

**Павлова Н. С.**, канд. экон. наук, ст. научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, доцент кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ, г. Москва, [pavl.ns@yandex.ru](mailto:pavl.ns@yandex.ru)

**Фатихова А. Ф.**, мл. научный сотрудник Центра исследований конкуренции и экономического регулирования РАНХиГС, мл. научный сотрудник кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ, г. Москва, [afatikhoff9@gmail.com](mailto:afatikhoff9@gmail.com)<sup>1</sup>

## Дизайн и опыт применения концепции сопоставимых рынков в российском антитрасте

В статье выявлены возможные препятствия для использования потенциала метода сопоставимых рынков в российском антимонопольном регулировании и обозначены пути их преодоления. Исследованы критерии сопоставимости рынков, сформулированные в российском законодательстве, с точки зрения операционализации теоретической составляющей метода сопоставимых рынков в его различных вариациях. Изучена практика применения антимонопольного законодательства в России, иллюстрирующая проблемы, которые возникают в связи с существующими формулировками в законе, не только задающими рамку проведения анализа с использованием метода сопоставимых рынков, но и влияющими на понимание самой сути данного метода с точки зрения правоприменителя. Авторами предложен ряд рекомендаций по возможной корректировке сформировавшегося в российской практике подхода к применению концепции сопоставимых рынков для целей защиты конкуренции.

**Ключевые слова:** антимонопольное регулирование, защита конкуренции, сопоставимые рынки, монопольно высокая цена, злоупотребление доминированием.

### Введение

**А**налитическая конструкция сопоставимых рынков может применяться для решения широкого спектра задач, возникающих в сфере антимонопольного регулирования. Фактически на любом этапе анализа, на котором встает проблема поиска некоего эталона для сравнения, сопоставимый рынок может оказаться полезным инструментом преодоления проблемы субъективности оценок. В российском антимонопольном регулировании инструмент сопоставимых рынков, как дополняющий анализ соотношения цены и издержек,

применяется прежде всего для выявления монопольно высоких цен. Метод сопоставимых рынков обладает рядом преимуществ по сравнению с так называемым затратным методом анализа, в частности, с точки зрения выстраивания стимулов субъектов. Однако преимущества актуализируются только в случае, если метод сопоставимых рынков удастся реализовать. А возможность реализовать данный метод — не только с формальной точки зрения, но и содержательной — в значительной мере зависит от тех критериев, которые позволяют признать (или отвергнуть) рынок в качестве сопоставимого. Критерии сопоставимости рынков, перечисленные в ст. 6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон «О защите конку-

<sup>1</sup> Авторы благодарят А. А. Моросанову за помощь в подготовке материала.

ренции»), задают, как будет показано ниже, слишком жесткую и даже искажающую рамку с точки зрения содержательного анализа. В результате потенциал метода сопоставимых рынков как инструмента экономического анализа в антитрасте в российской практике оказывается недоиспользованным и сравнительные преимущества не реализовываются.

Цель данной статьи — выявить возможные препятствия для использования потенциала метода сопоставимых рынков в российском антимонопольном регулировании.

Для достижения данной цели в первой части статьи исследованы критерии сопоставимости рынков, сформулированные в российском законодательстве, с точки зрения операционализации теоретической составляющей метода сопоставимых рынков в его различных вариациях (подробнее вопрос теоретического содержания метода рассмотрен в работе [1–3]). Вторая часть работы посвящена анализу некоторых кейсов из практики применения антимонопольного законодательства в России, которые иллюстрируют проблемы, которые возникают в связи с существующими формулировками в законе, не только задающими рамку проведения анализа с использованием метода сопоставимых рынков, но и влияющими на понимание самой сути данного метода с точки зрения правоприменителя. В заключении дан ряд рекомендаций по возможной корректировке сформировавшегося в российской практике подхода.

## **1. Сопоставимые рынки в российском антимонопольном законодательстве**

Конструкция сопоставимых рынков сформулирована в ст. 6 Закона «О защите конкуренции» в связи с определением монопольно высокой цены. Данный факт во многом определяет специфику применения сопоставимых рынков в российском антимонопольном регулировании: если за рубежом

данная конструкция шире применяется для расчета ущерба от картелей, чем для обоснования завышенности цен монополии, то в России сопоставимые рынки неразрывно связаны прежде всего с монопольно высокой ценой.

В соответствии со ст. 6 Закона «О защите конкуренции» монопольно высокой ценой товара является цена, «установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование (далее — сопоставимый товарный рынок), при наличии такого рынка на территории Российской Федерации или за ее пределами».

Таким образом, российским законодательством предусмотрено два основных способа оценки завышенности монопольной цены: через сравнение с издержками и через сравнение с ценой сопоставимого рынка. С точки зрения экономической теории различия между двумя данными подходами весьма условны<sup>2</sup>. Тем не менее у каждого из данных методов существуют свои риски применения.

Основные проблемы первого метода связаны с возможностями получения достовер-

---

<sup>2</sup> В условиях совершенной конкуренции (по Бертрону) цены устанавливаются на уровне предельных издержек, при несовершенной конкуренции (в крайнем случае — монополии) — выше. Если два сравниваемых рынка идентичны с точки зрения факторов спроса и предложения, но на одном конкуренция развитая, а на другом ограниченная, то рынок с ограниченной конкуренцией может быть выявлен как затратным методом (превышение цены над предельными издержками производства), так и сравнением цен между рынками.

ной информации об издержках (причем отметим, что с точки зрения теории должны учитываться не бухгалтерские, а экономические издержки), а также с критериями оценки «необходимой» прибыли. Вот почему оценка принятой в компании учетной политики, а также соответствие фактически применяемых методов учета затрат и результатов не позволяет в полной мере ответить на вопрос об обоснованности издержек и, соответственно, оценить, в какой мере прибыль необходима.

В случае применения метода сопоставимых рынков основная сложность кроется в критериях сопоставимости. Как показывает российская практика (ее более подробное рассмотрение представлено во втором разделе), существующие в ст. 6 Закона «О защите конкуренции» критерии сопоставимости рынков либо сами по себе практически не позволяют использовать данную конструкцию в анализе, либо невозможность ее использования объясняется принятой в настоящий момент трактовкой критериев сопоставимых рынков на практике (как антимонопольными органами, так и судами). Наконец, еще один важный вопрос, который является следствием применяемых формулировок, — основания для заключения о том, что сопоставимый рынок, даже если он обнаружен, действительно функционирует в условиях конкуренции.

