

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АДВОКАТИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ: ЦЕЛИ, МЕТОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Моросанова Анастасия Андреевна¹

*младший научный сотрудник
МГУ имени М.В. Ломоносова
Экономический факультет,
Научный сотрудник
РАНХиГС при Президенте РФ
(г. Москва, Россия)*

Мелешкина Анна Игоревна²

*Научный сотрудник
РАНХиГС при Президенте РФ
аспирант
МГУ им. М.В. Ломоносова
Экономический факультет
(г. Москва, Россия)*

Фатихова Аделя Фанисовна³

*младший научный сотрудник
РАНХиГС при Президенте РФ
магистрант
МГУ им. М.В. Ломоносова
Экономический факультет
(г. Москва, Россия)*

Аннотация

Опыт адвокатиrowания конкуренции развитых стран показывает, что поддержание эффективной конкурентной среды в значительной мере зависит от многообразия вовлеченных в процесс адвокатиrowания участников. Вовлеченность антимонопольного

¹Моросанова А.А., e-mail: nastya.komkova@gmail.com

²Мелешкина А.И., e-mail: ann.meleshkina@gmail.com

³Фатихова А.Ф., e-mail: afatikhoff9@gmail.com

органа в проектирование законодательных актов также оказывает существенное влияние на успешность реализации мер адвокатирования. Наличие группы интересов в отрасли, возможность эмпирического обоснования предлагаемых мер и оценки их влияния на потребителей способствуют принятию и закреплению поведения, согласующегося с целями адвокатирования конкуренции, со стороны агентов рынка. Примеры развитых и развивающихся зарубежных стран демонстрируют, что присущими всем факторами являются проведение образовательных программ и консультирование по вопросам конкуренции для различных групп контрагентов; обнародование информации судебных решений по рассмотренным делам. Однако среди развитых стран более интенсивна практика рыночных исследований с целью выявления провалов непосредственно государственного регулирования, в то время как в развивающихся странах, рыночные исследования применяются с целью выявления прямых нарушений антимонопольного закона. На основании зарубежного опыта в статье приведены возможные пути развития деятельности по адвокатированию конкуренции в России.

Ключевые слова: адвокатирование конкуренции, конкурентная политика, ФАС России, антимонопольный орган

JEL коды: L4, K21

Хотя ФАС России в последние годы активно развивает методы антимонопольной политики, общий уровень конкуренции в рамках отдельных рейтингов оценивается как низкий. Задачи развития конкуренции, особенно в странах с развивающейся рыночной экономикой и относительно ограниченным опытом функционирования бизнеса в условиях рыночных институтов, требует принципиально новых подходов к построению конкурентной политики. Одним из них является адвокатирование конкуренции (АК) причем, на основаниях и принципах, которые должны учитывать особенности истории формирования институтов защиты и развития конкуренции. Более того, в текущей экономической и политической ситуации, когда формальные правила непрерывно меняются, возникает необходимость опоры на инструменты, помогающие снизить издержки в период нестабильности, включая издержки правоприменения, но без ухудшения сдерживающих свойств правовой системы. К такого рода инструментам можно отнести и адвокатирование конкуренции. Относительное усиление роли адвокатирования конкуренции возможно за счет ослабления антимонопольного принуждения (как в рамках специально проводимой политики, так и иных факторов) или смещения акцента в область активной конкурентной политики (Авдашева, Шаститко, 2010). Когда конкурентные ведомства принимают непосредственное участие в процессе адвокатирования конкуренции, основные цели проводимых мер это:

- убедить иные регулирующие органы не принимать излишне антиконкурентные меры и помочь им разграничить границы экономического регулирования;
- повысить уровень осведомленности о преимуществах конкуренции, роли конкурентного права и конкурентной политики среди экономических агентов, государственных органов, судебной системы и общества в целом.

Хоть Федеральная антимонопольная служба уделяет достаточное внимание адвокатируеманию конкуренции, но в России по-прежнему наблюдается недостаток исследовательских работ в этой области как со стороны ведомств, так и со стороны независимых экспертов. Цель данной статьи – обобщить зарубежный опыт адвокатируемания конкуренции с учетом определения ее целей, методов и результатов. В данной статье представлено описание методов адвокатируемания конкуренции и оценки их результативности (первый раздел). Дана оценка опыта отдельных зарубежных стран как развитых – США, Японии, Франции и Испании, которые особо выделяются открытостью информации относительно используемых методов адвокатируемания, так и развивающихся – стран БРИКС, которые позволяют особо подчеркнуть отличия в подходах ведомств) в области адвокатируемания конкуренции (второй раздел) обозначены пути развития адвокатируемания конкуренции в России (третий раздел). В заключение представлены основные выводы.

