 1 и 2.

В табл. 1 изменения доли продавца Ш44 незначительны (менее 10%) и составляют +/-3%. Изменения доли продавца Ш44 больше, чем изменения долей других продавцов. Изменения доли продавца Ш44 не влияют на оценки уровня конкуренции: значения коэффициентов концентрации рынка, измеренные в качественной шкале, остаются неизменными для трех сопоставляемых отрезков времени. Вывод: базовый рынок на стороне продавцов является стабильным.

Таблица 2

**Значительные изменения долей продавцов
в пределах интервала исследования базового рынка**

Наименования характеристик рынков	Значения характеристик рынков		
	$R_{\text{баз}}$	$R_{i=1}$	$R_{i=2}$
1. Идентификаторы рынков	$\tau_{\text{баз}}$	$\tau_{i=1}$	$\tau_{i=2}$
2. Идентификаторы временных отрезков	01.01.2013	01.04.2013	01.07.2013
3. Даты начала временных отрезков	31.12.2013	01.07.2013	31.12.2013
4. Даты окончания временных отрезков	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99
5. Списки товаров, образующих продуктовые границы рынков	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (7,5%), Ш55 (7,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (3,0%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (8,5%), Ш55 (6,6%), Ш99 (5,4%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (3,0%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш55 (7,4%), Ш99 (6,6%), Ш77 (6,5%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,5%), Ш11 (3,5%), Ш88 (3,0%)
6. Списки и доли продавцов	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (8,5%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (8,5%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (12,5%), Ш77 (8,5%)
7. Списки и доли крупнейших продавцов			
8. Значения коэффициентов концентрации рынков на стороне продавцов:			
— в количественной шкале	63,5%	72,0%	63,5%
— в качественной шкале	умеренный	высокий	умеренный

В табл. 2 изменения доли продавца Ш77 также незначительны (менее 10%) и составляют +/- 1%. Изменения доли продавца Ш77 больше, чем изменения долей других продавцов. Изменения доли продавца Ш77 влияют на оценки уровня конкуренции: значения коэффициентов концентрации рынка, измеренные в качественной шкале, изменяются с «умеренного» на «высокий» и наоборот. Вывод: базовый рынок на стороне продавцов является стабильным.

Неоднозначность влияния незначительных изменений доли разных продавцов на состо-

яние конкуренции, наглядно представленную на примерах в табл. 1 и 2, нетрудно обобщить.

В одних случаях доля хотя бы одного из продавцов находится вблизи (больше или меньше) нижнего предела (8%) доли крупнейшего продавца. Поэтому незначительные изменения доли хотя бы одного из таких продавцов приводят к изменениям (расширению или сокращению) списка крупнейших продавцов и соответственно к изменению оценок уровня конкуренции на рынке.

В других случаях, когда доли всех продавцов сильно отличаются в большую или

меньшую сторону от 8%, незначительные изменения этих долей не могут повлечь изменения списка крупнейших продавцов. И соответственно не могут изменить оценку уровня конкуренции на рынке.

Следовательно, малозначительные изменения долей участников рынка не могут служить критерием стабильности базового рынка.

Замечание 2. Другой критерий стабильности базового рынка, указанный в п. 6.6 приказа ФАС РФ № 220, переформулируем в терминологии, принятой в настоящей работе, так: «Базовый рынок считается стабильным, если в течение базового периода не меняется очередность (ранги) крупнейших участников рынка в списках этих участников, упорядоченных по уменьшению их доли в общем объеме рынка».

Таблица 3 наглядно демонстрирует ошибочность этого критерия.

В табл. 3 в течение базового периода сохраняется порядок ранжирования крупнейших продавцов: в каждом из рассматриваемых временных интервалов в списке крупнейших продавцов на первом месте находится продавец Ш22, на втором месте — продавец Ш44. При этом значения коэффициентов концентрации рынка, измеренные в качественной шкале, изменяются с «умеренного» на «высокий» и наоборот. Следовательно, условие сохранения порядка ранжирования крупнейших продавцов в пределах базового периода не может служить критерием стабильности базового рынка.

Бесспорно, метод оценки стабильности базового рынка, предложенный в подразделе 3 настоящей работы, также содержит элемент условности. Эта условность связана с принятой градацией качественной шкалы, которая используется для оценки коэффициента концентрации рынка СН. Однако такая условность представляется менее значимым недостатком предлагаемого метода оценки стабильности базового рынка, чем рассмотренные выше недостатки нормативных критериев.

