



Определение справедливых рыночных цен: комментарий на методологию ФАС России

21 января 2013 г.

Содержание

1.	Введение.....	3
2.	Основные положения новой методологии ФАС России	4
2.1.	Экспортно-ориентированный рынок.....	5
2.2.	Импорто-ориентированный рынок.....	7
2.3.	Сбалансированный рынок.....	8
3.	Общие замечания к методологии определения цен	9
3.1.	Несоответствие политике, которую проводят ведущие антимонопольные органы	10
3.2.	Неоправданное расширение регуляторной функции антимонопольных органов	13
4.	Комментарий экономической составляющей методологии ФАС России	15
4.1.	Субъективная интерпретация ключевых элементов анализа	15
4.2.	Искажение рыночных сигналов для компаний-экспортеров	17
4.3.	Необоснованно узкая область применения для компаний-импортеров	20
4.4.	Значительные практические сложности связанные с определением «справедливых» цен на сопоставимых рынках.....	20
5.	Заключение	22
	Приложение: О компании RBB Economics	23

1. Введение

В октябре 2012 г. Федеральная антимонопольная служба (далее – ФАС России) обнародовала свои наработки в части механизма определения «справедливых» рыночных цен (далее – Метод ФАС). Данный материал был центральной частью доклада руководителя ФАС России, И.Ю. Артемьева на IV ежегодной конференции «Антимонопольное регулирование в России».¹

Метод ФАС ставит своей задачей исчисление цен, которые возникали бы в условиях экономического равновесия на конкурентных рынках. Предположительно ФАС России исходит из того, что именно такие цены не ущемляли бы интересы потребителей. Одной из потенциальных областей применения предлагаемой методологии была бы оценка того, насколько компании злоупотребляют рыночной властью, завышая цены по сравнению со своим «справедливым» уровнем. Российский антимонопольный орган считает, что вышеозначенный подход соответствует использованию лучших практик рыночного ценообразования.

Важно подчеркнуть, что свою новую методологию ФАС России пытается обосновать с экономической точки зрения. Это желание вполне соответствует стандартам, принятым в странах Европы и США, где антимонопольное регулирование во многом базируется на принципах экономической теории. Однако по этой же самой причине комментировать Метод ФАС также необходимо и с экономической точки зрения.

Именно эту цель и преследует данный документ, подготовленный экспертами RBB Economics – ведущей международной консалтинговой компании, специализирующейся на проведении экономического анализа для целей антимонопольного регулирования. Сотрудники RBB Economics принимали участие в крупнейших расследованиях, проводимых конкурентными ведомствами Европы, России и многих других стран. Среди российских клиентов RBB Economics есть такие компании как «Вымпелком», «Группа ГАЗ», «Джонсон & Джонсон», «Евраз», «Инмарко», «Уралкалий» многие другие. Более детальная информация об RBB Economics содержится в Приложении.

Наш экономический комментарий построен следующим образом:

- Раздел 2 приводит основные положения Метода ФАС и поясняет экономическую логику, на которой базируются её выводы.
- Раздел 3 содержит общие комментарии и замечания к Методу ФАС в свете мирового опыта антимонопольного регулирования.
- Раздел 4 детально обсуждает определенные экономические аспекты Метода ФАС, их недостатки и сложности, связанные с применением на практике.
- Раздел 5 обобщает выводы.

¹ Документ находится в открытом доступе на официальном веб-сайте ФАС России, см. http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30807.html.

2. Основные положения новой методологии ФАС России

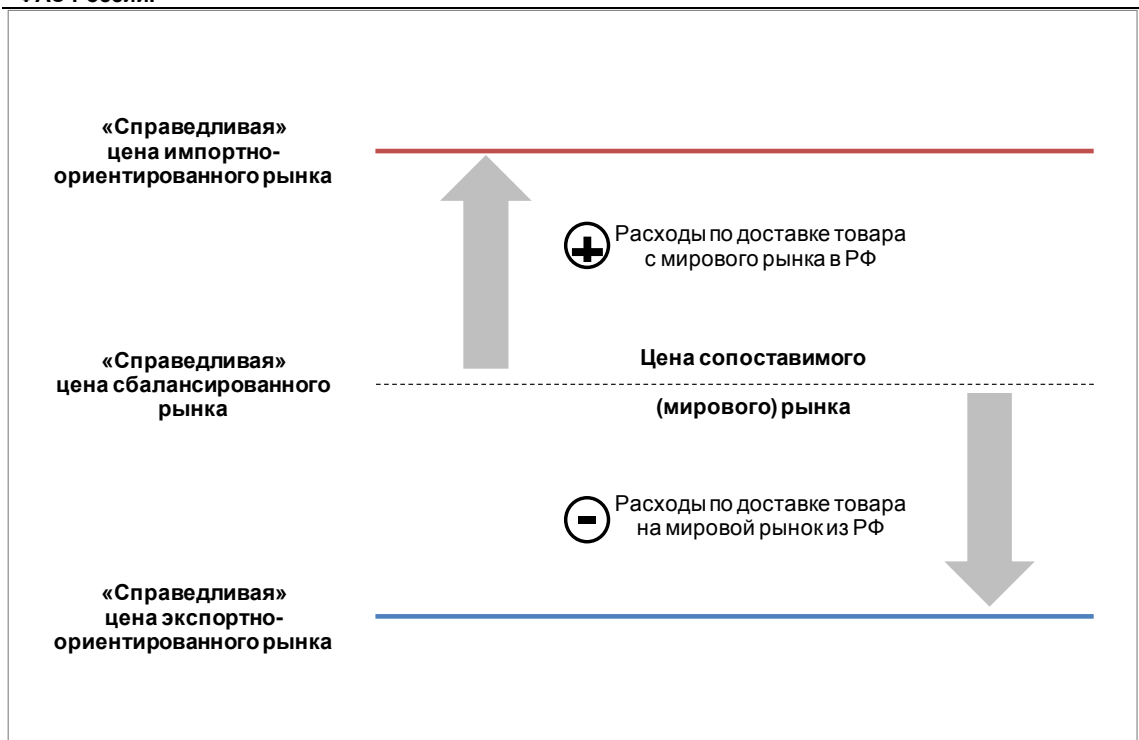
Российский антимонопольный орган предполагает использование различных способов определения «справедливой» цены, в зависимости от типа исследуемого рынка. В частности, рассматриваются три возможных типа российских рынков:

- Экспортно-ориентированный рынок.
- Импортно-ориентированный рынок.
- Сбалансированный рынок.

По мнению ФАС России, на всех трех типах рынков «справедливые» цены определенным образом соотносятся со средней ценой на некоем сопоставимом (например, мировом) рынке, с учетом соответствующих транспортных и иных расходов. Схематично, механизм определения справедливых цен показан на Диаграмме 1 ниже. Черная пунктирная линия отражает цену сопоставимого рынка. Красной и синей линиями условно показаны, соответственно, цены импортно и экспортно-ориентированного российских рынков.