1. Методы адвокатируемания конкуренции и оценка их результативности

Страны ЕС придерживаются определения адвокатируемания конкуренции (АК), данного Advocacy Working Group of the ICN: адвокатируемание конкуренции – набор видов деятельности антимонопольных органов, направленных на укрепление конкурентной среды для экономической деятельности посредством использования механизмов, не являющихся элементами системы принуждения к соблюдению установленных правил и состоящие, главным образом, во влиянии на другие государственные организации и повышении степени понимания широкими кругами общественности выгод конкуренции.⁴ И если антимонопольные органы единодушно относят к методам адвокатируемания конкуренции в антимонопольной практике всё, что не является принуждением, то функции отдельных участников процесса АК варьируются. С другой точки зрения, можно смотреть на понятие адвокатируемания конкуренции несколько шире: во-первых, принимать во внимание деятельность не только антимонопольного органа, но и бизнес сообщества (например, некоммерческих партнерств), а во-вторых, принимать во внимание сложность четкого разграничения деятельности по инфорсменту (правоприменение и правоустановление) от деятельности по АК (Авдашева С., Шаститко А., 2005; Шаститко А., Комкова А., Курдин А., 2016). В общем виде роль адвокатируемания в создании здоровой конкурентной среды отражена на рис. 1.

⁴ Advocacy and Competition Policy// Report prepared by the Advocacy Working Group ICN's Conference, Naples, Italy, 2002.

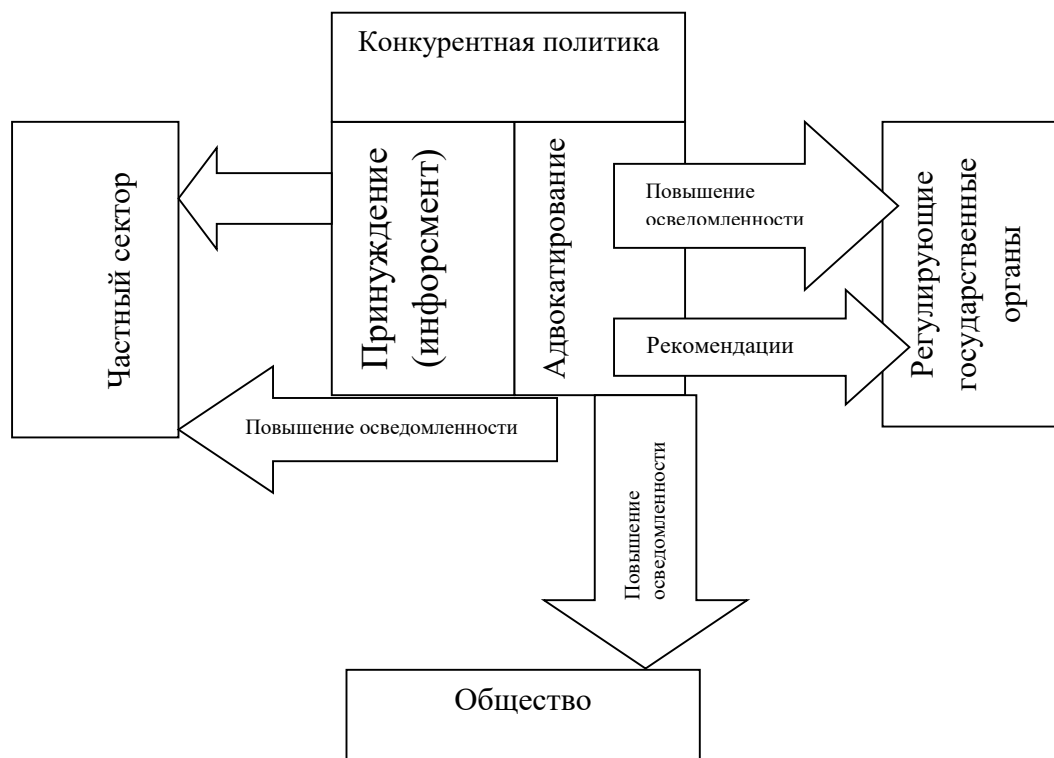


Рисунок 1. Компоненты эффективной конкурентной среды ⁵

Практика последних лет показывает, что необходимость установления продуктивных связей с общественностью, включая политическое лоббирование свободной конкуренции, подталкивает антимонопольные органы интегрироваться в политические и административные процессы принятия решений. Выявление основных групп интересов – это базовый этап адвокатирования конкуренции, от успешности реализации которого зависит выбор стратегии и методов АК. Не стоит забывать о тесной взаимосвязи всех составляющих конкурентной политики и особой роли потребителя как получателя конечной выгоды от развитой конкурентной среды. Адвокатирование конкуренции может существовать в разных формах и быть реализовано разными организациями, однако ориентация на благосостояние потребителя является ключевым элементом данного процесса.