Рассмотрим каждый из критериев сопоставимости, перечисленных в ст. 6 Закона «О защите конкуренции», более подробно.

### **1.1. Сопоставимость по составу покупателей или продавцов товара**

Исходя из формулировки закона, на первый взгляд, речь может идти о сопоставимости:

- количества продавцов и покупателей;
- состава лиц, выступающих в роли продавцов и покупателей на рынке;

• размеров участников рынка со стороны продавцов и покупателей;

- комбинации указанных характеристик.

Отметим два важных фактора, которые необходимо учитывать в рамках решения практической задачи квалификации того или иного товарного рынка как сопоставимого в условиях конкуренции.

Во-первых, сопоставимость можно трактовать как полное совпадение или как совпадение с определенной точностью. Последнее подразумевает, что есть пределы отклонения от характеристик изначально анализируемого рынка, в границах которых другой рынок будет относиться к сопоставимым с первым.

Во-вторых, в законе указано на сопоставимость по составу продавцов *или* покупателей, а не продавцов *и* покупателей. Исходя из этого, необходимо понять, в каком случае более важную роль играет сопоставимость состава продавцов, а в каких — покупателей.

Если сопоставимость состава подразумевает сопоставимость *количества*, то данный критерий можно трактовать следующим образом: сопоставимым будет рынок, на котором присутствует схожее с первым рынком количество покупателей или (и?) продавцов. Что это означает с точки зрения экономического анализа? Фактически для того, чтобы найти рынок, сопоставимый с рынком, где есть два продавца (один доминирует, а другой нет) и 20 покупателей, необходимо найти другой рынок, где (помимо прочих условий) также будут действовать около двух продавцов и примерно 20 покупателей. Соответственно, в ситуации, при которой есть рынок товара А, где товар А продает монополист, и есть соседний рынок товара А, где товар А поставляется десятком конкурирующих фирм, два таких рынка не будут сопоставимыми. Вместе с тем пример с двумя рынками товара А как раз представляет собой иллюстрацию случая, когда концепция сопоставимых рынков вполне может быть оправдан-

но применена (при прочих равных). Соответственно, если под сопоставимостью состава продавцов понимать некое приблизительное соответствие их количества, то ряд рынков, которые с точки зрения теории могли бы быть отнесены к сопоставимым, оказывается неправомерно исключен из анализа.

Можно ли сделать вывод, что представленный подход вообще не имеет никакого смысла? Нет. Например, если на товарном рынке есть два продавца, взаимодействующих таким образом, что это напоминает конкуренцию по Бертранию для случая недифференцированного товара в условиях постоянной отдачи от масштаба, результатом является цена, объем сделок в натуральном выражении и величина выигрышей потребителей (приобретателей), которые характерны для результатов конкуренции не только в плане примененной стратегии его участников, но и с точки зрения структуры рынка. Иными словами, в приведенном примере результат будет инвариантным по структуре рынка на стороне предложения. Но единственное отличие, которое в этом примере нас отделяет (по предположению) от сопоставляемого рынка, — выбранные продавцами стратегии поведения. Однако тогда обнаруживается другая крайность в исследовании рынка — его структура не имеет значения с точки зрения определения сопоставимых условий конкуренции.

Есть ли смысл в таком случае говорить о необходимости наличия на рынке сопоставимого количества покупателей, а не продавцов? Представляется, что и здесь ответ должен быть отрицательным. Если есть два рынка товара А, на одном из которых действует единственный продавец и множество покупателей, а на втором — единственный продавец и единственный покупатель, то во втором случае переговорная сила покупателя-монопсониста может уравновесить рыночную власть продавца, и тогда цена на рынке с единственным покупателем

может оказаться ближе к конкурентной — и в таком случае рынок с единственным покупателем вполне может подойти для целей обоснования наличия монопольно высокой цены на первом рынке (подробнее о рисках такого выбора сопоставимого рынка будет сказано ниже).

Вместе с тем даже требование того, чтобы на сопоставимом рынке действовало большее количество продавцов, чем на изначально анализируемом рынке, не обеспечивает более развитой конкуренции на данном рынке. Теоретическое моделирование предсказывает, что структура рынка со стороны спроса и/или предложения (число и относительные размеры покупателей и продавцов) не является однозначным индикатором уровня конкуренции на рынке [10–12]. При одинаковой структуре рынка (как уже было отмечено в примере с конкуренцией по Бертранию) может наблюдаться разный уровень конкуренции в зависимости от модели взаимодействия участников рынка; более того, вполне вероятна ситуация, когда конкуренция между небольшим числом компаний будет более выраженной, чем конкуренция на рынке с большим числом продавцов. В этом отношении идентичность структур не может быть рассмотрена как параметр сопоставимости рынков, а более низкий уровень концентрации не может квалифицироваться как более высокий уровень конкуренции. Более того, такое допущение — явное или неявное — возможно, приведет к ошибочным выводам и обусловит возникновение ошибок правоприменения, которые в свою очередь ухудшают параметры правовой системы по параметру «эффективность сдерживания правонарушений».

Сопоставимость предполагает, что участники сопоставимого рынка не имеют возможности оказывать одностороннее воздействие на цену товара либо не используют такую возможность при ее наличии. В этом отношении именно поведенческие характеристики рынков должны находиться

в центре внимания при проведении антимонопольного расследования<sup>3</sup>.

При этом даже если на рынке существует монополия, это не означает, что назначаемая ею цена будет заведомо монопольно высокой. Исходя из этого, монопольный рынок может быть принят за сопоставимый для целей анализа монопольно высокой цены в случае, если на нем нет нарушения. В этом смысле необходимость найти рынок, сопоставимый по составу продавцов или покупателей, может трактоваться как требование найти рынок с аналогичной структурой, но на котором при этом участники активно конкурируют (в том числе может иметь место потенциальная конкуренция, оказывающая сдерживающее воздействие на рост цен). Вместе с тем, как показано выше, такой подход неоправданно сужает спектр возможных рынков для сопоставления.