Из данного сравнения следует важный вывод: при прочих равных условиях, справедливые цены на экспортно-ориентированном рынке всегда ниже, чем на импортно-ориентированном рынке. Цены на сбалансированном российском рынке находятся между этими двумя крайними значениями и должны примерно соответствовать ценам сопоставимых рынков. Более детально Метод ФАС обсуждается в разделах 2.1-2.3.

Диаграмма 1: Схематичное изображение «справедливых» цен для российских рынков по методологии ФАС России.



2.1. Экспортно-ориентированный рынок

Исходной предпосылкой ФАС России для данного случая служат два предположения. Во-первых, в территориальных границах РФ действует небольшое количество поставщиков, общее положение которых может попадать под состояние коллективного доминирования. Во-вторых, емкость внутреннего рынка значительно меньше совокупного объема производимого товара. Как результат, доля экспорта в совокупном объеме реализации – существенна.

Для таких экспортно-ориентированных рынков Метод ФАС предусматривает два способа расчета «справедливых» цен:

- Метод обратного расчета или «нетбэк минус», который берет за основу некий индекс мировых цен и определенным образом корректирует его на величину транспортных и логистических затрат.
- Метод экспортной альтернативы или «средневзвешенных цен», который основан на фактических экспортных ценах российских производителей.

Оба метода являются вариацией одной и той же логики. По мнению антимонопольного органа, «справедливая» цена в РФ не должна превышать уровень цены, по которому российские экспортеры могут поставлять (или уже поставляют) свой товар на мировой рынок.

Как обсуждается в разделе 4.2 ниже, это предположение базируется на экономической концепции «альтернативных» издержек и в определенных случаях может быть правомерно. Однако данный подход не принимает во внимание множество факторов, которые на практике существенно исказили бы результаты анализа. По нашему мнению, «механическое» применение этих методов способно породить неожиданные негативные эффекты, от которых могут пострадать конечные потребители, чьи интересы ФАС России как раз и должна защищать.

Более детально оба метода для экспортно-ориентированных рынков рассматриваются в разделах 2.1.1 и 2.1.2.

2.1.1. Метод обратного расчета или «нетбэк минус»

Метод обратного расчета рекомендуется применять, когда количество пунктов отгрузки товара, а также и количество направлений экспортных поставок относительно невелико. Данный способ предполагает, что «справедливая» цена для российских потребителей может быть определена с помощью цены на тот же товар на сопоставимом (например, мировом) рынке с развитой конкурентной средой, при наличии независимых биржевых индикаторов цен для такого рынка.

После определения «базовой» цены, из неё необходимо вычесть все издержки, связанные с доставкой товара из РФ на мировой рынок (т.е. усредненный уровень транспортных и логистических затрат, таможенные пошлины и проч.). В случае если

имеют место различия в качестве между товарами, обращающимися на территории РФ и на мировом рынке, необходимо применять поправочный коэффициент к мировой цене.

В результате, «справедливая» цена, C , рассчитывается по следующей формуле:

$$C = I \cdot k - L - П, \text{ где}$$

I – рыночный индикатор в зоне активного потребления товара на мировом рынке;

k – поправочный коэффициент, отражающий различия в качестве;

L – средняя величина фактических логистических расходов;

$П$ – экспортная таможенная пошлина на товар.

Резюмируя вышесказанное, метод обратного отсчета подразумевает, что «справедливая» цена для российских потребителей – это цена поставки экспортерами на некий единый мировой рынок по мировой цене, но за вычетом соответствующих логистических и таможенных расходов.

2.1.2. Метод экспортной альтернативы или «средневзвешенных цен»

Метод экспортной альтернативы рекомендуется применять, когда поставка товаров на экспорт осуществляется из множества различных пунктов, в разных направлениях, которые могут меняться с течением времени. В таких случаях предполагается, что «справедливая» цена для российских потребителей, определяется как средняя цена по всем поставкам на экспорт. При этом, учитывая, что экспортные цены и объемы поставок по разным направлениям могут значительно отличаться между собой, Метод ФАС предполагает использование средневзвешенных цен.

В результате, «справедливая» цена, C , рассчитывается по следующей формуле:

$$C = \frac{p_1 \cdot q_1 + p_2 \cdot q_2 + \dots + p_n \cdot q_n}{q_1 + q_2 + \dots + q_n}, \text{ где}$$

q_1, q_2, \dots, q_n – объемы поставок по направлениям $1, 2, \dots, n$;

p_1, p_2, \dots, p_n – средние цены поставок по этим же направлениям.

В качестве примера, представим, что некая компания экспортирует свой товар по цене 100 у.д.е. в страну A и по цене 50 у.д.е. в страну B . Допустим, что 20% физического объема экспорта приходится на A и остальные 80% на B . Тогда средневзвешенная цена по формуле выше составит 60 у.д.е. ($= 20\% \cdot 100 + 80\% \cdot 50$). Простое среднее между экспортными ценами, естественно, 75 у.д.е. Однако поскольку поставки по дешевому направлению B составляют большинство экспортных отгрузок (80%), средневзвешенная цена гораздо ближе к экспортной цене для рынка B , чем к экспортной цене для A .

Таким образом, метод экспортной альтернативы подразумевает, что «справедливая» цена не может превышать средневзвешенных цен, по которым российские экспортеры в реальности поставляют свой товар на экспорт. Фактически это означает, что российские

потребители должны быть поставлены в условия не хуже, чем средне-статистический покупатель продукции российских производителей на мировом рынке.

Как видно из приведенной выше формулы «справедливой» цены, в отличие от способа «нетбэк минус», рассмотренного в предыдущем разделе 2.1.1, метод экспортной альтернативы не зависит от наличия каких-либо биржевых индикаторов или индексов мировых цен. Для применения этого метода достаточно знать всего лишь фактические цены и объемы продаж исследуемого хозяйствующего субъекта.

2.2. Импортно-ориентированный рынок

Данный подход ФАС России предлагает применять, когда в совокупности удовлетворяются два следующих условия. Во-первых, внутренний спрос в РФ превышает внутреннее предложение; другими словами, если значительная часть спроса (20-30% и более) удовлетворяется с помощью импорта. Во-вторых, величина транспортных расходов является несущественной по сравнению с себестоимостью производства товара.

В таких случаях исчисление «справедливой» цены, которую российские производители могут устанавливать для внутреннего рынка, основано на логике «нетбэк плюс». По аналогии с методом «нетбэк минус» для экспортно-ориентированного рынка (см. раздел 2.1.1 выше) за базис необходимо взять цену на исследуемый товар на мировом рынке с развитой конкурентной средой или соответствующий биржевой индикатор.