В зависимости от группы интересов антимонопольный орган выбирает способы реализации адвокатирования, для достижения следующих целей:

- 1) *Регулирующие государственные органы* должны быть осведомлены о том, что эффективная конкуренция способствует росту благосостояния потребителей, снижению

⁵ Там же.

инфляции и повышает конкурентоспособность производителей, тем самым способствуя экономическому росту страны. Данные действия в итоге приведут к предотвращению разработки и принятия законодательных актов и политик, которые могли бы чрезмерно ограничивать инициативу в экономической деятельности и противодействовать принципу конкуренции.

2) *Производители* должны знать о преимуществах ведения честного бизнеса, роли конкуренции в инновационном развитии, повышении эффективности производственных процессов и росте конкурентоспособности. Что в существенной мере будет способствовать сокращению случаев сговора и других форм антиконкурентного поведения.

3) У *потребителей* должно быть общее понимание того, что конкуренция приносит пользу, а соблюдение правил конкуренции ведет к расширению ассортимента товаров и услуг более высокого качества по более низким ценам. Именно данное обстоятельство приводит к возможности «обратной связи» - если у потребителей возникает чувство улучшения ситуации, то меры, которые привели к таким результатам, охотнее получают высокую оценку со стороны ведомств и бизнес-сообщества.

Практика применения формальных и неформальных методов вовлеченности антимонопольного органа в адвокатирование конкуренции успешно реализуется антимонопольными ведомствами США. Под руководством Американского Антимонопольного Института (American Antitrust Institute), на протяжении последних лет регулярно выпускается бюллетень (White Papers) по вопросам конкурентной политики и защиты конкуренции, где разбираются многие спорные ситуации и наглядно иллюстрируются как нормы конкурентного поведения, так и узкие места, связанные с возможными антимонопольными нарушениями⁶. Данная практика позволяет непрерывно поддерживать градус обсуждения и осведомленности заинтересованных сторон на должном уровне и не выпускать из поля зрения потенциальные риски нарушений в области конкурентного права.

Большинство ведомств руководствуется рядом стандартов проведения АК. Так, Руководство по проведению мер адвокатирования конкуренции («Guidelines for implementing competition advocacy» в рамках Sofia Competition Forum⁷) содержит детальные рекомендации по реализации АК. Когда конкурентные ведомства принимают непосредственное участие в процессе АК, основные цели проводимых мер это: убедить иные регулирующие органы не принимать излишне антиконкурентные меры и помочь им разграничить границы экономического регулирования; повысить уровень осведомленности о преимуществах конкуренции, роли конкурентного права и конкурентной политики среди экономических агентов, государственных органов, судебной системы и общества в целом.

С учетом этих целей конкурентные ведомства могут оказывать помощь другим государственным органам по оценке воздействия, которое оказывает законопроект на конкурентные условия на рынке; предоставлять экспертную оценку состояния конкуренции в конкретных отраслях или рынках; выявлять противоречия законов и правил

⁶ American Antitrust Institute White Papers http://www.antitrustinstitute.org/aai_activities/white-papers

⁷ Sofia Competition Forum «Guidelines for implementing competition advocacy», 2013, http://unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb_SCF_AdvocacyGuidelines_en.pdf

основнополагающим нормам о защите конкуренции; повышать уровень информированности о том, что применение правил защиты конкуренции приводит к улучшению благосостояния потребителей и способствует экономическому росту..

Оценка эффективности мер адвокатирования конкуренции основана на анализе влияния проведенных в рамках АК мероприятий на конечные выгоды потребителей, причем конечной целью является получение оценки в денежном выражении. Однако задача является нетривиальной, так как методы адвокатирования воздействуют на потребителя косвенно, влияя на цели и инструменты действующих или разрабатываемых политик и актов. Оценить эффективность предпринятых мер АК можно на основании результатов прямого воздействия адвокатирования на конкурентные практики и проекты законодательных актов⁸. Однако важно отметить, что успешное влияние мер адвокатирования на государственные методы регулирования конкуренции не является самоцелью, а, скорее, выступает в качестве промежуточного этапа на пути к достижению более широких потребительских и рыночных задач, в конечном итоге ведущих к общественному выигрышу.

