

Ирина Владимировна ГАГАРИНА¹

УДК 338.22.021.4

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ ПРИ ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ АНТИМОНОПОЛЬНЫМИ ОРГАНАМИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ

¹ директор Департамента государственного регулирования цен и тарифов Курганской области (г. Курган)
irina.gagarina@icloud.com

Аннотация

Оценка состояния конкуренции на рынке чаще всего является первым обязательным этапом принятия антимонопольным органом регуляторного решения. Соответственно, результативность и эффективность деятельности антимонопольных органов напрямую зависит от качества проведения аналитических исследований.

Анализ состояния конкуренции на рынке как этап антимонопольного регулирования отличается от маркетингового исследования рынка, поскольку призван отвечать на вопросы, подлежащие разрешению на уровне правоприменительного акта. Алгоритм исследований и методологические подходы к экономическому анализу регламентированы и определяются целями правоприменения, а также спецификой функционирования отраслевых рынков. При этом антимонопольный орган не вправе отклониться от установленных требований, в противном случае регуляторное решение, принятое на основе результатов оценки состояния конкуренции на рынке, может быть признано судом незаконным. Сегодня остроактуальными являются вопросы применения антимонопольными органами методологических подходов к оценке состояния конкуренции.

Цитирование: Гагарина И. В. Методологические подходы к экономическому анализу при оценке состояния конкуренции на рынке, применяемые антимонопольными органами при реализации государственной конкурентной политики / И. В. Гагарина // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2019. Том 5. № 3 (19). С. 204-217.

DOI: 10.21684/2411-7897-2019-5-3-204-217

ции на рынке, повышения качества экономического анализа, вопросы прозрачности такой работы для общества.

Настоящая работа подготовлена в продолжение статьи «Механизм оценки состояния конкуренции на рынках, применяемый антимонопольными органами при осуществлении государственной конкурентной политики» и содержит в себе характеристику этапов исследований, общих и специальных требований к их проведению, обобщение позиций относительно методологических подходов к экономическому анализу в рамках каждого из этапов. В такой систематизации механизм оценки состояния конкуренции на рынке представлен впервые. Результаты исследования, приведенные в статье, могут быть использованы в научных, практических, а также образовательных целях в рамках дисциплин «Конкурентное право», «Конкурентная политика».

Ключевые слова

Государственная конкурентная политика, исследование рынка, этапы исследования, антимонопольное регулирование, методологические подходы, антимонопольные органы.

DOI: 10.21684/2411-7897-2019-5-3-204-217

Введение

Первая и главная задача экономического анализа в деятельности антимонопольных органов при осуществлении государственной конкурентной политики — дать верное представление о природе экономических отношений, в которые вступают хозяйствующие субъекты [1].

Экономический анализ, осуществляемый антимонопольными органами при оценке состояния конкуренции на рынке, — сложная и трудоемкая процедура, требующая не только знаний особенностей функционирования различных отраслевых рынков, но и навыков выявления факторов влияния на них.

Динамичность экономических процессов, появление новых рынков, новых цифровых технологий, влияющих на обращение товаров на рынках, являются сегодня вызовами для антимонопольных органов, поскольку методы экономического анализа должны обеспечивать эффективность регуляторного воздействия на экономику в новых условиях.

Основой адаптации к новым условиям должна стать тесная связь антимонопольного регулирования с экономической теорией, которая исследует экономическую реальность в динамике [3].

Несомненно, что в первую очередь необходимо совершенствовать методологические подходы к экономическому анализу как аналитической процедуре, осуществляемой антимонопольными органами с целью регуляторного воздействия на рынки.

Цель настоящей работы состоит в систематизации процедур экономического анализа, применяемых антимонопольными органами при оценке состояния конкуренции на рынке, в единый механизм исследования и анализе способности выявленной системы достигнуть целей и задач антимонопольного регулирования. Результаты анализа будут положены в основу разработки путей совершенствова-

ния методологических подходов к экономическому анализу в деятельности анти-монопольных органов при реализации государственной конкурентной политики.