Однако если придерживаться данной трактовки (необходимость найти рынок примерно с тем же количеством продавцов и покупателей, но который был бы более конкурентным за счет иных стратегий участников), то важное значение будет иметь и распределение рыночных долей между участниками рынка. Требование сопоставимости по распределению долей — в случае, если оно подразумевается формулировкой закона — имеет схожие эффекты с требованием наличия на сопоставимом рынке того же количества продавцов, что и на изначальном. Ряд более конкурентных рынков, которые могли бы теоретически составить базу для сопоставления, окажутся за рамками анализа. Вернемся к представленному выше примеру. Рынок дуополии, на котором более-менее одинаковые по размеру поставщики конкурируют по Бертрону, окажется несопоставимым с рынком, где есть один доминирующий продавец и одна небольшая фирма его окружения — хотя, при

прочих равных, первый рынок как раз может оказаться более конкурентен, чем второй, а значит, мог бы использоваться как база для сравнения.

Сопоставимость состава продавцов и покупателей, понимаемая как схожесть самого состава хозяйствующих субъектов на стороне спроса и предложения (т. е. практически одни и те же компании должны присутствовать на изначальном (исследуемом) и сопоставимом рынке), представляется наиболее строгой и узкой трактовкой. В этом случае возможность применения инструмента сопоставимых рынков фактически сводится к ретроспективному анализу того же самого рынка, но в период, когда на нем не было нарушения. При этом за время, прошедшее с тех пор, не должно было происходить ни активного входа на рынок, ни активного выхода (иначе перечень продавцов и покупателей может слишком сильно отличаться от того, который существует на момент анализа). По сути это означает, что прямолинейное применение данного условия предполагает, что из сравнения исключается такая важная структурная характеристика рынков, как барьеры входа. Известно, что чем более преодолимыми являются барьеры входа (за исключением барьеров, совместимых с условиями эффективного использования ресурсов), тем больше оснований считать соответствующий рынок конкурентным — по крайней мере, по результатам. Однако имеется вполне приемлемая логика, которая указывает на возможность учета фактора барьеров. Например, если в рамках выбранного временного интервала исследования рынка первая его часть свидетельствует о преодолении барьеров, что, например, приводило к изменению если не количества, то состава участников, то в рамках второго именно состав участников стал постоянным.

В пользу такой трактовки метода сопоставимых рынков — как де-факто метода «до-и-после» — говорят другие положения ч. 1 ст. 6 Закона «О защите конкуренции»,

<sup>3</sup> Примеры исследовательских работ, посвященных оценке структурных моделей конкурентного поведения: [7–9].

в частности, описание условий, при которых повышение ранее установленной цены товара будет считаться установлением монопольно высокой цены: «Состав продавцов или покупателей товара остался неизменным либо изменение состава продавцов или покупателей товара является незначительным». Аналогичное условие имеется для случая признания факта монопольно высокой цены вследствие поддержания или не снижения ранее установленной цены товара: «Состав продавцов или покупателей товара обуславливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения». На первый взгляд, состав продавцов или покупателей, который обуславливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения, и сопоставимый состав продавцов и покупателей — не одно и то же, более того, второе может исключать первое, если трактовать сопоставимость как совпадение.

Вместе с тем, с точки зрения тех теоретических идей, которые заложены в рассматриваемый метод, оба варианта потенциально сопоставимого рынка являются приемлемыми для анализа: на сопоставимом рынке может быть такое же число продавцов, но они должны более интенсивно конкурировать, либо на сопоставимом рынке должно быть еще большее количество продавцов, что при прочих равных (отсутствии сговора или иных форм нарушений) обеспечит большую интенсивность конкуренции на сопоставимом рынке. Однако важно отметить, что такой подход оправдан, если мы заведомо можем сказать, что на сопоставимом рынке нет нарушений антимонопольного законодательства. В противном случае рынок монополии при добросовестном поведении продавца может показывать результат, более близкий к конкурентному, чем рынок с пятью продавцами, которые состоят в сговоре. В связи с поставленным вопросом уместно напомнить о расследовании, которое было проведено в отношении нескольких десятков участников рынка цен-

ных бумаг высокотехнологичных компаний (*NASDAQ*), заподозренных в сговоре после выявленных аномалий в практике формирования спреда (правило «четных восьмых») [6]. С другой стороны, если в качестве сопоставимого рынка используется рынок монополии и цена на нем все равно оказывается ниже, чем на изначально анализируемом рынке, то при прочих равных такая ситуация может служить признаком завышенности цены на изначальном рынке.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сопоставимость по составу продавцов или покупателей — как бы она ни трактовалась — в действительности не является необходимым условием сопоставимости рынков. Сопоставимый рынок должен быть более конкурентен, а конкурентность в первую очередь связана с поведением участников рынка, а не со структурой (хотя структура может оказывать существенное влияние и в целом значима для анализа). В то же время вопрос определения того, насколько конкурентен выбранный для сопоставления рынок, достаточно сложный. Ответ на него предполагает наличие знаний о состоянии конкуренции на товарном рынке, который изначально не являлся предметом анализа и, таким образом, в каждом случае требует дополнительного исследования.

## 1.2. Сопоставимость по условиям обращения товара

В законе не приведен исчерпывающий перечень характеристик, которые относятся к условиям обращения товара. В этой связи можно заключить, что законодатель оставил данный вопрос на усмотрение (в конечном счете) суда, предположим, что практика правоприменения позволит учесть все важные характеристики условий обращения товаров. Рассмотрим данный вопрос более подробно.

К условиям обращения товара на рынке могут быть отнесены многие признаки, включая условия поставки (*CIF*, *FOB* и пр.),

оплаты (предоплата, товарный кредит, рассрочка и т. п.), послепродажного обслуживания товаров; развитость сети распространения товаров, информационная прозрачность рынка и др. Полный перечень того, что можно считать условиями обращения, вряд ли может быть составлен, однако именно от корректной идентификации факторов, оказывающих влияние на цену реализации товара, во многом зависят качество анализа и выводы антимонопольного расследования. В целом это означает, что антимонопольный орган должен иметь представление о сложившихся моделях ведения бизнеса и характеристиках контрактных отношений, которые фактически отражают более фундаментальный вопрос о модели функционирования того или иного рынка, и — более широко — отрасли как набора нескольких рынков в продуктовых границах.

В частности, использование схемы 100-процентной предоплаты, снижающей для поставщика вероятность невыполнения своих обязательств покупателем, закономерно должно быть учтено в цене как снижение премии за риск; цены FOB при прочих равных условиях закономерно будут выше цен CIF из-за включения транспортных издержек; предоставление вместе с товаром дополнительных услуг изменяет стоимость и пакета, и собственно товара и пр. Во многих случаях системы скидок, предоставляемых продавцами, отражают их субъективную оценку рисков и выгод, связанных с теми или иными условиями договора. Тот же эффект существует и со стороны покупателей. При этом стороны договора могут быть не в состоянии провести более-менее точную экономическую оценку этих эффектов. С той же проблемой столкнется и антимонопольный орган при попытке сопоставления цен на «идентичные» товары, поставка которых осуществляется на разных условиях.