Обсуждение

О термине «понятийная модель»

Термин «понятийная модель» был предложен проф. В. В. Налимовым в монографии «Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков»⁷. Согласно В. В. Налимову, то или иное понятие и его определение можно рассматривать как вербальную (т. е. текстовую, словесную) модель соответствующего реального или гипотетического процесса (явления, объекта), предназначенную для решения тех или иных задач в той или иной сфере человеческой деятельности.

Любая вербальная модель позволяет решать более-менее широкий, но всегда ограниченный круг задач, связанных с соответствующим объектом моделирования. Например, когда мы решаем задачу устройства на работу, то представляем работодателю свое резюме. А когда направляемся на прием к врачу, то берем с собой историю болезни. Очевидно, что и то и другое — это вербальные модели одного и того же объекта, но предназначенные для решения разных задач.

Вербальным моделям различных экономических терминов объективно присуща большая или меньшая неоднозначность. Неоднозначность нормативных определений ключевых экономических терминов, принятых в приказе ФАС РФ № 220, подробно рассмотрена в публикации⁸. Удачно сконструированная понятийная модель позволяет существенно уменьшить эту неоднозначность. В отличие от экономико-математических моделей, которые, как правило, разрабатываются для разного рода экономических расчетов, понятийные модели не предназначены для каких-либо вычи-

⁷ Налимов В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. М: Наука, 1979. — 300 с.

⁸ Бродский В. А. О некоторых ключевых понятиях антимонопольного законодательства // Экономическая политика. 2010. № 6. С. 124–143.

Таблица 3

Изменения уровня конкуренции на базовом рынке при сохранении очередности (рангов) крупнейших продавцов в списке продавцов, упорядоченных по их доле в объеме рынка

Наименования характеристик рынков	Значения характеристик рынков		
	$R_{\text{баз}}$	$R_{i=1}$	$R_{i=2}$
1. Идентификаторы рынков	$R_{\text{баз}}$	$R_{i=1}$	$R_{i=2}$
2. Идентификаторы временных отрезков	$\tau_{\text{баз}}$	$\tau_{i=1}$	$\tau_{i=2}$
3. Даты начала временных отрезков	01.01.2013	01.04.2013	01.07.2013
4. Даты окончания временных отрезков	31.12.2013	01.07.2013	31.12.2013
5. Списки товаров, образующих продуктовые границы рынка	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99	У11, У22, У33, У44, У55, У66, У77, У88, У99
6. Списки и доли продавцов	Ш22 (51,0%), Ш44 (18,0%), Ш77 (7,0%), Ш55 (6,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,0%), Ш11 (2,0%), Ш88 (1,0%).	Ш22 (51,0%), Ш44 (20,0%), Ш77 (7,0%), Ш55 (6,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,0%), Ш11 (1,0%), Ш88 (0,0%).	Ш22 (51,0%), Ш44 (16,0%), Ш77 (7,0%), Ш55 (6,0%), Ш99 (6,0%), Ш66 (5,0%), Ш33 (4,0%), Ш11 (4,0%), Ш88 (2,0%).
7. Списки и доли крупнейших продавцов	Ш22 (51,0%), Ш44 (18,0%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (20,0%)	Ш22 (51,0%), Ш44 (16,0%)
8. Значения коэффициентов концентрации рынка на стороне продавцов:			
— в количественной шкале	69,0%	71,0%	67,0%
— в качественной шкале	умеренный	высокий	умеренный

слений, хотя в них применяются математические термины и символы.

Рассмотрим подробнее некоторые особенности понятийных моделей экономических терминов, которые используются в настоящей работе.

Варианты понятийных моделей товарного рынка

Настоящая работа базируется на понятийной модели термина «товарный рынок», которая предложена и обоснована в публикации⁹.

Модификацией этой понятийной модели в данной работе является понятийная модель термина «базовый рынок на стороне продавцов», представленная в подразделе «Понятийная модель базового рынка на стороне продавцов». Другая модификация — это понятийная модель термина «рынок R_1 на стороне продавцов», представленная в подразделе «Понятийная модель рынка R_1 на стороне продавцов». Наконец, в подразделе «Квазисхожие рынки на стороне продавцов» вводится термин «квазипохожие рынки на стороне продавцов» и понятийная модель этого термина.