Потребители получают выигрыш в ситуации, когда адвокатирование способствовало смягчению действующих или предотвращению предлагаемых практик, которые влекут за собой антиконкурентные последствия. Однако далеко не всегда можно с полной уверенностью сказать, какие предпринятые меры (адвокатирования или иные) привели к потребительскому выигрышу. Именно поэтому к оценке результатов адвокатирования конкуренции применяется комплексный подход. Именно поэтому к оценке результатов адвокатирования конкуренции применяется комплексный подход. Так, методология оценки деятельности OFT в сфере адвокатирования охватывает ряд показателей, отражающих возможный выигрыш потребителей от проведения адвокатирования⁹:

1. Эффект цены. Если адвокатирование конкуренции предотвратит принятие закона, за которым может последовать снижение уровня конкуренции, или будет принят проконкурентный закон, то выигрыш потребителя будет состоять из двух частей. Первая составляющая – выигрыш от покупки объема продуктов и услуг по более низкой цене, чем в случае антиконкурентного регулирования. Вторая составляющая – увеличение спроса при более низкой цене по сравнению с антиконкурентной.

2. Качество продукции и уровень обслуживания. Улучшение конкурентных условий, как правило, положительно сказывается на качестве товаров и уровне обслуживания клиентов. Анализ претензий потребителей и исследование их поведения могут выявить существующие рыночные проблемы, масштаб и способы их решения с учетом проведения эффективной конкурентной политики.

3. Расширение ассортимента продукции. Проконкурентная политика может привести к выигрышу потребителя в форме расширения ассортимента продукции. Но опять же универсальной методики оценки величины выигрыша от более широкой продуктовой линейки не существует. Так, исследование рынка электронных книг показывает, что расширение ассортимента продукции является в большей мере источником потребительского

⁸ См. Office of Fair Trading «Evaluation of OFT Competition Advocacy», 2010.

⁹ Там же.

излишка, нежели улучшение условий конкуренции (Brynjolfsson et al., 2003). Таким образом, существует еще и проблема выявления наличия причинно-следственных связей между мерами адвокатирования конкуренции и ее последствиями.

4. Влияние на другие рынки. Динамика конкретного рынка может оказывать влияние на результаты функционирования других рынков. Например, цены на бухгалтерские услуги влияют на стоимость финансовых активов (Krishnan et al., 2003). Адвокатирование конкуренции в рамках конкретного рынка так или иначе влияет и на смежные с ним, хотя основным каналом влияния остается повышение информированности о преимуществах конкуренции. Для оценки этого воздействия необходимо выявить, насколько конкретные меры АК оказали влияние на уровень осведомленности населения. Кроме того, необходимо выяснить, привела ли возросшая осведомленность к проконкурентному поведению игроков на рынке.

5. Влияние на инновации. Возросшая конкуренция способствует внедрению инноваций. Темп разработки инновационных методов производства и продуктов ускоряется благодаря проконкурентной активности и развитой конкурентной культуре. В свою очередь, конкурентное давление создает для стимулы к инвестированию в НИОКР, в противном случае фирма не сможет диверсифицировать продукцию и сохранить долю рынка.

Одним из способов оценки результативности адвокатирования конкуренции является определение степени влияния антимонопольного органа на процесс проектирования и утверждения законодательных актов. В рамках исследования влияния программы адвокатирования конкуренции на результаты нормативно-правового процесса США 1987-1989 гг. выяснилось, что 40 процентов комментариев Federal Trade Commission (FTC), полученных опрошенными, были «достаточно полезными», это означает, что «действия государственного органа полностью или в значительной мере соответствовали рекомендациям FTC, и все или часть этих действий были предприняты благодаря данным рекомендациям» (Celnicke, 1989, с.381). Однако автор исследования признает, что сам факт пользы рекомендаций не гарантирует, что они качественно улучшили принятые решения.