При попытках подтвердить, что повышение или неснижение ранее установленной

цены — это проявление монопольно высокой цены, нормы ст. 6 указывают на то, что условия обращения товара должны, в первом случае, оставаться неизменными или измениться несоразмерно корректировке цены, а во втором — обеспечивать возможность изменения цены товара в сторону уменьшения. Таким образом, очевидно, что не требуется строгого соответствия условий обращения товара в смысле их идентичного характера, а допускается отклонение. Причем это отклонение должно оказать либо понижательное давление на цену (и тогда если цена не снизилась, то налицо признаки монопольно высокой цены), либо повышательное, но тогда оно должно быть не настолько большим, чтобы полностью оправдать фактическое повышение цены.

С точки зрения тех характеристик, которые необходимы для применения инструмента сопоставимого рынка в его теоретическом понимании (а не строго в том виде, в каком он прописан в Законе «О защите конкуренции»), подобные требования вполне оправданы. Условия обращения товара на сопоставимом рынке:

- либо должны быть схожими с условиями обращения товара на изначальном рынке — тогда, при прочих равных, цены можно напрямую сравнивать, и если цена на изначально анализируемом рынке окажется выше, чем на сопоставимом, то есть признаки завышения;

- либо обуславливать более высокую цену, чем на изначальном рынке, — тогда сравнение цен затруднено из-за разных условий, но если цена на изначальном рынке все равно окажется выше, чем на сопоставимом, то имеются признаки завышения цены на изначально анализируемом рынке;

- либо обуславливать более низкую цену, чем на изначальном рынке, — в этом случае можем говорить о признаках завышения цены, только если разница в условиях обращения товара не полностью оправдывает фактическую разницу в ценах.

Нельзя не отметить еще один вопрос, возникающий в связи с тем, что в Законе «О защите конкуренции» доминирующее положение хозяйствующего субъекта определяется через возможность оказывать влияние на *общие* условия обращения товара, в то время как при определении сопоставимости рынков речь идет об условиях обращения товара, без упоминания их «общего» характера. Существуют ли некоторые особые условия обращения товара (не «общие»), которые должны быть приняты во внимание при анализе сопоставимых рынков? Представляется, что данное несоответствие может быть дополнительным источником неопределенности.

### 1.3. Сопоставимость по условиям доступа на товарный рынок

Результаты теоретического моделирования показывают, что условия доступа на товарный рынок являются одним из основных факторов, оказывающих влияние на цены и способность компаний к реализации ограничивающих конкуренцию бизнес-практик. Чем легче новичкам выйти на рынок с конкурирующим товаром, тем сложнее закрепившимся на рынке хозяйствующим субъектам удерживать цены на уровне, обеспечивающем прибыль выше нормальной [10]. В этом отношении оценка высоты барьеров входа на рынок (и выхода с рынка) важна не как критерий выявления сопоставимых рынков (по которому сопоставимые рынки должны быть идентичны), но как критерий, значение которого для рынка-эталона должно быть минимальным.

Тем не менее нормы ст. 6 Закона «О защите конкуренции» приводят условия доступа на рынок в качестве одного из критериев сопоставимости. Условия доступа напрямую связаны с характеристиками барьеров входа. Состав барьеров входа и их преодолимость определяются на основании методов, изложенных в разделе VIII Порядка проведения анализа состояния конкуренции на то-

варном рынке, утвержденного приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220.

Сопоставимость с точки зрения барьеров входа может иметь как минимум два аспекта:

- по их высоте / уровню или преодолимости;
- с точки зрения их состава / структуры.

В первом случае возникает вопрос о том, подразумевает ли сопоставимость рынков наличие на них приблизительно одинаковых по высоте барьеров входа. Если это так, и сопоставимым по отношению к рынку с высокими барьерами входа может являться только рынок с высокими барьерами, то основные различия между изначально анализируемым рынком и сопоставимым должны будут сводиться к поведению фирм: на сопоставимом рынке конкуренция между участниками должна быть более интенсивной или, по крайней мере, должна присутствовать, если на изначально анализируемом рынке ее нет. Вместе с тем, как уже отмечалось, такой подход связан с определенными сложностями, поскольку требует уверенности в том, что на сопоставимом рынке отсутствует ограничение конкуренции.

В то же время с теоретической точки зрения возникает вопрос, насколько оправданно при такой трактовке исключать из круга потенциально сопоставимых рынков рынки, отличающиеся по уровню и преодолимости барьеров входа. Как отмечалось, более развитая конкуренция на сопоставимом рынке как раз может обеспечиваться более низкими / более легко преодолимыми барьерами<sup>4</sup>. Однако в ситу-

<sup>4</sup> В то же время для случая, когда на сопоставимом рынке барьеры входа ниже / более легко преодолимы, сопоставительный анализ может представлять определенную сложность — так, например, затраты на преодоление барьеров входа могут так или иначе учитываться в издержках, в результате чего придется принимать во внимание, что более низкая цена на сопоставимом рынке может отражать более низкие издержки.



ации, когда на сопоставимом рынке барьеры входа более труднопреодолимые, а цена все равно при прочих равных оказывается ниже той, что установлена на изначально анализируемом рынке, также можно говорить о признаках завышенности.

Что касается второго аспекта — структуры барьеров — то, во-первых, в приказе ФАС России от 28.04.2010 № 220 приводится определенная классификация барьеров, в которую включаются технологические, административные, стратегические и иные виды барьеров. Возникает вопрос о том, являются ли данные виды барьеров взаимозаменяемыми для целей определения сопоставимости, или оценка сопоставимости должна вестись отдельно по каждому виду барьера. Если справедливо второе, то проблемы, перечисленные выше в связи с обсуждением уровня барьеров и их преодолимости, как минимум умножаются на число видов барьеров, которые необходимо будет отдельно рассмотреть в ходе анализа. Дополнительная сложность возникает из-за необходимости учесть, что не все барьеры входа неэффективны, т. е. приводят к неоправданному ограничению конкуренции. В частности, для так называемых опытных и доверительных благ, качество которых сложно оценить до потребления, определенные барьеры входа могут служить снижению асимметрии информации и рисков отрицательного отбора [5], то есть быть эффективными (подробнее о эффективных барьерах входа см. [4]). Вопрос о том, как должны соотноситься эффективные барьеры входа на изначально анализируемом и сопоставимом рынках, а также как они должны соотноситься в условиях, когда на каждом рынке присутствуют и эффективные, и неэффективные барьеры, представляет собой направление для более глубокого анализа.