⁹ Там же.

Общей особенностью всех трех обозначенных выше модификаций понятийной модели термина «товарный рынок» является отсутствие в них информации о списке покупателей и географических границах рынка. На первый взгляд, отсутствие этой информации не согласуется с определением термина «товарный рынок», которое приведено в подразделе «Крупнейший продавец». Однако на самом деле нетрудно показать, что в этих понятийных моделях в «скрытой форме» содержится информация как о покупателях, так и о географических границах рынка. Информация о покупателях используется при выборе перечня товаров, образующих продуктовые границы рынка. Информация о географических границах рынка однозначно связана со списками продавцов и покупателей.

Отсутствие в указанных понятийных моделях «в явном виде» информации о покупателях и географических границах объясняется тем, что эта информация не требуется в задачах, для решения которых предназначены эти понятийные модели. Таким образом, еще раз подтверждается принцип соответствия между понятиями и задачами, для решения которых предназначены те или иные понятия.

О пользе понятийных моделей товарных рынков

Распространено мнение, что в экономических исследованиях, связанных с антимонопольным регулированием, не возникает проблем, связанных с неоднозначностью нормативного определения термина «товарный рынок», которое представлено в Законе «О защите конкуренции».

Действительно, можно указать обстоятельства, при которых нормативное определение термина «товарный рынок» не создает проблем идентификации конкретного товарного рынка. Например, в решениях регулятора и судебных органов, где наименование конкретного рынка дополняется другой, конкретизирующей информацией: пе-

речнем товаров, образующих продуктовую границу рынка; списками продавцов и покупателей; датами начала и окончания временного интервала анализа рынка и т. д. Другой пример дополняющей информации — это разного рода документы, которые используются в деловом обороте, где наименование рынка конкретизируется за счет многообразной информации, доступной участникам рынка.

Иначе обстоит дело в экономических задачах, являющихся частью нормативного порядка исследования состояния конкуренции на базовом рынке, предусмотренного приказом ФАС РФ № 220. Целью этих экономических задач является определение прежде всего ключевых характеристик товарного рынка: временного интервала исследования рынка, продуктовых границ рынка, географических границ рынка, списков участников рынка. Однако нетрудно установить, что в нормативном определении термина «товарный рынок», которое дано в ст. 4 Закона «О защите конкуренции», из всех названных характеристик рынка используется только понятие «географические границы рынка»: «товарный рынок — сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее — определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами».

Несоответствие между нормативным определением термина «товарный рынок» и терминологией, принятой в приказе ФАС РФ № 220, позволяет утверждать, что это нормативное определение плохо приспособлено для решения задач антимонопольного регулирования и, скорее всего, изначально было предназначено для иных целей. На это указывает близость между нормативным определением термина «товарный рынок»

и определением термина «внутренний рынок», которое было принято в плановой экономике СССР: «Внутренний рынок — сфера товарного обмена, ограниченная государственными границами страны, совокупность экономических отношений товаропроизводителей и потребителей по поводу реализации товаров»¹⁰.

Кстати, в «Кратком экономическом словаре», из которого взято определение термина «внутренний рынок», нет определения термина «рынок»!

С другой стороны, согласно В. В. Радаеву, в современной экономической науке отсутствует общепринятое определение этого понятия¹¹. В. В. Радаев, ссылаясь на французского автора *R. Boyer*, приводит пять определений понятия «рынок», которые приняты в различных экономических концепциях. Однако ни одно из этих определений не согласуется с определением термина «товарный рынок», которое дано в ст. 4 Закона «О защите конкуренции».

Критику нормативного определения термина «товарный рынок» с теоретических позиций дополняет следующий случай из практики¹². Материал под названием «Анализ рынка оптовой реализации сжиженных углеводородных газов», выложенный на сайте ФАС России, вызвал у одного из участников этого рынка возражения против включения его в список продавцов, занимающих доминирующее положение. Формальным основанием для этих возражений было названо отсутствие в указанных материалах «...исследования сферы обращения товара». Однако даже при желании эти возражения хозяйствующего субъекта нельзя удовлетворить, так как понятие «сфера обращения товара», которое используется в нормативном определении термина

«товарный рынок», даже не упоминается в приказе ФАС РФ № 220.