После определения «базовой» цены, к последней необходимо добавить все издержки, связанные с доставкой товара в РФ (т.е. усредненный уровень транспортных и логистических затрат, таможенные пошлины и проч.). В случае если имеют место различия в качестве между товарами, обращающимися на территории РФ и на мировом рынке, необходимо применять поправочный коэффициент к мировой цене.

В результате, «справедливая» цена, C , рассчитывается по следующей формуле:

$$C = I \cdot k + L + П, \text{ где}$$

I – рыночный индикатор в зоне активного потребления товара на мировом рынке;

k – поправочный коэффициент, отражающий различия в качестве;

L – средняя величина фактических логистических расходов;

$П$ – импортная (ввозная) таможенная пошлина на товар.

Таким образом, единственное различие между методом «нетбэк минус», который предлагается для экспортно-ориентированных рынков, и «нетбэк плюс», использование которого адвокатируется для импортно-ориентированных рынков, кроется в отношении, транспортных, логистических и таможенных расходов. В первом случае все эти расходы необходимо отнимать, а во втором случае прибавлять к базовой (или мировой) цене на исследуемый товар.

Как обсуждалось в разделе 2.1 выше, «справедливая» для товара, поставляемого на экспорт, зависит от того, на каких условиях российские экспортеры могут отправлять товар на мировой рынок. В случае же импортно-ориентированного рынка, Метод ФАС предполагает, что «справедливой» является та цена, по которой данный товар в принципе может быть доставлен (импортирован) с мирового рынка в РФ.

2.3. Сбалансированный рынок

Если объёмы импорта и экспорта незначительны, такой рынок можно считать сбалансированным. В этом случае Метод ФАС предлагает использовать как индикатор «справедливой» цены уровень цен на сопоставимых конкурентных рынках без какой-либо коррекции на логистические затраты. Другими словами, предполагается, что обоснованные цены в РФ должны соответствовать мировым ценам на выбранных рынках.

В результате, «справедливая» цена, C , рассчитывается по следующей формуле:

$C = I$, где

I – рыночный индикатор в зоне активного потребления товара на мировом рынке.

Важно отметить, что в предложенной выше формуле отсутствует поправочный коэффициент k , который использовался для методов «нетбэк минус» и «нетбэк плюс», см. разделы 2.1.1 и 2.2 выше.

Обобщая вышесказанное, для сбалансированных рынков ФАС России считает, что цена товара, доставленного до предприятий российских потребителей, не должна превышать цену товара, доставленного до потребителя на сопоставимом рынке с развитой конкурентной средой.

3. Общие замечания к методологии определения цен

Опубликовав свои наработки в части определения «справедливых» рыночных цен, ФАС России посылает ясный сигнал российским компаниям. Действия последних могут рассматриваться как нарушение антимонопольного законодательства, если их ценовые практики значимо отличаются от Метода ФАС. Такая ситуация может иметь двоякий эффект.

- С одной стороны, внесение ясности и прозрачности в подход, который планирует использовать российский антимонопольный орган, можно приветствовать. Повышение юридической предсказуемости, безусловно, будет способствовать бизнес-планированию компаний и общему улучшению инвестиционного климата. С этой точки зрения действия ФАС России вполне сравнимы с лучшими мировыми стандартами в области антимонопольного регулирования.
- С другой стороны, возникает вопрос: какое именно влияние предлагаемая методология окажет на ценовые решения российских компаний? Можно ожидать, что в какой-то мере решения хозяйствующих субъектов будут ограничены потенциальными рисками нарушения антимонопольного законодательства. Хорошо это или плохо?

Предположим, что Метод ФАС России действительно позволяет точно оценить уровень «справедливых» рыночных цен, которые складывались бы в условиях равновесия на конкурентных рынках. В таком случае ограничение самостоятельности компаний, возможно, не являлось бы серьезной проблемой. Однако если Метод ФАС несовершенен, нельзя исключать серьезных негативных последствий, как для самих компаний, так и для конечных потребителей.

Как детально обсуждается в разделе 4 ниже, предлагаемая методология действительно потенциально подвержена существенным ошибкам. Тем не менее, перед тем как переходить к комментарию экономической составляющей Метода ФАС представляется полезным рассмотреть подход российского регулятора с точки зрения мирового опыта антимонопольного регулирования. Этому посвящен настоящий раздел.

Хорошо известно, что в основе рыночной экономики лежит способность хозяйствующих субъектов самостоятельно реагировать на рыночные сигналы, выбирая наиболее оптимальный, с их точки зрения, способ распределения ограниченных ресурсов. Рыночные цены служат важным индикатором для оценки благоприятности принятия инвестиционных решений. Когда ценовые решения хозяйствующих субъектов подвержены регуляции извне, возможность своевременной реакции на рыночные сигналы существенно снижается.

Именно по этой причине в странах с развитым уровнем антимонопольного законодательства принята точка зрения, что вмешательство государства в процесс ценообразования компаний оправдано только в исключительных случаях. Типичным примером тому является регулирование субъектов естественных монополий специально для этого созданными отраслевыми регуляторами.

Однако новый Метод ФАС предполагается применять гораздо шире. Потенциально регулированию может быть подвержено значительное количество хозяйствующих субъектов, в различных отраслях экономики, в том числе и в тех, где конкуренция и конкурентная борьба, в принципе, находят свое проявление.²

По этим причинам нам представляется, что предлагаемая методология может иметь далеко идущие негативные последствия. Как объясняется ниже, Метод ФАС:

- Не соответствует политике, которой следуют антимонопольные ведомства многих развитых стран в части регулирования процессов рыночного ценообразования (раздел 3.1).
- Приводит к неоправданному расширению регуляторной функции российских антимонопольных органов (раздел 3.2).

3.1. Несоответствие политике, которую проводят ведущие антимонопольные органы

По мнению ФАС России, методология исчисления «справедливой» цены в первую очередь направлена на защиту интересов потребителей. Это, безусловно, одна из важнейших, если не самая важная, функция практически любого антимонопольного органа. Действительно, многие ведомства по защите конкуренции ставят перед собой схожие задачи. Однако примечательно, что и в Европе, и в США антимонопольные органы обычно занимают гораздо более консервативную позицию по отношению к использованию методов ценового регулирования товарных рынков.