Стоит также отметить, что существуют разные способы преодоления барьеров, которые совсем необязательно считать равнозначными [4]. И этот аспект также имеет

большое значение для применения концепции сопоставимых рынков.

Первый способ — создание компанией производственных мощностей «с нуля» в результате осуществления закрепленных инвестиций. В этом случае появляется новый игрок на рынке в дополнение к уже существующим. Именно этот способ рассматривают наиболее часто, а иногда — как единственно возможный.

Второй способ — импорт продукции. В этом случае компании, производящие продукт, который по набору признаков мог быть включен в продуктовые границы рынка, вполне могут обладать опытом производства данного продукта на других географических рынках. Данный вариант также увеличивает количество игроков, но не объемы производства (то есть без закрепленных инвестиций или с инвестициями, достаточными лишь для организации торговли).

Третий способ — расширение существующих производственных мощностей. Данный способ отличается от первого тем, что количество участников рынка не меняется, а от второго способа — тем, что происходит увеличение производственных мощностей без увеличения количества участников рынка.

Наконец, четвертый вариант входа на рынок — приобретение компанией уже действующего бизнеса (это может быть и разновидностью варианта расширения производственных мощностей) в рамках политики по диверсификации направлений деятельности. В этом случае при первом приближении меняется только собственник, а все остальное остается неизменным — по крайней мере, в краткосрочной перспективе.

Фактически речь идет о том, что некоторая интегральная оценка высоты / преодолимости барьеров входа с высокой вероятностью может не дать адекватного представления о характере конкуренции на товарном рынке (изначально анализируемом или потенциально сопоставимом), даже при прочих равных условиях.

#### **1.4. Сопоставимость по государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование**

Перечень видов государственного вмешательства довольно широк. Инструментами государственного регулирования могут выступать кредитно-денежная, бюджетно-налоговая политика государства, а также административно-правовые инструменты. С точки зрения применения нормы сопоставимых рынков важно не столько выявление рынков, идентичных с точки зрения применяемых государством инструментов регулирования (что, скорее всего, невозможно, если говорить о рынках в разных географических границах), сколько учет различий между рынками по этому критерию для нивелирования их влияния на цены. При этом если различие, например, в ставках налогов и сборов (как составляющей цен) можно учесть при проведении сопоставления между рынками, то выявление и количественная оценка различий в части регуляторного администрирования (например, налоговых рисков) значительно более дискуссионны.

С одной стороны, различия в мерах государственного регулирования способны весьма существенно сказаться на издержках фирм, приводя к тому, что цены на разных рынках будут несопоставимы. В частности, если на одном рынке государство предоставляет производителям субсидии, а на другом нет, то напрямую сравнивать цены на таких рынках, для того чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу об установлении монопольно высокой цены, было бы некорректно. Возникает вопрос о возможности скорректировать цены таким образом, чтобы нивелировать подобные различия. С другой стороны, если на изначально анализируемом рынке есть субсидии для производителей, а цена все равно выше, чем на сопоставимом рынке в условиях конкуренции, где субсидий нет, можно при прочих равных говорить о при-

знаках завышенности цены на изначально анализируемом рынке.

При оценке сопоставимости более «общих» мер регулирования (связанных, например, с налогообложением и таможенным регулированием) необходимо обратить внимание на несколько факторов. Даже если формально регулирующие нормы совпадают, они могут иметь разное значение в зависимости от специфики территории и де-факто правоприменения. Кроме того, одни и те же регуляторные правила могут весьма по-разному сказываться и на различных хозяйствующих субъектах, о чем уже было сказано (проблема учета различий в регуляторном администрировании отдельным субъектом). В частности, если сравниваются не усредненные по рынку цены, а цены конкретных компаний, то одни и те же факторы регулирования могут по-разному влиять на издержки в зависимости от размеров компании и т. д.

Требование сопоставимости рынков по государственному регулированию, если понимать его как необходимость схожести или даже идентичности такого регулирования, де-факто сводит метод сопоставимых рынков к ретроспективному анализу товарного рынка (и то лишь при условии, что за прошедший период регулирование не сильно изменилось), в то время как фактически исключаются возможности использовать зарубежные рынки в качестве сопоставимых. При таком «строгом» подходе из круга сопоставимых рынков могут быть исключены даже рынки других регионов России, если, например, существуют различия в налогообложении, и даже локальные рынки.

В то же время даже в случае, если регулирование разнится существенно, знание параметров равновесия на потенциально сопоставимом рынке может позволить установить признаки нарушения. Так, если условия регулирования на потенциально сопоставимом рынке более жесткие и обеспечивают более высокий уровень издержек ком-

паний, и при этом цена на этом рынке все равно оказывается ниже, чем цена на изначально анализируемом рынке, то снова получаем признак установления монопольно высокой цены на первом (изначальном) рынке.

## 2. Практика применения метода сопоставимых рынков в России

Как очевидно из предыдущего раздела, принятые в российском законодательстве формулировки могут трактоваться неоднозначно. Если ориентироваться только на положения соответствующей статьи Закона «О защите конкуренции» для того, чтобы определить, что понимается под сопоставимостью рынков для целей установления факта назначения монопольно высокой цены, неизбежно сталкиваемся с высокой неопределенностью из-за неоднозначности прописанных в законе критериев сопоставимости и, прежде всего, самого понятия сопоставимости.

В связи с этим возникает необходимость в анализе правоприменительной практики. Для того чтобы понять, как именно в настоящее время трактуется конструкция сопоставимых рынков в практике антимонопольного регулирования в России, рассмотрим несколько кейсов, в рамках которых антимонопольным органом была предпринята попытка применить данный метод. При этом нас будут интересовать и случаи, когда сопоставимый рынок удалось обнаружить, и случаи, когда найти сопоставимый рынок для целей анализа не удалось, хотя определенные основания для сравнения все же были. Во втором случае аргументы, на основании которых потенциально сопоставимые рынки были отвергнуты, также несут в себе информацию о принятой в российском антимонопольном регулировании трактовке понятия сопоставимых рынков.