Определенные трудности, связанные с недостатками нормативного определения термина «товарный рынок», возникают также в публикациях, посвященных различным вопросам методологии экономического анализа товарных рынков. Например, в монографии¹³ рассматривается теоретическая ситуация, когда в некий момент времени t на некоем рынке «...произошло слияние крупнейших игроков, а после этого существенных событий не было», и обсуждаются возможные варианты влияния этого события на свойства рынка. Если руководствоваться предложенной выше понятийной моделью товарного рынка, то рынок, который был до момента времени t (обозначим его как рынок R_1), нельзя признать тождественным рынку R_2 , который образовался в момент t . Причина — различие в списках крупнейших участников на этих рынках. Соответственно рынку R_2 ошибочно приписывать некие свойства только на том основании, что этими свойствами ранее обладал рынок R_1 .

Между тем в коллективной монографии¹⁴ рассматриваются два варианта возможных последствий слияния в момент t крупнейших участников на рынке R_1 . Первый вариант — свойства рынка R_1 не изменились; второй вариант — рынок R_1 превратился в рынок R_2 . При этом для описания последствий слияния крупнейших участников на рынке R_1 авторы используют одно и то же слово «рынок», добавляя к нему выражения, смысл которых хотя и можно угадать, но которые, строго говоря, трудно признать однозначными. В том числе: «новая структура рынка», «прежний формат рынка», «нынешний рынок», «один и тот же рынок».

¹⁰ Краткий экономический словарь / под ред. Ю. А. Белика и др. М.: Политиздат, 1987. — 399 с.

¹¹ Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М. ГУ ВШЭ, 2003. — 328 с.

¹² Устное сообщение.

¹³ Экономический анализ в применении норм антимонопольного законодательства: эмпирические оценки и пути развития / Н. А. Горейко и др.; под ред. Н. С. Павловой; вступ. статья А. Г. Цыганова. М.: МАКС Пресс, 2014. — 216 с.

¹⁴ Там же.

Похожие проблемы возникают и в рамках экономического анализа базового рынка, если рассматриваются гипотезы о входе на базовый рынок потенциально возможных участников.

Понятийная модель товарного рынка и ее модификации, представленные выше, позволяют привнести в экономический анализ товарного рынка строгость терминологии, свойственную естественным наукам. Пользу этой строгости предельно точно обозначил выдающийся биолог мирового уровня Н. В. Тимофеев-Ресовский: «...точность любой научной и наукообразной дисциплины зависит не от количества элементарной или высшей математики в этой дисциплине, не от обилия формул в тексте, а от строгости и точности определения элементарных структур и элементарных явлений в данной области. Любая область может стать предметом точных и строгих исследований, ежели строго и однозначно сформулированы в ней элементарные структуры и элементарные явления»¹⁵.

О целесообразности рассмотрения нескольких временных интервалов в рамках анализа базового рынка

В разделе 3.3 «Временной интервал анализа» коллективной монографии «Экономический анализ в применении норм антимонопольного законодательства: эмпирические оценки и пути развития» представлены четыре гипотетических ситуации, обосновывающие целесообразность включения нескольких временных интервалов в анализ товарного рынка.

Рассмотрим эти ситуации, используя введенные выше понятия и условные обозначения. С этой целью предположим, что рынки $R_{баз}$ и R_1 являются квазисхожими на стороне продавцов или покупателя

¹⁵ Тимофеев-Ресовский Н. В. Воспоминания / Николай Тимофеев-Ресовский; предисл. Д. А. Гранина; сост. Н. И. Дубровиной; коммент. М. А. Реформатской, В. И. Иванова, Н. И. Дубровиной. М.: Вагриус, 2008. — 400 с. илл.

лей и поэтому анализ базового рынка $R_{баз}$ включает два непересекающихся временных отрезка: базовый интервал $\tau_{баз}$ и временной отрезок τ_1 .

Ситуация № 1 может возникнуть, если объем информации, характеризующий базовый рынок $R_{баз}$ в пределах базового интервала $\tau_{баз}$, окажется недостаточным, чтобы, например, рассчитать статистически надежные значения коэффициентов эластичности. Предполагается, что, если временной отрезок τ_1 будет достаточно продолжительным, то, объединив информацию, характеризующую рынки $R_{баз}$ и R_1 , можно получить объем исходных данных, достаточный для получения статистически надежных расчетных показателей.