Этапы исследований

Механизм оценки состояния конкуренции на рынке регламентирован Приказом ФАС № 220 и состоит из восьми алгоритмов, представляющих собою последовательность различного набора этапов исследований. Приказом ФАС № 220 предусмотрено пятнадцать этапов исследований, включающих в себя специфичные наборы процедур и инструментов. На этапах исследований определяются:

- 1) временной интервал;
- 2) продуктовые границы рынка;
- 3) предмет торгов, договоров;
- 4) географические границы рынка;
- 5) состав хозяйствующих субъектов, участвующих в торгах;
- 6) состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;
- 7) объем рынка и долей участников рынка;
- 8) показатели рыночной концентрации;
- 9) барьеры входа на рынок;
- 10) признаки доминирующего положения участника рынка;
- 11) характеристика состояния конкуренции на рынке;
- 12) оценка изменения (возможного изменения) состояния конкуренции на товарном рынке вследствие принятия акта и (или) осуществления действий (бездействия);
- 13) наличие/отсутствие конкурентных отношений между участниками соглашения;
- 14) составление аналитического отчета;
- 15) составление обзора (краткого отчета).

Временной интервал исследования рынка

Обязательным этапом, присутствующим во всех восьми алгоритмах исследований рынка, является «определение временного интервала исследования товарного рынка». На данном этапе исследователю необходимо определить такой временной интервал, в пределах которого расчет структурных показателей будет информативен в зависимости от цели антимонопольного регулирования.

И. В. Князева при описании процедуры достижения указанной задачи отметила, что необходимо рассматривать путь достижения цели через призму наличия/отсутствия на рынке признаков нарушения антимонопольного законодательства конкретным хозяйствующим субъектом. В случае, если такие признаки обнаружены, необходимо исследовать период присутствия данного хозяйствующего субъекта на рынке как агента транзакции, то есть участника сделки по передаче права собственности на товар. Если исследование рынка осуществляется с целью изучения состояния конкуренции и наличия признаков доминирующего положения конкретного

субъекта на нем, необходимо определить такой период исследования, в пределах которого проявляются тенденции динамики/статичности структуры рынка [5, с. 17].

Определение рынка

Определение рынка включает в себя процедуры по выявлению продуктовых и географических границ рынка.

В качестве географических границ товарного рынка определяются границы такой территории, за пределами которой у потребителя либо нет возможности приобрести товар, либо возможность имеется, но отсутствует экономическая целесообразность такого приобретения.

Под продуктовыми границами товарного рынка понимается товар, который потребители не готовы заменить иным товаром, или группа товаров, которые потребители оценивают как взаимозаменяемые. Такой подход был выработан Департаментом юстиции США в 1982 г. и впоследствии перенят Европейской комиссией [7].

Экономические характеристики рынка, полученные в результате проведения аналитических исследований по выявлению продуктовых и географических границ рынка, складываются в единое аналитическое описание рынка как экономико-правовой категории и дают представление о релевантном рынке [5, с. 18], то есть такой экономической сфере, в пределах которой конкретный хозяйствующий субъект формирует модель поведения. Определение рынка как инструмент выявления и определения границ, в которых имеет место конкуренция, было сформулировано Джоном Финглтоном, который полагал, что определение рынка позволяет выявить различные типы поведения компаний и структурные изменения в предложении товаров [10].

Основное, что необходимо для понимания определения границ рынка, — это зависимость от цели, во имя которой это делается [4].

Приказом № 220 предусмотрено определение релевантного рынка не во всех алгоритмах исследований, что обусловлено стремлением упростить процедуру оценки состояния конкуренции на рынке в случаях, когда для доказывания правонарушения такое доказательство не требуется. Такая позиция основана на ч. 5.1. ст. 45 Закона о защите конкуренции, согласно которой антимонопольный орган обязан дать оценку состояния конкуренции на рынке настолько содержательно, насколько это требуется для доказывания наличия/отсутствия нарушения антимонопольного законодательства при принятии решения по делу.

Между тем антимонопольный орган не лишен права подойти расширительно к применению требований Приказа № 220 и определить релевантный рынок в том случае, когда указанный правовой акт этого не требует.