При отборе кейсов для анализа ограничиваемся информацией, размещенной в свободном доступе. База реше-

ний ФАС России, размещенная по адресу [solutions.fas.gov.ru](http://solutions.fas.gov.ru), предоставляет возможность поиска решений по ключевым словам. Авторами были отобраны решения по делам за период с 2014 по 2016 гг., в текстах которых упоминалось словосочетание «сопоставимый рынок». Таким образом, было обнаружено семь решений для анализа:

- дело Магаданского УФАС России № 03–10/08–2015 в отношении ООО «Аэрофьюэлз Магадан»;
- дело Магаданского УФАС России № 03–10/01–2016 в отношении ООО «Профилактическая дезинфекция»;
- дело Сахалинского УФАС России № 08–74/2015 в отношении ООО «ТЗК Аэрофьюэлз» и ООО «Аэрофьюэлз Камчатка»;
- дело Санкт-Петербургского УФАС России № 1-10-9/00-03-15 в отношении ФГУП «Почта России»;
- дело Магаданского УФАС России № 03–10/02–2015 в отношении ФГУП «Почта России»;
- дело Мурманского УФАС России № 11 в отношении НОУ НП и ДПО Оленегорский СТЦ ДОСААФ России МО;
- дело Магаданского УФАС России № 03–10/08–2014 в отношении ОГБДЭУ «Магаданское».

Все эти дела касаются расследования в отношении компаний, подозревавшихся в установлении монопольно высоких цен. Это вполне объяснимо, учитывая, что в российском антимонопольном законодательстве инструмент сопоставимых рынков упоминается прежде всего в связи с решением данной задачи.

Анализируя географию указанных дел, можно сделать предварительный вывод о том, что Магаданское УФАС России наиболее активно обосновывает наличие либо отсутствие сопоставимых рынков при анализе признаков монопольно высокой цены. Однако есть высокая вероятность того, что данная выборка не является исчерпывающей в отношении всех дел, в решениях по которым обосновывается наличие либо

отсутствие сопоставимых рынков для целей анализа. Во-первых, определенный эффект может иметь несовершенство механизма поиска по базе решений ФАС России: возможно, выданные системой результаты поиска не включают в себя все решения, где упоминалось словосочетание «сопоставимый рынок». Во-вторых, есть вероятность, что после формирования новой базы решений ФАС России ([solutions.fas.gov.ru](http://solutions.fas.gov.ru)), куда стали входить в совокупности решения и центрального аппарата, и территориальных органов, в базе могли не найти отражения некоторые решения территориальных органов в результате потерь при миграции данных.

Тем не менее, не обладая иными источниками текстов решений по делам ФАС России, кроме указанной базы решений, и будучи ограниченными в возможностях поиска по данной базе (отсутствие возможности просматривать тексты всех решений самостоятельно с целью поиска упоминаний «сопоставимого рынка»), воспользуемся найденными в базе решениями по семи делам территориальных органов, чтобы оценить, как именно трактуются нормы ст. 6 Закона «О защите конкуренции» в части критериев отбора сопоставимых рынков, и дает ли возможность принятая трактовка применять данный инструмент для анализа монопольно высокой цены.

В шести из рассмотренных дел антимонопольный орган пришел к выводу об отсутствии сопоставимого рынка, пригодного для сравнения. Рассмотрим аргументы, на основании которых антимонопольные органы сделали такой вывод.

Во-первых, возможность наличия сопоставимого рынка за рубежом отвергается по причине несопоставимости условий государственного регулирования в данных странах (соответствующее обоснование — в делах Магаданского УФАС России в отношении ООО «Аэрофьюэлз Магадан», ООО «Профилактическая дезинфекция», ФГУП «Почта России», ОГБДЭУ «Магаданское»).

Иными словами, нивелировать различия в условиях государственного регулирования не представляется возможным, если использовать более широкий подход к сопоставимости по условиям регулирования.

Во-вторых, потенциально сопоставимые рынки внутри Российской Федерации (рынки других регионов) отвергаются по причине несоответствия структуры сравниваемых рынков. То есть сопоставимость рынков по составу продавцов и покупателей трактуется как идентичность — или схожесть с небольшими отклонениями — количества / состава действующих на рынке субъектов на стороне предложения и спроса. Одновременно с этим структура рынка отождествляется с интенсивностью конкуренции, что с точки зрения экономической теории неверно, поскольку при одной и той же структуре фирмы могут вести себя как конкурентно, так и неконкурентно.

В свою очередь подобная логика может загнать исследователя в своеобразную ловушку: сопоставимый рынок должен быть конкурентным, а значит, на нем должно быть множество продавцов — но рынок с множеством продавцов не может быть сопоставимым с рынком монополии, поскольку не соблюдается критерий сопоставимости по количественному составу продавцов и покупателей. В результате в качестве рынков, потенциально сопоставимых с монопольным, приводятся рынки монополии, но затем они отвергаются из-за того, что не являются конкурентными. Так, в решении по делу Сахалинского УФАС России аэропорты Кепервеем и Певек в Чукотском автономном округе, Охотск в Хабаровском крае и Тилички в Камчатском крае отвергаются в качестве сопоставимых рынков ввиду того, что на них в каждый момент времени действует только один поставщик услуг по авиатопливообеспечению воздушных судов — а значит, на данных рынках не сложились условия конкуренции, которые делали бы их пригодными для анализа в качестве сопоставимых. Вместе с тем

в том же решении по делу отмечается, что цены на соответствующую услугу в указанных аэропортах были существенно ниже, чем цены на рынке аэропорта Южно-Курильск Сахалинской области, т. е. фактически сопоставление данных рынков было произведено, и выводы подкрепили предположение о наличии на рынке монопольно высокой цены.

В-третьих, в решении по делу Магаданского УФАС России дается определенная трактовка метода сопоставимых рынков: метод сопоставимых рынков подразумевает сравнение уровня цен идентичного (одинакового) товара, услуги, устанавливаемых доминирующим хозяйствующим субъектом на рассматриваемом товарном рынке, с уровнем цен, устанавливаемых в этот же период времени хозяйствующими субъектами на товарных рынках в иных географических границах. Таким образом, в данном решении принимается трактовка метода сопоставимых рынков как метода эталона (*yardstick method*), а трактовка через метод до-и-после не включается в данное понятие.