Ситуация № 2 связана с анализом барьеров входа-выхода на базовом рынке $R_{баз}$. Предположим, что в пределах базового интервала $\tau_{баз}$ не было зафиксировано ни одного случая входа-выхода продавцов базового рынка $R_{баз}$, что, как известно, принято считать признаком наличия высоких рыночных барьеров. Предположим, что, напротив, есть информация о том, что на отрезке времени τ_1 имели место несколько случаев входа-выхода продавцов на рынке R_1 . Наличие такой информации потребует как минимум дополнительного исследования уровня барьеров входа-выхода на базовом рынке $R_{баз}$ в базовый период $\tau_{баз}$.

Ситуация № 3 возникает, когда действия покупателя, подпадающие под признаки нарушения антимонопольного законодательства на рынке $R_{баз}$ в период τ_0 , при более глубоком анализе оказываются вынужденной мерой в условиях кратковременных форс-мажорных обстоятельств. Например, предположим, что покупатель, занимающий доминирующее положение на базовом рынке $R_{баз}$, постоянно закупает на этом рынке сырье, из которого он производит продукцию, реализуемую на смежном рынке. Предположим, что на этом смежном рынке в период τ_0 значительно упали спрос и цены, и поэтому данный покупатель был вынуж-

Таблица 4

Средние доли продавцов в объеме рынка в разные временные интервалы

Крупнейшие продавцы	Средние за период доли продавцов, %						Временной отрезок τ_2
	Временной отрезок τ_1	Базовый интервал $\tau_{баз}$					
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Год	
1	2	3	4	5	6	7	8
w_1	40,0	38,0	36,0	32,0	28,0	32,0	26,0
w_2	12,0	14,0	16,0	20,0	24,0	19,0	26,0

ден в течение относительно короткого временного интервала τ_0 значительно снизить цену на сырье, закупаемое на базовом рынке $R_{баз}$. Исключительный характер таких действий покупателя на базовом рынке $R_{баз}$ в период τ_0 можно установить, если имеется информация о его поведении в обычных условиях на рынке R_1 в течение достаточно продолжительного временного отрезка τ_1 .

Наконец, ситуация № 4 возникает, когда выбор относительно короткого временного интервала исследования рынка может существенно осложнить анализ стабильности рыночных долей участников рынка. Эту ситуацию поясняет следующий условный пример¹⁶.

Предположим, что регулятор проводит антимонопольное расследование по признакам злоупотребления доминирующим положением двумя крупнейшими продавцами w_1 и w_2 на базовом рынке $R_{баз}$ в течение базового интервала $\tau_{баз}$.

Предположим, что рынок R_1 , который действовал на отрезке времени τ_1 , и рынок R_2 , который действовал на отрезке времени τ_2 , квазисхожи с базовым рынком $R_{баз}$. При этом временной отрезок τ_1 был продолжительнее базового интервала и закончился раньше, чем начался базовый интервал $\tau_{баз}$:

$$t_{1, \text{кон}} < t_{баз, \text{нач}} \tag{16}$$

Временной отрезок τ_2 также был продолжительнее базового интервала исследова-

ния, но начался после того, как закончился базовый интервал $\tau_{баз}$:

$$t_{баз, \text{кон}} < t_{2, \text{нач}} \tag{17}$$

Предположим, что в пределах каждого из «небазовых» отрезков времени τ_1 и τ_2 доли крупнейших продавцов на рынках R_1 и R_2 практически не менялись. Напротив, в пределах базового интервала $\tau_{баз}$ продолжительностью в 1 год доли этих продавцов существенно изменились (табл. 4). Как показано в табл. 4, отношение доли продавца w_1 к его среднегодовой доле в течение базового интервала постоянно уменьшалось от 118,8% = (38,0% : 32,0%) в 1-м квартале до 87,50% = (28,0% : 32%) в 4-м квартале. Напротив, отношение доли продавца w_2 к его среднегодовой доле в течение базового интервала постоянно увеличивалось от 73,7% = (14,0% : 19,0%) в 1-м квартале, до 126,3 = (24,0% : 19,0%) в 4-м квартале.