С таким подходом согласно и большинство современных экономистов. Когда речь идет о субъектах естественных монополий, есть существенный риск того, что цены будут установлены на более высоком уровне, чем было бы оптимально для общества в целом. В этих случаях вмешательство регуляторных органов даже необходимо для обеспечения справедливых условий экономического обмена. Тем не менее, на рынках, где прибыль фактически служит вознаграждением за предпринимательский риск, создавая стимул для инвестиций и инноваций, излишне регуляторное вмешательство скорее нежелательно.³

Можно предположить, что стремление ФАС России контролировать механизм рыночного ценообразования вызвано неким наследием советской плановой системы: относительно высокой концентрацией на некоторых рынках. При этом важно понимать, что высокая концентрация, существование квази-монополий или даже наличие одного единственного продавца товара на определенном географическом пространстве еще не является поводом для интервенции. И в Европе и в США есть хозяйствующие субъекты, занимающие значительное положение на рынке. При этом ни один государственный

² В частности, это справедливо и для рынков, на которых, по мнению ФАС России, могут соблюдаться условия коллективного доминирования в соответствии с российским антимонопольным законодательством, см. раздел 3.2.

³ Нужно подчеркнуть, что инвестиции и инновации важны для всех отраслей народного хозяйства, в том числе и для тех, которые специализируются на производстве достаточно однородных (например, сырьевых) товаров.

орган в этих странах не пытается диктовать, по какой цене, например, *Microsoft* должен продавать программное обеспечение, или *Airbus* – самолеты. Эти компании, конечно же, являются объектами антимонопольного, но никак не ценового регулирования.⁴

Сказанное подтверждается многочисленными примерами из практики. Например, в США, стране с наиболее развитым антимонопольным законодательством и более чем вековым опытом в его применении, установление монополистически высоких цен вообще не считается нарушением, согласно ч. 2 Акта Шермана, составляющего ядро антимонопольной политики. Таким образом, сама необходимость регулировать цены или определять их «справедливый» уровень в США практически отпадает.

Подобным образом, Еврокомиссия во многих случаях открыто заявляла, что функция «ценового регулятора» ей не свойственна.⁵ В тех исключительных случаях, когда некая корректировка цен имела место со стороны Еврокомиссии, эти решения принимались после детальных консультаций с соответствующими отраслевыми регуляторами.⁶ Именно последние в большинстве своем определяли цены, а не европейский антимонопольный орган. Более того, тарифное регулирование в таких случаях подробным образом учитывало инвестиционные потребности регулируемых компаний.

Одним из объяснений такого отношения к монополично высоким ценам в европейских странах и США является то, что на практике определить «справедливую» цену достаточно сложно. Расчеты монополично высоких цен или отклонений от «конкурентного» уровня *ex post* будут базироваться на множестве предположений. Другими словами, стандарты доказывания подобных обвинений чрезвычайно высоки. Хоть новый Метод ФАС собственно и направлен на решение данной проблемы «справедливых» цен, как обсуждается в разделе 4 ниже, предлагаемая методология едва ли достигает поставленной цели.

Ведущие ведомства по защите конкуренции хорошо понимают, что вмешательство в рыночное ценообразование чревато множеством потенциальных проблем.⁷ Самая существенная из них – лишение хозяйствующих субъектов возможности самостоятельно оптимизировать уровень прибыли в соответствии с их инвестиционными потребностями. Попросту говоря, нет гарантии того, что «регулируемая» цена будет установлена на том уровне, который в полной мере компенсирует капиталовложения (т.е. покрывает все издержки собственного и заемного капитала) и риски ведения бизнеса. Таким образом, есть опасность снижения инвестиционной и инновационной активности компаний. В долгосрочном плане такая ситуация не принесет выгоды ни регулируемым хозяйствующим субъектам, ни потребителям их продукции.

⁴ Основным объектом внимания антимонопольных органов для подобных компаний является использование ими, так называемых, исключаяющих практик, позволяющих оградить их от потенциальной конкуренции, например, препятствуя входу на рынок иных хозяйствующих субъектов.

⁵ См., *Fifth Report on Competition Policy*, п. 76, http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_report/ar_1975_en.pdf или М.Нааг и Р.Клотц, “Commission Practice Concerning Excessive Pricing In Telecommunications”, *Competition Policy Newsletter* №2 (1998), <http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/cpn19982.pdf>.

⁶ Например, установление максимальных тарифов на услуги роуминга.

⁷ Более подробно, см. В.Е.Пружанский, Я.П. ван дер Веер «Монополично высокие цены: миф или реальность? Взгляд экономиста», *Конкуренция и право*, №2 (Март-Апрель 2011), <http://www.cjournal.ru/nomer3/47.html>.

Негативные последствия ценового регулирования, которое осуществляется без какого-либо учета инвестиционных потребностей, можно проиллюстрировать на следующем условном примере. Допустим, компания рассматривает возможность осуществления инвестиций в новое оборудование, полезный срок действия которого составляет 10 лет. Пусть для окупаемости проекта в срок и возмещения всех издержек привлеченного капитала компании необходимо продавать продукцию по цене 1000 руб./ед. в течение 10 лет.

Однако предположим, антимонопольный орган по каким-то причинам считает, что такая цена необоснованна, и что ее максимальный уровень должен быть только 800 руб./ед. Это естественным образом увеличит требуемые сроки окупаемости проекта. При этом после первых 10 лет износ оборудования не позволит компании использовать его с достаточным уровнем эффективности. По этой причине, компания может отказаться от инвестиций вовсе или значительно снизить их качество или объем. Ни то, ни другое не будет оптимально с точки зрения распределения ресурсов компании или удовлетворения интересов потребителей в долгосрочном плане.

Эту логику лучше всего отразил Верховный Суд США в 2004 году, сформулировав ее следующим образом:⁸

...Простое обладание монопольной властью и установление монопольных цен, не только не является незаконным; но есть важный элемент свободного рынка. Возможность взимать монопольные цены, по крайней мере, в течение короткого периода времени в первую очередь развивает бизнес-хватку и стимулирует принятие предпринимательского риска, что способствует инновациям и экономическому росту...

В свете сказанного представляется достаточно странным, что ФАС России пытается активно вмешиваться в процесс ценообразования. По своей сути, Метод ФАС идет в разрез с основополагающими принципами, которые исповедуют антимонопольные ведомства многих развитых стран. Сам факт, что аналогов предлагаемой методологии «справедливых» цен нет ни в Европе, ни в США, указывает на то, что подобные методы попросту могут быть неадекватны, и именно по этой причине не используются ведущими ведомствами по защите конкуренции.

⁸ *Verizon Comm'ns Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP*, 540 U.S. 398, 407 (2004), см. <http://www.oecd.org/competition/abuseofdominanceandmonopolisation/49604207.pdf>, стр. 299.

3.2. Неоправданное расширение регуляторной функции антимонопольных органов

Как обсуждалось в разделе 2, одним из условий применения методологии ФАС России является то, что рассматриваемый рынок предположительно находится в состоянии коллективного доминирования. При этом ФАС России не выдвигает никаких экономических аргументов, которые теоретически оправдывали бы введение контроля за ценообразованием тех хозяйствующих субъектов или тех отраслей, которые могут быть признаны коллективно доминирующими. Например, не приводится свидетельств того, что ценообразование таких случаях неэффективно или в большинстве случаев есть проявление рыночной власти.