В соответствии с требованиями Приказа № 220, процедура определения релевантного рынка должна быть осуществлена при постановке одной из следующих целей исследования:

- 1) установление доминирующего положения хозяйствующего субъекта (в том числе субъекта естественной монополии) при решении вопроса о выдаче предупреждения и/или возбуждении дела;

- 2) установление влияния на конкуренцию сделок по слияниям, присоединениям экономических субъектов, приобретению имущества и иным действиям, вызывающим изменение конъюнктуры рынка;
- 3) выявление последствий для рынка от антиконкурентного поведения со стороны органов власти и местного самоуправления;
- 4) выявление последствий для рынка от антиконкурентных соглашений, координации экономической деятельности за исключением квалификаций, связанных с повышением, снижением, поддержанием цен на торгах;
- 5) установление конкурентных отношений между экономическими субъектами при решении вопроса о выдаче предупреждения либо о возбуждении дела по признакам недобросовестной конкуренции на рынке.

В зависимости от цели определения релевантного рынка применяются различные методологические подходы к определению продуктовых и географических границ рынка, которые можно классифицировать на общий и специальные. Изначально механизм оценки состояния конкуренции на рынке, применяемый антимонопольными органами, предусматривал подход к определению рынка с целью получения информации о монопольном положении хозяйствующего субъекта при решении вопроса о возбуждении дела по факту злоупотребления таким положением на рынке, а также для принятия решений по согласованию сделок по слиянию и присоединению бизнеса. В дальнейшем практика антимонопольного регулирования стала усложняться, и назрела необходимость проводить анализ состояния конкуренции при установлении признаков нарушения иных квалификаций, предусмотренных Законом о защите конкуренции. В Приказ № 220 неоднократно вносились изменения в части специальных требований к оценке состояния конкуренции в зависимости от целей исследования, которые по своему содержанию являются упрощенными.

Определив временной интервал исследования, антимонопольный орган устанавливает источники информации для определения релевантного рынка. Приказ № 220 содержит открытые перечни таких источников, что определяет свободу выбора исследователя в зависимости от цели исследования и доступности достоверной информации. Наиболее распространенные источники информации для определения товарного рынка приведены в таблице 1.

Общий порядок определения географических границ рынка представлен на рис. 1. Приказом № 220 предусмотрено, что основным методом, применяемым на данном этапе и являющимся базисом для окончательных выводов, служит тест гипотетического монополиста. Применение иного метода должно быть обосновано в аналитическом отчете (обзоре).

Специальные требования к определению географических границ рынка приведены в таблице 2. В таком случае общий порядок не применяется. Методологические подходы к определению границ сформулированы исходя из специфики исследования и призваны наиболее точно и полно сформировать доказательство наличия признаков нарушения антимонопольного законодательства.

Таблица 1

Процедуры определения границ товарного рынка

Table 1

The procedures for defining the boundaries of the commodity market

Процедуры	Источники	Границы рынка
1. Предварительное определение рынка	<ul style="list-style-type: none"> — правовые акты; — стандарты; — справочники; — классификаторы; — соглашения 	<ul style="list-style-type: none"> — территория возможного обращения товара; — структура товарных потоков
2. Выявление территории, на которой имеется возможность приобретения товара	<ul style="list-style-type: none"> — требования к товару и его транспортировке; — особенности спроса на товар (сезонные, региональные и пр.); — территориальные особенности обращения товара 	<ul style="list-style-type: none"> — территория, за пределами которой приобретение товара экономически, технологически нецелесообразно
3. Определение территории, в пределах которой обращается товар	<ul style="list-style-type: none"> — тест гипотетического монополиста; — фактическое местоположение приобретателей 	<ul style="list-style-type: none"> — российская Федерация; — субъекты (субъект) РФ; — административные границы муниципального образования; — локальные территории