В-четвертых, условие о сопоставимости государственного регулирования и условие обращения товара на рынке, трактуемые как идентичность или схожесть таких условий, приводят к тому, что даже рынки на территории Российской Федерации, но расположенные в других регионах могут не проходить «фильтр» критериев сопоставимости. Примером является дело Магаданского УФАС России в отношении ООО «Профилактическая дезинфекция», в рамках которого было установлено, что рынки на территории Республики Якутия не могут быть признаны сопоставимыми с рынками услуг дератизации и дезинсекции Магаданской области, поскольку в Республике Якутия обнаружены отличные от Магаданской области размер северных коэффициентов и надбавок к заработной плате, транспортные издержки, цены на сырье, горюче-смазочные материалы, энергоносители

и теплоносители, входящие в структуру стоимости услуги. С одной стороны, данные аргументы вполне правомерны, так как разница в издержках поставщиков услуг в Магаданской области и Республике Якутия должна быть принята во внимание при попытке сравнения цен. С другой стороны, определенное значение имеет и то, какова эта разница: так, в случае, если по совокупности обстоятельств издержки предоставления услуги в Республике Якутия окажутся выше, а цена на рынке ниже, то это может служить признаком установления в Магаданской области монопольно высокой цены.

В-пятых, очевидно, что в одном случае из семи были найдены сопоставимые рынки: речь идет о деле Мурманского УФАС России в отношении НОУ НП и ДПО Оленегорский СТЦ ДОСААФ России МО. Анализ обстоятельств дела позволяет утверждать, что совокупность тех интерпретаций метода сопоставимых рынков, которые были продемонстрированы выше (в частности, сопоставимость как идентичность или высокая степень схожести, понимание сопоставимых рынков как рынков с теми же продуктовыми, но иными географическими границами) действительно приводит к тому, что, если метод сопоставимых рынков и удастся применить, то только на локальных рынках в весьма узких географических границах, где нет существенных различий по государственному регулированию и условиям обращения товара. В таких весьма небольших масштабах инструмент сопоставимых рынков может работать и при текущей его интерпретации в российском правоприменении, однако представляется, что это не позволяет в полной мере использовать его потенциал. Более того, невозможность использовать метод сопоставимых рынков приводит к тому, что основным методом оценки завышенности цены становится метод сопоставления с издержками и необходимой прибылью, который характеризуется существенными недостатками.

## Заключение

Проделанный анализ позволяет сделать следующие выводы относительно возможностей использования метода сопоставимых рынков в условиях текущего законодательства и практики правоприменения, а также относительно возможных перспектив применения данного метода.

1. Исходя из анализа российских законодательных норм, относящихся к конструкции сопоставимых рынков, можно утверждать, что данные нормы создают высокую неопределенность относительно самого понятия сопоставимости, критериев отбора сопоставимых рынков и алгоритмов последующего анализа на основании их отбора.

2. В целом данная неопределенность обусловливает отрицательный эффект, приводя к тому, что метод сопоставимых рынков трактуется излишне узко по сравнению с его теоретическим пониманием, а также по сравнению с зарубежным опытом его применения (хотя и весьма ограниченным). Более того, трактовка, принятая в российской практике, базируется на ряде ошибочных с точки зрения современной экономической теории положений (отождествлении структуры рынка и интенсивности конкуренции), а в некоторых случаях — на внутренней противоречивости (ограничения возможности использования рынка с большим количеством продавцов в качестве сопоставимого). В перспективе предлагается отказаться от первого критерия сопоставимости, приведенного в ст. 6 Закона «О защите конкуренции» — сопоставимости по составу продавцов или покупателей, поскольку именно данный критерий наименее оправдан с точки зрения экономической теории, создавая при этом достаточно высокую неопределенность в рамках самой формулировки в законе.

3. В то же время наличие большой неопределенности в законодательстве предполагает, что в некоторых пределах практика применения метода сопоставимых рынков

может быть усовершенствована изданием разъяснений относительно использования данного инструмента в анализе. В рамках таких разъяснений, в первую очередь, требуется дать более точное с экономико-теоретической точки зрения определение понятия сопоставимости — не как идентичности условий или высокой степени схожести условий, а как пригодности для сравнения в тех целях, которые ставятся в рамках анализа. Такая трактовка больше соответствует тем критериям, по которым устанавливается факт наличия либо отсутствия монопольно высокой цены на рынке в соответствии с п. 1 и 2 ч. 1 ст. 6 Закона «О защите конкуренции», поскольку позволяет, например, сравнивать рынок с сопоставимым рынком, на котором «состав продавцов или покупателей товара обуславливает возможность изменения цены товара в сторону уменьшения».

4. Фактически существует противоречие в трактовке метода сопоставимых рынков внутри самой ст. 6 Закона «О защите конкуренции»: в первом абзаце ч. 1 указанной статьи описывается метод сопоставимых рынков как метод эталонной цены, сложившейся на ином географическом рынке, а далее в п. 1 и 2 ч. 1 предлагается использовать метод сопоставимых рынков в варианте «до-и-после», т.е. брать в качестве сопоставимого тот же географический рынок, но в другой период времени. Методический документ, касающийся применения метода сопоставимых рынков, должен будет снять или хотя бы разъяснить данное противоречие (хотя наиболее оптимальным решением было бы снятие данного противоречия в самой ст. 6).

5. Другой аспект, нуждающийся в разъяснении, — требование сравнения проверяемой цены с ценой, «которая сформировалась в условиях конкуренции» на сопоставимом товарном рынке. Как показывает анализ практики, происходит ошибочное смешение структуры рынка и интенсивности конкуренции, в то время как современ-

ная экономическая теория показывает, что даже в рамках одинаковой структуры рынка интенсивность конкуренции — и/или близость рыночного равновесия к конкурентному — будет предопределяться поведением его участников.

6. Описанная в пункте 5 ситуация является в том числе отражением теоретического вопроса, который сводится к наличию либо отсутствию противоречия в двух определениях сопоставимых рынков для целей антимонопольного анализа, встречающихся в литературе: могут ли использоваться в качестве сопоставимых рынков только рынки, на которых есть конкуренция, или же (что более широко) рынки, на которых заведомо отсутствуют нарушения антимонопольного законодательства.