Поскольку в качестве отправной точки анализа ФАС России используются рынки, попадающие под презумпцию коллективного доминирования, то подразумевается, что сам подход к определению этого типа доминирования полностью обоснован. Однако если принципы определения коллективного доминирования можно поставить под сомнение, то ясно, что и любая методология, базирующаяся на предположении о коллективном доминировании, также может приводить к ошибочным выводам.

Согласно российскому антимонопольному законодательству, коллективное доминирование определяется исключительно на основе нескольких «структурных» индикаторов (долей рынка, их динамики и барьеров входа).⁹ Одна из проблем, связанная с таким подходом, заключается в том, что это определение достаточно общее. Такому определению заранее может удовлетворять множество компаний и отраслей.

При этом тот факт, что рассматриваемая отрасль – высоко концентрирована, ни коим образом не означает, что конкуренция в ней обязательно отсутствует или, что равновесные цены существенным образом отклоняются от своего «конкурентного» уровня. В конечном счете, ситуация коллективного доминирования, как потенциальная возможность хозяйствующих субъектов влиять на условия обращения товара, не предполагает, что исследуемые субъекты такой возможностью автоматически пользуются в действительности. Такие предположения всегда должны быть объектом дополнительного исследования.¹⁰

Более того, подход ФАС России может необоснованно распространяться на такие отрасли, для которых в справедливости заключения о коллективной возможности хозяйствующих субъектов влиять на рынок можно усомниться. Действительно, российский подход к определению коллективного доминирования идет вразрез с мировой практикой, где помимо «статичных» структурных индикаторов исследуется и масса других

⁹ Согласно ч.3 ст. 5 закона «О защите конкуренции», коллективно доминирующими могут быть признаны 3 (5) крупнейших хозяйствующих субъекта при условии, что их совокупная доля рынка превышает 50% (70%).

¹⁰ Например, в деле №А40-67276/11 Арбитражный суд г. Москвы отметил следующее: «...коллективное доминирование – это состояние рынка, а не характеристика поведения его участников». Решение по этому делу было также подтверждено и Высшим Арбитражным Судом РФ 17 октября 2012 г.

важных факторов, в том числе «поведенческого» характера.¹¹ Например, Еврокомиссия при анализе коллективного доминирования уделяет значительное внимание таким вопросам как:

- Возможна ли в принципе координация на практике? Если да, то посредством какого механизма?
- В чем заключаются потенциальная выгода и издержки, как от координирования, так и от отказа координироваться?
- Насколько координация нескольких хозяйствующих субъектов стабильна по отношению к (потенциальному) конкурентному давлению извне?

К сожалению российская правоприменительная практика редко принимает во внимание вышеперечисленные факторы. Это означает, что потенциальные ошибки при выявлении подлинных случаев коллективного доминирования чреваты тем, что сфера вмешательства антимонопольного органа в отношении «справедливых» цен необоснованно расширяется.

¹¹ Более подробно, см. В.Е.Пружанский, Я.П. ван дер Веер «Экономический анализ коллективного доминирования», Электронный журнал *Российское конкурентное право и экономика*, №3 2011 г., http://fas.gov.ru/eljournal/eljournal_30925.html.

4. Комментарий экономической составляющей методологии ФАС России

В предыдущем разделе мы обсудили общие сложности, связанные использованием методов ценового регулирования. Исключая ситуации, когда речь идет о субъектах естественных монополий, непосредственное вмешательство в ценовую политику компаний со стороны антимонопольных органов может привести к множеству проблем, а потому – нежелательно. Именно такая позиция поддерживается антимонопольными ведомствами Европы и США.

В дополнение к этому, по нашему мнению, подход к определению «справедливых» цен, предлагаемый российским антимонопольным органом, страдает от множества специфических изъянов сугубо экономического характера. Эти недостатки серьезным образом ограничивают его объективное применение на практике. Как детально обсуждается ниже, Метод ФАС:

- Создает существенную проблему объективной интерпретации экономических параметров, составляющих основу анализа (раздел 4.1).
- Потенциально может исказить рыночные сигналы для компаний-экспортеров (раздел 4.2).
- Имеет необоснованно узкую область применения для компаний-импортеров (раздел 4.3).
- Может привести к значительным практическим сложностям в части определения «справедливых» цен на сопоставимых рынках (раздел 4.4).

4.1. Субъективная интерпретация ключевых элементов анализа

Как объяснялось в разделе 2, Метод ФАС ключевым образом зависит от наличия некой базы сравнения. Так, «справедливые» цены (в зависимости от ситуации) определяются путем сравнения с ценами на рынке с развитой конкурентной средой, фактическими экспортными ценами или ценами в другой (сопоставимой) стране.

В этой связи сразу же стоит отметить, что такой сравнительный подход существенно отличается от способа, основанного на «необходимых расходах и прибыли», который российские антимонопольные органы зачастую использовали в прошлом. На практике объективная оценка необходимых расходов и прибыли – достаточно сложная и трудоемкая задача. В развитых странах, отраслевые регуляторы тратят годы на разработку детальных инвестиционных планов и тарифов для регулируемых компаний ex

ante. Как следствие, вероятность ошибок при оценке этих категорий в рамках конкретных антимонопольных расследований *ex post* – существенна.¹²

На первый взгляд, использование сравнительного подхода вообще позволяет избежать подобных сложностей. Однако при детальном рассмотрении, видно, что это не так. Как будет показано ниже, практическое применение сравнительных подходов, предлагаемых ФАС России, также сопряжено со значительными трудностями. Основная проблема связана с объективной оценкой ключевых параметров, составляющих базис анализа.

Гипотетически, метод сопоставимых рынков можно применять для оценки того, каков был бы равновесный уровень цен в условиях конкуренции. Тем не менее, его практическое использование упирается в существенную проблему: как определить действительно сопоставимые рынки?

Согласно экономической теории, равновесные рыночные цены зависят от параметров спроса и предложения. Цены одного рынка могут являться правомерным индикатором цен для другого рынка, только если исследуемые рынки полностью сопоставимы. Причем сопоставимость требуется, как со стороны потребительских предпочтений, так и со стороны издержек. Ясно, что для этого необходимо исследовать массу условий, а для их оценки требуются четкие критерии, исключающие всякую субъективность.