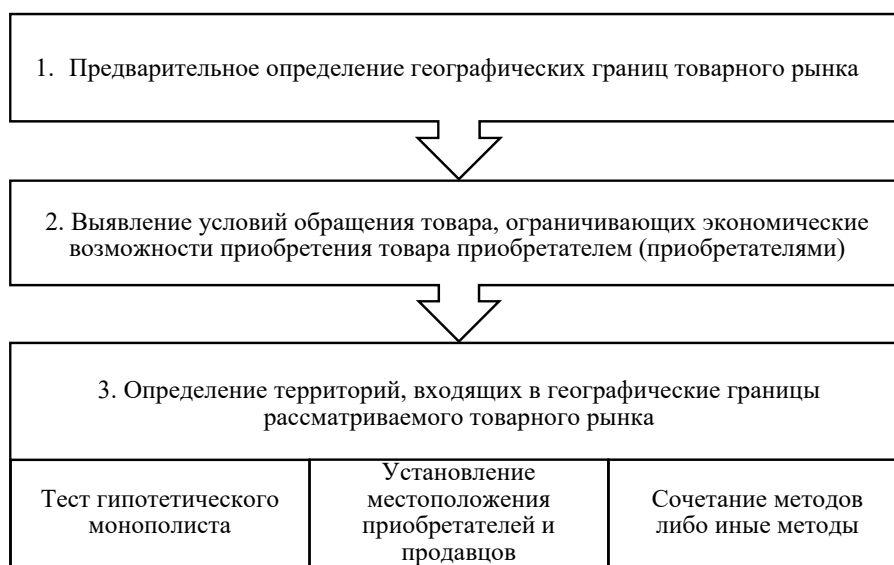


Рис. 1. Схема определения географических границ рынка

Fig. 1. Plan of defining geographical borders of the market

Общий порядок определения продуктовых границ рынка представлен на рис. 2. Как и в случае с определением географических границ товарного рынка, на данном этапе тест гипотетического монополиста определен основным. Выбор иного метода исследования должен быть обоснован в аналитическом отчете (обзоре).

Специальные требования к определению продуктовых границ товарного рынка приведены в таблице 3.

Как следует из рис. 1 и 2, тест гипотетического монополиста, признанный в мировой практике как важнейший инструмент определения релевантного рынка, используется одновременно при определении географических и продуктовых границ рынка.

Таблица 2

Специальные требования к определению географических границ товарного рынка в зависимости от целей исследования

Table 2

Specific requirements for defining geographical borders of the goods market depending on the aims of the research

Цели исследования	Критерии
Установление доминирующего положения субъекта естественной монополии при решении вопроса о выдаче предупреждения либо о возбуждении дела по факту монополистической деятельности	<ul style="list-style-type: none"> — административно-территориальная особенность; — территория деятельности хозяйствующего субъекта; — технологические особенности
Решение вопроса о возбуждении дела по признакам заключения, исполнения антиконкурентного соглашения органом власти, органом местного самоуправления	<ul style="list-style-type: none"> — предмет соглашения, в отношении которого проводится антимонопольное расследование; — границы территории, на которой осуществляют полномочия и действуют участники соглашения, границы территорий, на которых рассматриваемое соглашение оказало или могло оказать негативное влияние на состояние конкуренции
Решение вопроса о выдаче предупреждения по признакам антиконкурентных действий органов власти, органов местного самоуправления	<ul style="list-style-type: none"> — границы территории, подведомственной органу власти, органу местного самоуправления; — границы территорий, на которых рассматриваемое действие органов власти, органов местного самоуправления оказало или могло оказать негативное влияние на состояние конкуренции; — границы территорий, на которых обращается товар

Механизм применения теста гипотетического монополиста для определения релевантного товарного рынка представлен на рис. 3.

Процедуры «теста гипотетического монополиста» выполняются до тех пор, пока не выявится такая группа товаров, для которой предполагаемый монополист сможет выгодно для себя незначительно и устойчиво повысить цены [9].

Расчет объема рынка и долей участников рынка

Данный этап предусмотрен в алгоритмах оценки состояния конкуренции на рынке при наличии одной из следующих целей антимонопольного регулирования:

- 1) установление доминирующего положения хозяйствующего субъекта при решении вопроса о выдаче предупреждения и/или возбуждении дела по факту монополистической деятельности;
- 2) принятие решений о согласовании/несогласовании сделок по слиянию, присоединению, приобретению имущества на рынке;
- 3) решение вопроса о возбуждении дела по признакам «вертикальных» антиконкурентных соглашений, координации экономической деятельности за исключением квалификаций, связанных с повышением, снижением, поддержанием цен на торгах, если такое правонарушение приводит или может привести к установлению цены перепродажи товара, либо если установлено обязательство покупателя не продавать товар хозяйствующего субъекта, который является конкурентом продавца;
- 4) решение вопроса о выдаче предупреждения либо о возбуждении дела по признакам недобросовестной конкуренции.