7. Наконец, требование наличия конкуренции и даже отсутствия нарушений на сопоставимом рынке может быть излишне строгим для ряда случаев. Так, если есть два рынка, сопоставимых по условиям спроса и предложения, но на одном из них действует картель, а на другом монополия, то превышение цены на рынке монополии по сравнению с картельной ценой будет свидетельствовать в пользу наличия на исследуемом рынке монополично высокой цены, поскольку картельная цена будет заведомо выше конкурентной. Однако исключение требования конкуренции на сопоставимом рынке может обернуться другим риском. В соответствии с ч. 4 ст. 6 Закона «О защите конкуренции» цена товара не признается монополично высокой в случае непревышения цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке. Если убрать требование наличия конкуренции на сопоставимом рынке в данной формулировке, то цена ниже, например, картельной цены не будет признана монополично высокой, что противоречит целям антимонопольного регулирования. Таким образом, в ч. 4 ст. 6 требование наличия конкуренции на сопоставимом рынке в любом случае необходимо

сохранить, а целесообразность сохранения данного требования в рамках ч. 1 ст. 6 может обсуждаться дополнительно.

### Список литературы

1. Голованова С. В. Концепция сопоставимых рынков в российской антимонопольной практике // *Экономическая политика*. 2014. № 5. С. 99–115.
2. Шаститко А. Е. «Сопоставимые рынки» как инструмент антимонопольной политики // *Вопросы экономики*. 2010. № 5. С. 96–109.
3. Шаститко А. Е., Голованова С. В. Структурные альтернативы метода сопоставимых рынков в целях применения антимонопольного законодательства // *Современная конкуренция*. 2017. Т. 11. № 2 (62).
4. Шаститко А. Е., Павлова Н. С. Общественно эффективные барьеры входа? // *Балтийский регион*. 2016. Т. 8. № 4. С. 34–52.
5. Akerlof G. A. Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market // *The Quarterly Journal of Economics*. 1970. Vol. 84. No. 3. P. 488–500.
6. Christie W. G., Schultz P. H. Why Do NASDAQ Market Makers Avoid Odd-Eighth Quotes? // *The Journal of Finance*. 1994. Vol. 49. No. 5. P. 1813–1840.
7. Iwata G. Measurement of conjectural variations in oligopoly // *Econometrica*. 1974. Vol. 42. No. 5. P. 947–966.
8. Kadiyali V., Sudhir K., Rao V. R. Structural analysis of competitive behavior: New empirical industrial organization methods in marketing // *International Journal of Research in Marketing*. 2001. Vol. 18. No. 1–2. P. 161–186.
9. Roy A., Kim N., Raju J. S. Assessing new empirical industrial organization (NEIO) methods: The cases of five industries // *International Journal of Research in Marketing*. 2006. Vol. 23. No. 4. P. 369–383.
10. Sutton J. Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration. MIT Press: Cambridge, MA, 1991.
11. Sutton J. Technology and Market Structure: Theory and History. MIT Press: Cambridge, MA, 1998.
12. Symeonidis G. Price Competition and Market Structure: The Impact of Cartel Policy on Concentration in the UK // *Journal of Industrial Economics*. 2000. Vol. 48. No. 1. P. 1–26.

### References

1. Golovanova S. V. The Concept of «Comparable Markets» in Russian Antitrust Practice. *Ekonomicheskaya Politika* — Economic Policy, 2014, no. 5, pp. 99–115 (in Russian).
2. Shastitko A. Y. «Comparable Markets» as an Instrument of Antimonopoly Policy. *Voprosy Ekonomiki*, 2010, no. 5, pp. 96–109 (in Russian).
3. Shastitko A. Y., Golovanova S. V. Structural Alternatives of the Method of Comparable Markets in Implementing Antitrust Law. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 2 (62) (in Russian).
4. Shastitko A. E., Pavlova N. S. Socially efficient entry barriers? *Baltiyskiy region* — Baltic region, 2016, vol. 8, no. 4, pp. 34–52 (in Russian).
5. Akerlof G. A. Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market. *The Quarterly Journal of Economics*, 1970, vol. 84, no. 3.

6. Christie W. G., Schultz P. H. Why Do NASDAQ Market Makers Avoid Odd-Eighth Quotes? *The Journal of Finance*, 1994, vol. 49, no. 5, pp. 1813–1840.
7. Iwata G. Measurement of conjectural variations in oligopoly. *Econometrica*, 1974, vol. 42, no. 5, pp. 947–966.
8. Kadiyali V., Sudhir K., Rao V. R. Structural analysis of competitive behavior: New empirical industrial organization methods in marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 2001, vol. 18, no. 1–2, pp. 161–186.
9. Roy A., Kim N., Raju J. S. Assessing new empirical industrial organization (NEIO) methods: The cases of five industries. *International Journal of Research in Marketing*, 2006, vol. 23, no. 4, pp. 369–383.
10. Sutton J. Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration. MIT Press: Cambridge, MA, 1991.
11. Sutton J. Technology and Market Structure: Theory and History. MIT Press: Cambridge, MA, 1998.
12. Symeonidis G. Price Competition and Market Structure: The Impact of Cartel Policy on Concentration in the UK. *Journal of Industrial Economics*, 2000, vol. 48, no. 1, pp. 1–26.

---

N. Pavlova, RANEPa, MSU, Moscow, Russia, pavl.ns@yandex.ru

A. Fatikhova, RANEPa, MSU, Moscow, Russia, afatikhoff9@gmail.com

## Design and implementation of the concept of comparable markets in Russian antitrust

The possible obstacles are identified for realizing the full potential of the comparable markets method in Russian antitrust and some measures to overcome them are proposed. The paper studies the criteria of market comparability formulated in Russian antitrust law as they relate to the theoretical aspects of the method of comparable markets in its different variations. A number of cases are analyzed that illustrate the main issues of implementing the method which arise from the wording of the norm in Russian law. The chosen wording not only provides a restrictive framework for the implementation of the method of comparable markets, but also influences the understanding of what constitutes the method from a practitioners' point of view. A number of recommendations are given aimed at improving the current practice of implementing the concept of comparable markets for protecting competition.

**Keywords:** antitrust regulation, competition protection, comparable markets, excessive monopoly pricing, abuse of dominance.

### About authors:

N. Pavlova, PhD, Senior Researcher, Deputy Head of the Department of Competitive and Industrial Policy;

A. Fatikhova, Junior Researcher

### For citation:

Pavlova N., Fatikhova A. Design and implementation of the concept of comparable markets in Russian antitrust. *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 2 (62), pp. 36–51 (in Russian, abstr. in English).