Изменения долей продавцов w_1 и w_2 в базовом интервале, составившие суммарно за год соответственно 73,6% = (28,0% : 38,0%) и 171,4% = (24,0% : 14,0%), нельзя признать «малозначительными». Так как нормативное требование малозначительности изменений долей участников рынка в течение базового интервала исследования рынка $\tau_{баз}$ не выполнено, то согласно ст. 5 Закона «О защите конкуренции» этот отрезок времени не может быть принят в качестве временного интервала исследования рынка.

Но если включить в исследование все три временных отрезка, то появляются

¹⁶ Идея примера предложена А. А. Курдиным.

не только основания для подтверждения коллективного доминирования, но и, прямо скажем, определенные признаки сговора и раздела рынка.

О выборе оптимальной продолжительности временного интервала анализа рынка

Согласно п. 2.1 приказа ФАС РФ № 220 «наименьший временной интервал анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта должен составлять один год или срок существования товарного рынка, если он составляет менее чем один год».

Приказ ФАС РФ № 220 не содержит прямых ограничений максимальной продолжительности интервала исследования товарного рынка. Однако фактически роль такого ограничения играет нормативное требование неизменности или малозначительности изменений в течение исследуемого интервала относительных долей в объеме рынка всех или части его участников. Это связано с тем, что обычно с увеличением временного интервала увеличивается вероятность появления более-менее значительных изменений долей участников рынка. Поэтому в общем случае требование стабильности долей рынка ограничивает максимальную продолжительность интервала анализа товарного рынка. При этом неоднозначность нормативного требования «малозначительности изменений долей участников рынка в течение исследуемого интервала» влечет за собой неоднозначность выбора регулятором длительности временного интервала анализа товарного рынка.

Метод выбора временных интервалов анализа рынка, предложенный в разделе «Постановка и алгоритм решения задачи выбора временных интервалов анализа рынка» настоящей работы, теоретически позволяет в рамках конкретного антимонопольного расследования однозначно определить набор временных отрезков, из которых может быть сформирована максималь-

ная продолжительность интервала анализа товарного рынка. Однако практическое применение этого метода, как видно из устройства алгоритма, представленного в подразделе «Укрупненная структура задачи», сопряжено с проблемой кратного увеличения объема исходных данных.

Проблема выбора оптимальной продолжительности временного интервала исследования базового рынка в самом общем виде рассматривается в разделе 3.3 «Временной интервал анализа» названной выше коллективной монографии. Справедливо утверждается, что с увеличением продолжительности этого интервала снижается риск принятия регулятором ошибочного решения в рамках соответствующего антимонопольного расследования. Но одновременно растут издержки регулятора и участников базового рынка, необходимые для сбора и обработки информации о состоянии конкуренции на исследуемом рынке. Напротив, с уменьшением продолжительности временного интервала исследования снижаются затраты на сбор и обработку информации, но возрастает риск принятия регулятором ошибочного решения.

В коллективной монографии предлагается считать продолжительность интервала исследования рынка оптимальной, если выполняются следующие два условия:

— увеличение оптимальной продолжительности интервала сопровождается таким приростом затрат на сбор и обработку информации, который не компенсируется снижением экономической оценки риска принятия регулятором ошибочного решения;

— уменьшение оптимальной продолжительности интервала сопровождается таким увеличением экономической оценки риска принятия регулятором ошибочного решения, которое не оправдывает экономию от снижения затрат на сбор и обработку информации.

Однако полагаем, что эти два условия нуждаются в следующем уточнении. Дело

в том, что увеличить продолжительность интервала исследования базового рынка путем «присоединения» к нему временного отрезка τ_1 можно в двух случаях. Либо когда дата окончания временного отрезка τ_1 совпадает с датой начала базового интервала $\tau_{\text{баз}}$, либо когда дата начала временного отрезка τ_1 совпадает с датой окончания базового интервала $\tau_{\text{баз}}$. Однако в общем случае указанные даты могут не совпадать. Кроме того, в общем случае в ретроспективе теоретически могут существовать несколько временных отрезков τ_z ($z = 1, 2, 3, \dots, Z$), в пределах каждого из которых действовал рынок R_z , квазитожественный с базовым рынком $R_{\text{баз}}$.

Поэтому выражение «выбор оптимальной продолжительности интервала исследования базового рынка» следует заменить более точным выражением: выбор оптимального набора (синонимы: списка, перечня) временных отрезков τ_z ($z = 1, 2, 3, \dots, Z$) исследования базового рынка $R_{\text{баз}}$.