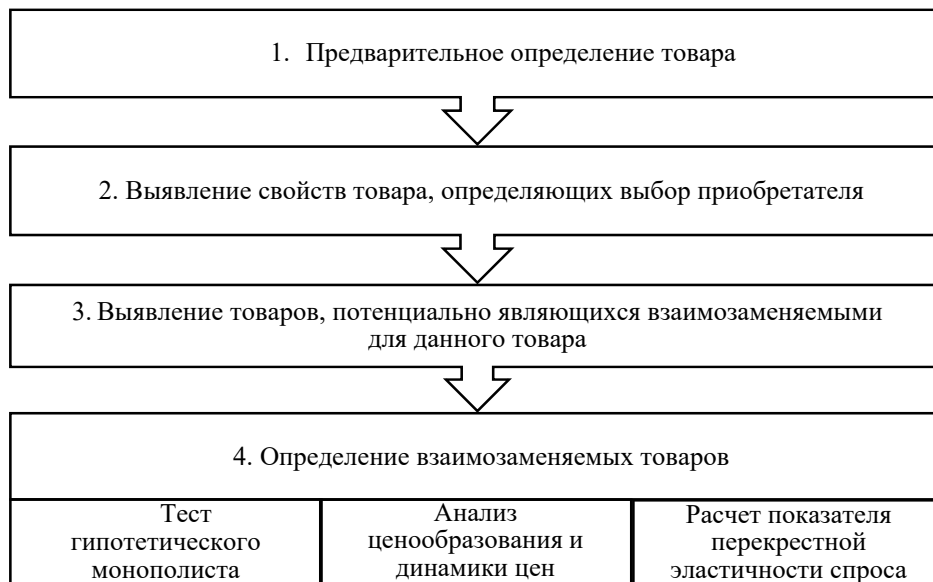


Рис. 2. Схема определения продуктовых границ рынка [8, с. 103]

Fig. 2. The plan of defining provision borders of the market [8, p. 103]

Объем рынка определяется как объем продаж (поставок). Указанный показатель является основным. Между тем Приказ № 220 позволяет использовать иные показатели при наличии отраслевых особенностей обращения товара, в том числе: объем выручки, объем производства, объем запасов ресурсов.

Таблица 3

Специальные требования определения продуктовых границ товарного рынка в зависимости от цели исследования

Table 3

The requirements for defining product borders of the goods market depending on the aims of the research

Цели исследования	Специальные требования
Установление доминирующего положения субъекта естественной монополии при решении вопроса о выдаче предупреждения либо о возбуждении дела по факту монополистической деятельности	Продуктовые границы определяются исходя из сфер деятельности субъектов естественных монополий, указанных в Законе о естественных монополиях (п. 1 ст. 4)
Решение вопроса о возбуждении дела по признакам заключения, исполнения антиконкурентного соглашения органом власти, органом местного самоуправления	Продуктовые границы определяются с учетом предмета соглашения, в отношении которого проводится антимонопольное расследование
Решение вопроса о возбуждении дела по признакам антиконкурентных соглашений, координации экономической деятельности за исключением квалификаций, связанных с повышением, снижением, поддержанием цен на торгах	Продуктовые границы определяются исходя из предмета соглашения хозяйствующих субъектов, в отношении которого проводится антимонопольное расследование
Решение вопроса о возбуждении дела по признакам «вертикальных» антиконкурентных соглашений, координации экономической деятельности за исключением квалификаций, связанных с повышением, снижением, поддержанием цен на торгах, если такое правонарушение приводит или может привести к установлению цены перепродажи товара, либо если установлено обязательство покупателя не продавать товар хозяйствующего субъекта, который является конкурентом продавца	В случае заключения соглашения в отношении невзаимозаменяемых товаров продуктовые границы определяются обособленно в отношении каждого товара. В таком случае определяется несколько товарных рынков
Решение вопроса о выдаче предупреждения либо о возбуждении дела по признакам недобросовестной конкуренции	Продуктовые границы могут определяться исходя из предмета предлагаемой либо осуществленной сделки

Расчет показателей рыночной концентрации

Приказом № 220 предусмотрены две цели антимонопольного регулирования, для достижения которых в том числе необходимо определить уровень рыночной концентрации:

- 1) установление доминирующего положения хозяйствующего субъекта при решении вопроса о выдаче предупреждения и/или возбуждении дела по факту монополистической деятельности;
- 2) принятие решений о согласовании/несогласовании сделок по слиянию, присоединению, приобретению имущества на рынке.