Более того, на олигополистических рынках (можно предположить, что именно эти рынки находятся в центре внимания российских антимонопольных органов) действия компаний естественным образом взаимосвязаны между собой. По этой причине равновесные цены определяются не только путем взаимодействия между спросом и предложением, но еще тем, как одни хозяйствующие субъекты реагируют на изменения цен и объемов производства других. В зависимости от типа конкурентной борьбы на рынках совершенно обоснованно могут быть установлены принципиально различные цены.¹³

Ясно, что вышеперечисленные факторы оказывают фундаментальное влияние на процесс рыночного ценообразования. Для правомерного использования каких-либо сравнительных подходов необходимо детальным образом учитывать все возможные различия между рынками (или странами), составляющими базу сравнения. В какой-то мере Метод ФАС берет на себя эту задачу, но не в состоянии довести ее до конца.

В частности, в формулах ФАС России фигурируют два ключевых индикатора: поправочный коэффициент k и средняя величина логистических затрат L (см. разделы 2.1.1 и 2.2 выше). Теоретически, этим индикаторам, в принципе, отводится правильная роль, а именно коррекция возможных различий между условиями обращения товара на разных рынках. Однако на практике оценка k и L может быть достаточно субъективна, что значительно ограничивает применимость Метода ФАС.

¹² См. В.Е.Пружанский, Я.П. ван дер Веер «Монополюно высокие цены: миф или реальность? Взгляд экономиста», *Конкуренция и право*, №2 (Март-Апрель 2011), <http://www.cijournal.ru/nomer3/47.html>.

¹³ Например, экономисты различают два основных типа конкурентной борьбы, названные в честь французских экономистов 19 века Антуана Огюста Курно (1801-1877) и Жозефа Луи Франсуа Бертрана (1822-1900). Подробное описание данных методов выходит за рамки настоящего документа и может быть найдено в базовых учебниках по микроэкономической теории.

- В отношении поправочного коэффициента k , следует отметить, что этот показатель зависит от множества факторов, которые точно оценить и представить в сопоставимом количественном виде иногда просто невозможно. Например, k должен включать не только объективную (технологическую) разницу между исследуемыми товарами, но и разницу в предпочтениях потребителей, а также какие-либо различия в условиях конкурентной борьбы на разных рынках.
- В отношении транспортных и логистических расходов L , неясно, что именно имеется в виду: средние расходы исследуемого хозяйствующего субъекта(ов), средние расходы конкретных импортеров (экспортеров) или средние расходы в принципе? Каждая из перечисленных категорий зависит от множества дополнительных факторов; например, типа и способа транспортировки, наличия каких-либо ограничений в транспортной сети и проч. Дополнительная сложность также заключается в том, что эти факторы могут меняться с течением времени.

В случаях, когда результаты анализа чувствительны к минимальным изменениям индивидуальных параметров, требуется дополнительная четкость формулировок. По этой причине объективное использование k и L , в том виде, в котором это предполагается в Методе ФАС, едва ли вообще возможно. По крайней мере, от российского антимонопольного органа потребуется отдельная методология для оценки этих индикаторов, исключающая любую субъективную интерпретацию и неточности.

Важно понимать, что исключительная объективность в данном случае требуется не только для правильной оценки действий компаний со стороны ФАС России. Объективность при определении k , L и любых других поправочных факторов чрезвычайно важна и для самих хозяйствующих субъектов, которые хотели бы избежать непреднамеренных нарушений антимонопольного законодательства. Метод ФАС, однако, такого уровня объективности пока не предоставляет.

4.2. Искажение рыночных сигналов для компаний-экспортеров

Как объяснялось в разделе 2.1 выше, оба метода предлагаемые для экспортно-ориентированных рынков построены на одной и той же логике. А именно, приобретая товар по «справедливой» цене, российские покупатели будут поставлены в условия не хуже, чем средне-статистические покупатели на сопоставимых (мировых) рынках. С экономической точки зрения, такая «справедливая» цена есть цена «экспортного паритета», т.е. цена, по которой российские компании-производители готовы экспортировать товар.

Данный подход, в принципе, имеет под собой определенное экономическое обоснование. Любая компания, принимая решение, продавать ли ей товар на рынке страны A или страны B , должна принимать во внимание «альтернативные» издержки своих управленческих решений. Поставляя одну единицу товара, скажем, на рынок A , компания в то же самое время «отказывается» от поставки этого же количества товара на рынок B . (при условии ограниченных производственных возможностей). Ясно, что если поставка на рынок B сулит большие выгоды – поставка на A неоптимальна. Согласно экономической теории, в условиях равновесия выгоды от дополнительных поставок на

разные рынки должны быть равны. Именно в такой ситуации альтернативные издержки будут минимальны.

Исходя из этой логики, фиксирование «справедливых» цен на уровне «экспортного паритета» приводит нас к важному выводу. Цены для внутреннего рынка фактически должны быть установлены на минимально приемлемом уровне для компаний-экспортеров. Согласно новому Методу ФАС, любая цена выше «экспортного паритета» несет риск нарушения антимонопольного законодательства. Однако любая цена ниже этого уровня будет просто невыгодна, поскольку экспортеры могли бы получить большую прибыль, поставляя свой товар на мировые рынки сбыта.

В тоже время, совершенно неясно, почему именно такая минимально приемлемая цена обязательно должна являться базой для сравнения. Основным объектом исследования антимонопольных органов должны быть цены, превышающие свой конкурентный уровень.¹⁴ Из этого следует, что правильным эталоном сравнения должны быть такие цены, которые могли бы сложиться на российском рынке в условиях гипотетической конкуренции. Метод ФАС не приводит никаких экономических теорий, которые бы подтверждали, что в условиях конкуренции внутренние российские цены обязательно должны соответствовать цене «экспортного паритета».

Более того, принцип протекционизма российских потребителей, который фактически предлагает ФАС России, потенциально может приводить к нескольким негативным последствиям.

Во-первых, нет никаких оснований полагать, что внутренний российский и экспортные рынки могут вообще быть сопоставимы (см. раздел 4.1 выше). Если есть основания сомневаться в сопоставимости рынков, то какие-либо суждения о «справедливости» цен, основанные лишь на сравнительном анализе, без дополнительных обоснований и поправок, вряд ли будут правомерны. Примечательно, что некоторые недавние примеры из российской судебной практики четко подтверждают эту логику.¹⁵

Во-вторых, нет причин ожидать, что российская цена на уровне «экспортного паритета» во всех случаях будет достаточна для того, что бы покрыть все издержки привлечения собственного и заемного капитала исследуемой компании.¹⁶ Если доход не компенсирует издержки капитала, в долгосрочном периоде компании будет выгодней вообще перестать производить товар или переключиться на иной вид хозяйственной деятельности.

¹⁴ Именно такие цены могут потенциально рассматриваться как проявление рыночной власти хозяйствующих субъектов.