Об оценке стабильности базового рынка

Есть основания утверждать, что в материалах ФАС России и судебных органов, связанных с антимонопольными расследованиями, стабильность долей участников рынка в пределах временного интервала анализа рынка либо вовсе не исследуется, либо оценивается так называемыми эвристическими способами, т. е. фактически «на глазок».

Метод определения стабильности базового рынка, изложенный в разделе «Метод оценки стабильности базового рынка», теоретически позволяет доказательно оценить стабильность долей участников базового рынка $R_{\text{баз}}$ в пределах базового интервала $\tau_{\text{баз}}$. Но для этого, как показано в подразделе «Постановка и алгоритм решения задачи», потребуется: (i) «разбить» базовый интервал на несколько временных отрезков; (ii) для каждого из таких отрезков определить характеристики соответствующих рын-

ков; (iii) установить наличие квазисхожести этих рынков; (iv) если эта квазисхожесть обнаружится, то оценить степень стабильности базового рынка.

Маловероятно, что этот доказательный, но трудоемкий метод, требующий к тому же кратного увеличения объема исходных данных, найдет практическое применение.

Однако этот метод можно рассматривать как понятийную модель термина «стабильность базового рынка», которая наглядно показывает, что требование стабильности базового рынка, декларируемое в нормативных актах, фактически не может быть проверено сколько-нибудь доказательным способом.

Заключение

1. В работе исследованы особенности нормативных методов решения двух взаимосвязанных задач, предусмотренных нормативным порядком определения временного интервала анализа рынка в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта: а) выбор временных интервалов анализа и б) оценка стабильности рынка. Выделены два недостатка нормативных методов решения этих задач: (i) требование, чтобы все характеристики базового рынка были определены в пределах одного установленного временного интервала; (ii) неоднозначность понятия «малозначительные изменения долей хозяйствующего субъекта».

2. Показано, что малозначительные изменения долей участников рынка не являются однозначным признаком (критерием) стабильности исследуемого рынка применительно к задаче оценки состояния конкуренции на этом рынке.

3. Показано, что сохранение порядка ранжирования крупнейших продавцов (покупателей) не является однозначным признаком (критерием) стабильности исследуемого рынка.

4. Показано, что нормативное требование стабильности исследуемого рынка, которое является одним из условий при определении доминирующего положения хозяйственного субъекта, практически не может быть установлено доказательным методом.

5. Применительно к товарному рынку, на котором действуют один или несколько хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, предложен принципиально новый подход к выбору временного интервала анализа этого рынка; предлагаемый подход определяет условия, при которых этот интервал может состоять из нескольких отрезков времени.

6. Применительно к товарному рынку, на котором действует один или несколько хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, предложен принципиально новый подход к оценке стабильности такого рынка; предлагаемый подход обеспечивает однозначность оценок стабильности товарного рынка.

7. Предложены и обоснованы понятийные модели основных экономических терминов, которые используются в постановках и алгоритмах решения задач, рассматриваемых в настоящей работе: «товарный рынок на стороне продавцов»; «квазисхожие рынки на стороне продавцов», «стабильность рынка на стороне продавцов».

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 28.12.2013).
2. приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 (ред. от 12.03.2013) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».
3. Агабеков С. И., Кокурин Д. И., Левина Е. А. Конкуренция на инфраструктурных рынках // Современная конкуренция. 2013. № 4 (40). С. 96–111.
4. Бродский В. А. О некоторых ключевых понятиях антимонопольного законодательства // Экономическая политика. 2010. № 6. С. 124–143.
5. Бродский В. А. Определение границ товарных рынков методом попарного сопоставления // Современная конкуренция. 2013. № 1 (37). С. 23–44.
6. Волков А. В., Светульников С. Г. Методологические проблемы измерения конкуренции // Современная конкуренция. 2013. № 6 (42). С. 54–64.
7. Краткий экономический словарь / под ред. Ю. А. Белика и др., 1987. — 399 с.
8. Налимов В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков. М: Наука, 1979. — 300 с.
9. Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М. ГУ ВШЭ, 2003. — 328 с.
10. Тимофеев-Ресовский Н. В. Воспоминания. М.: Вагриус, 2008. — 400 с.
11. Экономический анализ в применении норм антимонопольного законодательства: эмпирические оценки и пути развития. М.: МАКС Пресс, 2014. — 216 с.