Уровень рыночной концентрации определяется путем расчета следующих показателей:

- 1) коэффициента рыночной концентрации (CR) — суммы выраженных в процентах долей на рынке определенного числа крупнейших участников рынка;
- 2) индекса рыночной концентрации Герфиндаля — Гиршмана (НИИ) — суммы выраженных в процентах квадратов долей на рынке всех участников рынка.

На основании приведенных выше показателей формулируются выводы о типе рынка. Уровни концентрации товарного рынка исходя из значений показателей рыночной концентрации представлены в таблице 4.

Приведенный перечень является открытым и предусматривает возможность расчета иных показателей рыночной концентрации, в том числе:

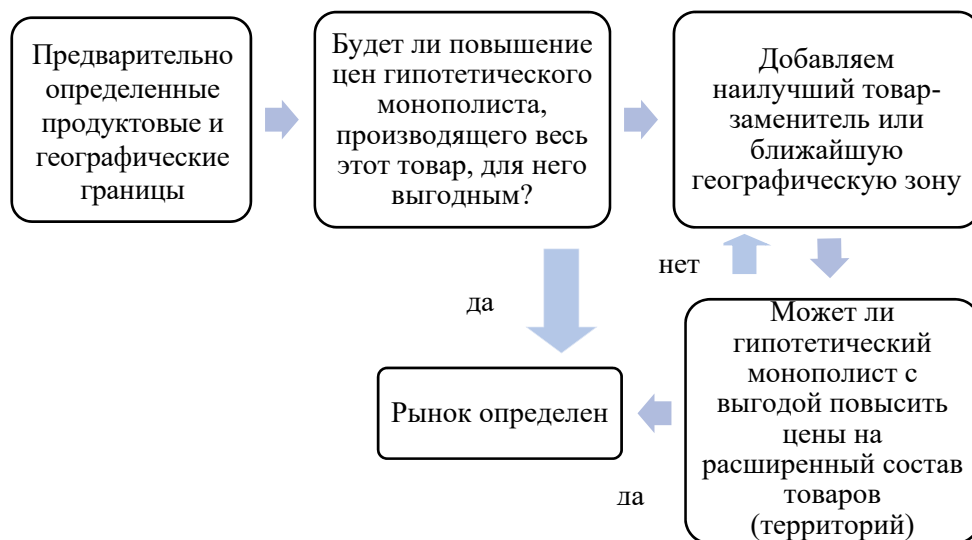


Рис. 3. Алгоритм применения теста гипотетического монополиста для определения продуктовых и географических границ рынка

Fig. 3. The procedure of applying hypothetical monopolist test for defining provision and geographical borders of the market

Таблица 4

Уровни концентрации товарного рынка исходя из значений показателей рыночной концентрации

Table 4

The concentration levels of the cargo market on the grounds of indicator values of market concentration

Уровни концентрации товарного рынка	Значения CR-3 и ННН	Значения CR-4 и ННН
Высокий	При $70\% < CR-3 < 100\%$ $2\,000 < ННН < 10\,000$	При $80\% < CR-4 < 100\%$ $1\,800 < ННН < 10\,000$
Умеренный	При $45\% < CR-3 < 70\%$ $1\,000 < ННН < 2\,000$	При $45\% < CR-4 < 80\%$ $1\,000 < ННН < 1\,800$
Низкий	При $CR-3 < 45\%$ $ННН < 1\,000$	При $CR-4 < 45\%$ $ННН < 1\,000$

- индекс Линда, представляющий собою соотношение долей наиболее крупных участников рынка и средней доли на рынке;
- коэффициент Холла — Тайдмана, сопоставляющий ранги хозяйствующих субъектов на рынке и их доли [2].

Приказом № 220 не определено, как выводы о типе рынка должны повлиять на регуляторное решение антимонопольного органа. Между тем в практике зарубежных стран данные показатели используются активно, и в первую очередь с целью контроля слияний. Показатели рыночной концентрации обязательны для мониторинга состояния рынков в США, Англии, Канаде, странах Евросоюза.