¹⁵ Например, в деле №А40-67276/11 компания ООО «Распадский уголь» оспаривала позицию ФАС России о том, что установление различных цен на концентраты углей спекающихся марок для российских и зарубежных потребителей (т.е. на экспорт) является нарушением антимонопольного законодательства. Арбитражный суд г. Москвы согласился доводами заявителя, в частности отметив следующее: «...при исследовании вопроса о наличии в действиях хозяйствующего субъекта злоупотребления доминирующим положением в форме установления различных цен на один и тот же товар, необоснованным является сравнение цен на товары, обращающиеся на разных географических рынках». Эта позиция была в последствие подтверждена и Высшим Арбитражным Судом РФ 17 октября 2012 г.

¹⁶ Эти издержки выше, чем себестоимость производства, поскольку стоимость привлечения собственного капитала (т.е. альтернативные издержки вложения инвестиций) не учитываются в бухгалтерской отчетности компаний.

В-третьих, систематическая привязка российских цен к фактическим средневзвешенным экспортным ценам, как предполагается методом экспортной альтернативы (см. раздел 2.1.2 выше), искажает рыночные ценовые сигналы и может отрицательно влиять на сам выбор экспортных рынков. Нетрудно представить себе ситуацию, в которой российская компания-экспортер осваивает новый рынок (скажем, Китай) и как компания-новичок должна предоставлять дополнительную скидку китайским потребителям. В обычных рыночных условиях компания вполне может с этой целью идти на кратковременное снижение прибыли. Но если в результате компании вдобавок придется еще и снизить цены для российских потребителей, сам стимул выходить на новый экспортный рынок может быть в значительной мере ослаблен. (Та же самая логика, в принципе, справедлива, если конкуренция на одном из экспортных рынков выросла и исследуемой компании необходимо снизить цену для этого рынка, что бы оставаться конкурентоспособной).

Исходя из перечисленных сложностей, легко видеть, что в результате «механического» использования предлагаемой методологии «справедливых» цен может иметь место нерациональное распределение ресурсов компаний. В частности, выбор экспортных рынков и ценовой стратегии на них будет определяться не столько их собственной привлекательностью и особенностями спроса и предложения, сколько их потенциально негативным влиянием на продажи компании в РФ и рисками нарушения российского антимонопольного законодательства.

Такая ситуация легко может быть вообще не в пользу российских потребителей, чьи интересы ФАС России как раз и должна защищать. Во многих случаях, продажи на экспортных рынках позволяют компаниям снижать свои совокупные издержки на единицу продукции, достигая значительного эффекта масштаба. Даже если экспортные цены ниже, чем для российских потребителей, последние все равно косвенным образом могут выигрывать от низких издержек производства. Если такая компания снизит объёмы экспорта, может произойти рост издержек, который частично будет переложен на российских потребителей.¹⁷

Резюмируя вышесказанное, Метод ФАС для экспортно-ориентированных рынков основан на экономической логике, так называемого, «экспортного паритета» цен. Однако какая-либо жесткая привязка российских цен к экспортным ценам имеет далеко идущие негативные последствия. В частности, она потенциально искажает привлекательность экспортных рынков и, как следствие, может отрицательно отразиться на способности компаний осуществлять инвестиции и, в конечном счете, успешно конкурировать на мировых рынках. Все это может привести к тому, что в долгосрочном плане пострадают и российские потребители.

¹⁷ Стоит отметить, что данная логика справедлива не только лишь в применении к экспортным и внутренним рынкам, но и гораздо шире. Например, один из плюсов ценовой дискриминации собственно и заключается в том, что устанавливая разные цены для разных категорий покупателей, компания имеет возможность увеличить объёмы продаж и снизить издержки на единицу произведенной продукции. От этого могут выигрывать одновременно все покупатели, в том числе и те, для которых установлены более высокие цены.

4.3. Необоснованно узкая область применения для компаний-импортеров

Как обсуждалось в разделе 2.2 выше, Метод ФАС, предлагаемый для импортно-ориентированных рынков, предполагает, что «справедливой» ценой является та цена, по которой данный товар в принципе может быть доставлен (импортирован) в РФ. С экономической точки зрения, это цена, так называемого, «импортного паритета».

В определенных случаях «импортный паритет» действительно был бы равновесной рыночной ценой, которая никак не связана с проявлениями рыночной власти. Некоторые из необходимых для этого условий указаны в Методе ФАС; например, когда объёмы внутреннего потребления существенно превышают объёмы производства внутри России и доля импорта на внутреннем рынке велика. Однако второе условие применимости данного метода: о том, что величина транспортных расходов является несущественной по сравнению с себестоимостью производства товара, представляется излишним по следующим двум причинам.

Во-первых, сама по себе величина транспортных расходов никак не влияет на тот факт, что цена «импортного паритета» может в некоторых случаях являться равновесной. Иными словами, не суть важно, чему равна величина транспортных расходов по отношению к цене товара. Важно то, что транспортные расходы не являются препятствием для импорта рассматриваемого товара в РФ. Поскольку речь изначально идет об импортно-ориентированных рынках, это условие выполняется автоматически.

Во-вторых, сравнение транспортных расходов с ценой товара (в том виде, в котором это предполагает Метод ФАС) способно порождать субъективные оценки. Является, скажем, величина транспортной составляющей в цене на уровне 15% чрезмерно высокой? Если, скажем, установить 20% как некий порог допустимости, возникает вопрос, почему принципиально разным методам будут подвержены рынки, где транспортная составляющая равна 19% и 21%?

Обобщая вышесказанное, Метод ФАС для импортно-ориентированных рынков основан на экономической логике, так называемого, «импортного паритета» цен. Однако условия, при которых данный метод предполагается применять, неправомерно ограничены случаями, когда транспортные расходы относительно низки.

4.4. Значительные практические сложностями связанные с определением «справедливых» цен на сопоставимых рынках

Для сбалансированных рынков Метод ФАС предполагает простое сравнение российских цен с ценами на сопоставимых рынках. По мнению российского антимонопольного органа «справедливая» цена товара, доставленного до российских потребителей, не должна превышать цену товара, доставленного до потребителя на сопоставимом рынке с развитой конкурентной средой.

Отметим, что сходные принципы анализа иногда используются и европейскими ведомствами по защите конкуренции. Например, подобный метод применяла Еврокомиссия в расследовании ценовой политики импортера бананов, компании *United Brands*, в 1975 г. Стоит оговориться, что европейские суды не всегда находили такую логику в достаточной степени убедительной. В частности, решение Еврокомиссии по делу *United Brands* было успешно оспорено.¹⁸

Проблематичность определения сопоставимых рынков на практике уже обсуждалась в разделе 4.1 выше. В качестве конкретного примера, иллюстрирующего данные сложности, рассмотрим следующую условную ситуацию. Допустим, требуется оценить «справедливый» уровень цен за проезд в общественном транспорте. Конечно же, можно сравнить стоимость билета за проезд в РФ со стоимостью проезда в другой стране на аналогичное расстояние. В обеих странах стоимость будет определяться множеством факторов: издержками оператора транспортной сети, покупательной способностью населения, наличием и стоимостью альтернативных способов передвижения и проч. Во многих случаях эти факторы будут (принципиально) различны. В такой ситуации едва ли можно говорить о том, что выбранные рынки в достаточной мере сопоставимы. Следовательно, какие-либо сравнения цен, скорее всего, будут неправомерны.