References

1. Federal'nyj zakon ot 26.07.2006 № 135-FZ «O zaschite konkurencii» (red ot 28.12.2013). (The Federal law from g. № 135-FZ «On competition protection» (as amended on 28.12.2013)).
2. Prikaz FAS Rossii ot 28.04.2010 г. № 220 (red. ot 12.03.2013) «Ob utverzhdenii Porjadka provedenija analiza sostojanija konkurencii na tovarnom rynke» (The order of the FAS of Russia from g. no 220 (as amended on 12.03.2013) «On approval of Procedure for conducting of analysis of competition on product market»).
3. Agabekov S. I., Kokurin D. I., Levina E. A. Konkurencija na infrastruktturnyh rynkah. *Sovremennaja konkurencija*, 2013, no. 4 (40), pp. 96–111.
4. Brodskij V. A. O nekotorykh ključevykh ponyatijakh antinopol'nogo zakonodatel'stva (On some Key concepts of antitrust law). *Economic Policy*, 2010, no. 6, pp. 124–143.
5. Brodskij V. A. Opredelenie granits tovarnykh rynkov metodom poparnogo sopostavlenija (Defining the boundaries of product markets by pairwise comparisons). *Modern competition*, 2013, no. 1 (37), pp. 23–44.

6. *Ekonomichesky analiz v primenenii norm anti-monopolnogo zakonodatelstva: empiricheskie otsenki i puti razvitija*. M.: MAKS Press, 2014. 216 p.
7. *Kratkij ekonomicheskij slovar*. Edited red-ua Byelik and others. M., Politizdat, 1987. 399 p.
8. Nalimov V. V. *Veroyatnostnaja model' jazyka. O sootnoshchenii estestvennykh i iskusstvennykh jazykov* (Probabilistic model of the language. The ratio of natural and artificial languages). M.: Science, 1979. 300 p.
9. Radaev V. V. *Sotsiologija rynkov: k formirovaniju novogo napravlenija (Sociology of markets: a new direction)*. M.: SU HSE, 2003. 328 p.
10. Timofeev-Resovskij N. V. *Vospominanija*. M.: Vagrius, 2008. 400 p.
11. Volkov A.V., Svetun'kov S.G. Metodologicheskie problemy izmerenija konkurencii. *Sovremennaja konkurencija*, 2013, no. 6 (42), pp. 54–64.

V. Brodsky, PhD in Technical Sciences, Deputy Director Planning-economic department in «Mechel», Moscow, victor.brodsky@mechel.com

THE CHOICE OF TIME INTERVALS FOR THE PRODUCT MARKET ANALYSIS

The article discusses the problem of choosing time interval for the product market analysis for the purposes of antitrust investigations.

Decisions of the Antimonopoly body in cases concerning violations of the Antimonopoly legislation in some cases depend significantly on time frame choice for the analysis of the product market.

The current Antimonopoly legislation clauses concerning the issue have two drawbacks.

The first drawback is ambiguity of the wording “ insignificance of the market participants share change within the interval analysis».The second is the requirement that all parameters of the market correspond with the same time interval

The objective of this article is to propose and explain an algorithm of selecting multiple time intervals for the product market analysis, which would allow to eliminate regulatory drawbacks. The main idea of the proposed algorithm is as follows. Product market analysis, which is the object of antitrust investigation, may span multiple time intervals, if within each of these intervals parameters that allow for distinguishing the given market from all other markets remain unchanged.

Implementation of this idea is based on the conceptual model of the product market that embraces several key parameters of the market. This conceptual model enables comparison of the market that existed in a particular time interval and was an object of the antitrust investigation with another market, which also existed in past, but at a different time period.

If the conceptual models of the two markets coincide it is suggested the market analysis should include both time intervals. In theory, there may be several such time intervals.

Based on the conceptual model of the market a fundamentally new method to assess stability of participants' market shares over time was elaborated.

This method eliminates inherent ambiguity of “ insignificance of the market participants share change within the interval analysis» clause.

The final part of the article discusses a number of interrelated issues: necessity to include several time intervals in the base market analysis, different interpretations of the «optimal duration of the market analysis period», conceptual model advantages as opposed to the verbal market model, practical applicability of the proposed method to assess stability of participants' market shares.

Keywords: antitrust investigation; commodity market; time interval for competition analysis; market share stability; conceptual models.