Американские Принципы горизонтального слияния (Horizontal Merger Guidelines), которыми также установлена процедура оценки рыночной концентрации, определяют алгоритмы действий антимонопольного органа в зависимости от полученных результатов. Так, в случае, если $\Delta ННН = 200$ и более, на высококонцентрированных рынках презюмируется рост рыночной власти, а среднеконцентрированные рынки подвергаются дополнительным аналитическим исследованиям [6, с. 123].

Заключение

Антимонопольные органы обладают специфическим набором методологических подходов к экономическому анализу при оценке состояния конкуренции на рынке, который основан на применении правовых актов и должен учитывать регуляторную цель государственной конкурентной политики. Исследования проводятся с учетом практики зарубежных стран, поскольку процедуры экономического анализа во многом заимствованы у ОЭСР и США. Между тем антимонопольные органы в процессе принятия регуляторного решения должны выбирать такие методологические подходы, которые позволят сформировать доказательственную базу, обладающую признаками полноты, достоверности и относимости. Особенности российского законодательства определяют особенности методологических подходов российских антимонопольных органов к экономическому анализу. Приказ № 220 предоставляет антимонопольным ор-

ганам высокую степень свободы в выборе подходов к экономическому анализу, что обусловлено как большим количеством рынков на территории страны, так и большой вариативностью нарушений антимонопольного законодательства.

Между тем такая свобода порождает большое количество ошибок со стороны антимонопольных органов при принятии регуляторных решений и создает неопределенность для подконтрольных субъектов предпринимательства, которые должны понимать, каким образом их деятельность оценивается контрольно-надзорным органом.

Необходимость совершенствования методологических подходов к экономическому анализу в деятельности антимонопольных органов назрела в связи с переходом товарных рынков в «цифровой» формат. Существующий порядок оценки состояния конкуренции на товарных рынках особенности такого формата не учитывает. Всё изложенное свидетельствует о необходимости совершенствования методологических подходов к экономическому анализу в деятельности антимонопольных органов как важного фактора повышения эффективности государственной конкурентной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алёшин Д. А. Экономический анализ в практике зарубежного антимонопольного регулирования / Д. А. Алёшин, И. В. Князева, А. Г. Сушкевич. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. 246 с.
2. Анализ состояния конкуренции и определение границ товарного рынка: монография / А. Т. Айтжанов, И. В. Князева; Центр развития и защиты конкурентной политики. Астана, 2016. 132 с.
3. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху / А. Ю. Цариковский, Н. Ф. Галимханова, А. П. Тенишев и др. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. 311 с.
4. Караганчу А. Конкурентная политика в предотвращении ограничительной деловой практики и антиконкурентной государственной помощи: опыт и практика Европейского союза / А. Караганчу, И. В. Князева. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. 226 с.
5. Князева И. В. Методологические аспекты определения релевантного рынка услуг, оказываемых автовокзалами, для целей антимонопольного правоприменения / И. В. Князева // Конкурентное право. 2017. № 4. С. 16-20.
6. Конкурентное право России: учебник / Д. А. Алешин, И. Ю. Артемьев, Е. Ю. Борзило и др.; отв. ред. И. Ю. Артемьев, А. Г. Сушкевич. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 391 с.
7. Теория и практика становления конкурентного законодательства (на материалах Республики Молдова) / А. Караганчу, В. Кэраре [и др]. М.: Юстициформ, 2012. 264 с.
8. Экономический анализ в применении норм антимонопольного законодательства / А. Е. Шаститко, А. А. Курдин и др. М.: МАКС Пресс, 2014. 216 с.
9. Horizontal Merger Guidelines / Department of Justice & Federal Trade Commission, reprinted in 4 Trade. Reg. Rep. 13,104, at § 1.11 (1992).
10. Market definition and State aid control. Chapter 4 // State Aid and the Single Market / R. Meiklejohn (ed.), J. Fingleton, F. Ruane, V. Ryan // European Economy. 1999. Reports and Studies No 3 [Brussels: European Commission].