Наконец, нужно отметить, что Метод ФАС содержит определенные неточности. В частности, формула для импортно и экспортно-ориентированных рынков предусматривает использование поправочного коэффициента k . Однако в формуле для сбалансированных рынков, этот коэффициент отсутствует. Теоретически, поправочный коэффициент должен применяться всегда. В принципе, k и есть тот элемент, который отражает различия между условиями спроса и предложения на разных рынках и, таким образом, делает их сопоставимыми. Например, отказ от использования поправочного коэффициента в примере общественным транспортом выше привел бы к тому, что «справедливые» цены на проезд должны были бы быть одинаковы в разных странах. Ясно, что такой вывод не имеет никакого практического смысла.

Резюмируя вышесказанное, Метод ФАС для сопоставимых рынков базируется на предположении, что «справедливая» цена должна соответствовать цене на аналогичный товар на развитом конкурентном рынке. Хотя на первый взгляд этот вывод достаточно логичен, выбор сопоставимых рынков на практике, равно как и выбор критериев сопоставимости, может быть чрезвычайно сложным и субъективным.¹⁹

Для того что бы успешно применять такую методологию, российскому антимонопольному органу необходимо было бы в первую очередь подготовить подробный документ для анализа степени сопоставимости рынков! Безусловно, это было бы далеко идущим шагом. Такие методы не применяются конкурентными ведомствами стран с развитым уровнем антимонопольного законодательства именно потому, что их едва ли возможно осуществить с требуемым уровнем точности.

¹⁸ См., например, решение суда ЕС, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61976CJ0027:EN:HTML>.

¹⁹ См. также наши аргументы в разделе 4.1.

5. Заключение

Данный документ представляет собой комментарий на методологию, которая была недавно предложена ФАС России для оценки «справедливых» цен для российских потребителей, в зависимости от типа рассматриваемого рынка. Примечательно, что свой подход к этому вопросу российский антимонопольный орган пытается обосновать с экономической точки зрения.

В общем и целом, появление такого документа ФАС России можно приветствовать. Антимонопольные органы Европы и США уже давно опираются в своей работе на методы экономической теории. Учитывая желание ФАС России войти в десятку лучших конкурентных ведомств мира до 2018 г., проявление со стороны российского регулятора более пристального внимания к экономическим методам – безусловно, похвально.²⁰

Однако одного желания опираться на экономический инструментарий – недостаточно. Необходимо, что бы и стандарты выдвигаемых экономических аргументов также были на таком уровне, который действительно соответствовал бы работе антимонопольных органов, входящих в десятку лучших. К сожалению, на данный момент, предлагаемая методология ФАС России, по нашему мнению, таким стандартам пока еще не удовлетворяет.

В частности, способ определения «справедливых» цен подразумевает гораздо более жесткое вмешательство в ценообразование компаний, чем это принято в странах с развитым уровнем антимонопольного законодательства. Новый подход игнорирует основополагающие принципы рыночной экономики, необоснованно расширяя регуляторную функцию антимонопольных органов. При этом не приводится никаких экономических аргументов, которые бы в принципе оправдывали введение широкого контроля за ценообразованием хозяйствующих субъектов.

Более того, «механическое» использование предлагаемого метода на практике может привести к серьезным негативным последствиям. В краткосрочном плане из-за чрезмерного уровня государственного регулирования, производители будут лишены возможности оптимальным образом самостоятельно реагировать на рыночные сигналы. Если инвестиционные потребности производителей не будут должным образом удовлетворены, в долгосрочном плане это отрицательно скажется и на российских потребителях, чьи интересы антимонопольные органы как раз и призваны защищать в первую очередь.

Согласно экономической теории, простого ответа на вопрос «какие цены являются справедливыми» – нет. Именно поэтому в Европе и США эта проблема рассматривается чрезвычайно редко. Надеемся, что опыт стран с развитым уровнем антимонопольного законодательства послужит ФАС России убедительным примером того, что регуляторный контроль процессов рыночного ценообразования может быть обоснован лишь в исключительных случаях.

²⁰ См. презентацию руководителя ФАС России, И.Ю. Артемьева на IV ежегодной конференции «Антимонопольное регулирование в России», http://fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30807.html.

Приложение: О компании RBB Economics

RBB Economics – ведущая консалтинговая компания в области экономического анализа для целей антимонопольного регулирования. Организация имеет 5 офисов, расположенных в Брюсселе, Гааге, Лондоне, Йоханнесбурге и Мельбурне. Многонациональная и многоязычная команда RBB Economics насчитывает более 50 профессионалов, специализирующихся на экономических аспектах антимонопольного регулирования, владеющих английским, венгерским, голландским, итальянским, испанским, немецким, русским, словенским, а также французским языками.

RBB Economics оказывает широкий спектр консалтинговых услуг по следующим направлениям:

- определение продуктовых и географических границ товарных рынков.
- установление факта доминирующего положения на товарном рынке и злоупотребления доминирующим положением.
- анализ последствий вертикальных (горизонтальных) соглашений и согласованных действий на конкуренцию.
- оценка эффекта на конкуренцию и потребителей в сделках экономической концентрации.
- исчисление экономического ущерба, причиненного антиконкурентными действиями.
- тарифное регулирование в отраслях, имеющих признаки естественных монополий.

Специалисты RBB Economics принимали участие в крупнейших антимонопольных расследованиях, проводимых Еврокомиссией, а также антимонопольными ведомствами таких стран, как Австралия, Великобритания, Франция, Нидерланды, Южная Африка, Россия, Украина и др. Клиентами RBB Economics являются крупные международные компании, работающие во всех основных отраслях экономики.

Исследования RBB Economics основаны на экономической теории и проводятся с применением математических и статистических методов. По результатам анализа готовятся независимые экспертные заключения для представления в судебных слушаниях и обсуждения с представителями антимонопольных органов.

Эксперты RBB Economics проводят совместные исследовательские проекты и образовательные семинары для антимонопольных ведомств различных стран. В течение 2011-2012 гг. ФАС России дважды являлась организатором семинара по обмену опытом с участием RBB Economics.

Более подробная информация о компании доступна на официальном сайте: www.rbbecon.com.