Irina V. GAGARINA¹

UDC 338.22.021.4

**METHODOLOGICAL APPROACHES
TO ECONOMIC ANALYSIS IN ASSESSING
THE COMPETITIVE SITUATION AT THE MARKET,
APPLIED BY THE COMPETITION AUTHORITIES
IMPLEMENTING STATE COMPETITION POLICY**

¹ Director, Department of State Regulation of Prices
and Tariffs of the Kurgan Region (Kurgan)
irina.gagarina@icloud.com

Abstract

Competitive situation assessment is typically the first essential stage of making regulatory act by competition authorities. Consequently, efficiency and effectiveness of competition authorities' activity hinges on quality of carrying out analytical research.

Analysis of competition situation as a stage of antimonopoly regulation is different from marketing research, as its aim is to answer the questions which must be solved on the level of enabling legislation. The procedure of research and methodological approaches to economic analysis are regulated and defined by the aims of law enforcement, and by specific character of sectoral market functioning. However, antimonopoly authority does not have a right to deviate from imposed requirements, otherwise regulatory act based on the results of competitive situation assessment can be invalidated. Nowadays, issues of applying methodological approaches to competitive situation assessment at the market as well as quality improvement of economy analysis and transparency of such work for society are on the front burner.

The current article follows the paper "Means of competitive situation at the market assessment, applied by antimonopoly authority in the course of state competition policy" and

Citation: Gagarina I. V. 2019. "Methodological approaches to economic analysis in assessing the competitive situation at the market, applied by the competition authorities implementing state competition policy". Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 5, no 3 (19), pp. 204-217.

DOI: 10.21684/2411-7897-2019-5-3-204-217

it includes the characteristics of the stages of research, general and specific requirements of their applying, generalization of views concerning methodological approaches to economic analysis under every stage. Means of competitive situation at the market assessment has been represented in such arrangement for the first time. Provided research results can be used for scientific, practical, and educational purpose under such disciplines as “Competition Law” and “Competition Policy”.

Keywords

State competition policy, market research, stages of the research, antimonopoly regulation, methodological approaches, competition authorities.

DOI: 10.21684/2411-7897-2019-5-3-204-217

REFERENCES

1. Aleshin D. A., Knyazeva I. V., Sushkevich A. G. 2016. Economic Analysis as a Matter of Actual Practice of the Foreign Antimonopoly Regulation. Novosibirsk: NGTU. [In Russian]
2. Aitzhanov A. T., Knyazeva I. V. 2016. The Analysis of Competitive Condition and Defining Borders of the Goods Market. Astana: Tsentrazvitiya i zashchity konkurentnoy politiki. [In Russian]
3. Carikovskiy A. Yu., Galihmanova N. F., Tenishev A. P. 2018. Antimonopoly Regulation in the Digital Era. Moscow: Higher School of Economics. [In Russian]
4. Karaganchu A., Knyazeva I. V., 2017. Competition Policy in Preventing of Restrictive Business Practice and of Anticompetitive National Assistance: Best Practices of the European Union. Novosibirsk: NGTU. [In Russian]
5. Knyazeva I. V. 2017. “Methodological aspects of relevant service market definition, rendered by bus stations for the purposes of antimonopoly regulation”. *Konkurentnoe pravo*, no 4, pp. 16-20 [In Russian]
6. Aleshin D. A., Artemev I. Yu., Borzilo E. Yu. 2012. Competition Law in Russia. Edited by I. Yu. Artemev and A. G. Sushkevich. Moscow: Higher School of Economics. [In Russian]
7. Karaganchu A., Kerare V. 2012. Theory and Practice of Competition Law Establishing (The Case Study of Republic of Moldova). Moscow: Yusticinform [In Russian]
8. Shastitko A. E., Kurdin A. A., Pavlova 2014. Economic Analysis in Applying of the Norms of the Antimonopoly Law. Moscow: Maxpress. [In Russian]
9. US Department of Justice and Federal Trade Commission. 1992. Horizontal Merger Guidelines. Reprinted in 4 Trade. Reg. Rep. 13,104, § 1.11.
10. Fingleton J., Ruane F., Ryan V. 1999. “Market definition and State aid control. Chapter 4”. In: Meiklejohn R (ed.). “State Aid and the Single Market”. European Economy. Reports and Studies no 3. Brussels: European Commission.