Если узнать, с какой вероятностью конкретная рекомендация повлияла на принятое решение невозможно, то проследить определенные тенденции и закономерности – задача вполне реализуемая, для этого применяется метод анкетирования. В рамках анализа эффективности адвокатирования конкуренции (оценка - для FTC¹⁰), было выявлено 4 фактора, которые повышают вероятность того, что рекомендация (комментарий) антимонопольного органа повлияет на исход принятия решения. Во-первых, комментарии, адресованные федеральным органам власти, как правило, находят больший отклик, нежели те, что адресованы выборным органам штатов. Так, большинство органов местного самоуправления США в 1980-х годах, несмотря на рекомендацию FTC разрешить свободный доступ на рынок услуг перевозок (такси), приняло решение не следовать предложенной программе FTC. Данная тенденция также находит подтверждение в экономической теории регулирования: чиновники, занимающие выборную должность более подвержены политическим интересам и не готовы к самостоятельным решениям в отличие от федеральных властей¹¹. Таким образом,

¹⁰ См. Cooper et al., 2005.

¹¹ См. Hammond and Knott, 1996.

при прочих равных условиях, адвокатирование конкуренции будет иметь больший успех на федеральном уровне. Во-вторых, в ситуациях, когда в рамках одной отрасли существует группа интересов, способная к самоорганизации, и прилагающая усилия по поддержке проконкурентных законов, успех адвокатирования конкуренции более вероятен. Это происходит потому, что сильная оппозиция законопроектам, подрывающим основы конкуренции, не может состоять исключительно из потребителей, так как потребительская кооперация, чаще всего, слабая. Этот факт также объясняет провал FTC в случае с услугами такси, ведь основную выгоду от дерегулирования рынка получают слабо организованные клиенты и предприниматели малого бизнеса. В-третьих, имеет значение эмпирическое обоснование рекомендации. Если комментарий апеллирует к результатам эмпирических исследований, доказывающих возможный вред, который закон может нанести благосостоянию потребителей, то вероятность, что рекомендация будет реализована, возрастает. В-четвертых, рекомендации, касающиеся защиты прав потребителей, оказываются более действенными. Причем рекомендации могут быть направлены не только на защиту потребителя, но и на отказ от чрезмерной защиты прав потребителя. Так, при рассмотрении положений об ограничении торговли условия конкуренции и благосостояние потребителя уходят на второй план.

Таким образом, основным методом анализа результативности адвокатирования конкуренции является индивидуальный подход к конкретным законопроектам, актам и политикам. Методика анализа должна учитывать специфику отрасли, страновые особенности нормативно-правовой базы и опыт эмпирических исследований.

2. Опыт отдельных стран по адвокатированию конкуренции

Данный раздел посвящен обсуждению опыта адвокатирования конкуренции в развитых странах и в странах с развивающейся рыночной экономикой.

Сначала рассмотрим подробнее практику адвокатирования конкуренции в развитых странах на примере опыта США, Японии и Испании. Следует отметить, что адвокатирование конкуренции в этих странах является важной компонентой конкурентной политики, призывающей не только к развитию конкурентной культуры среди разных групп контрагентов, но и к проведению оценки регулирующего воздействия существующего антимонопольного законодательства на экономику соответствующих стран. Убедимся в этом, обратившись к структуре практики адвокатирования в указанных ранее странах, в рамках ответа на следующий вопрос: кто занимается адвокатированием конкуренции в стране и что под этим подразумевается?

Адвокатированием конкуренции в США занимается Федеральная торговая комиссия (Federal Trade Commission, далее FTC) и антимонопольный отдел Министерства юстиции (Antitrust Division of the US Department of Justice). На официальном сайте FTC в качестве определения адвокатирования конкуренции сказано следующее: «В ситуациях, когда суды, правительственные учреждения или иные структуры сталкиваются с ситуациями, которые негативно влияют на потребителей или на конкуренцию, FTC может помочь посредством

экспертного заключения для суда или «писем адвокатирования»¹². В таких случаях, FTC проводит собственное расследование, в соответствии с политикой по защите потребителей и продвижения конкуренции на соответствующих рынках».

В США адвокатирование конкуренции является одной из трех ключевых миссий Антимонопольного комитета Министерства юстиции США (Ministry of Justice, 2015), в которую входит:

- Разработка и предложение законопроектов в отношении антимонопольного законодательства и конкуренции в целом, а также осуществление консультационной деятельности при надлежащей необходимости по соответствующим делам, поступающих от Конгресса или иных ведомств.
- Консультирование Президента, департаментов и иных органов исполнительной власти о конкурентной составляющей правительственных мер.
- Подбор данных и подготовка отчетов по требованию Конгресса или министра юстиции с целью поддержания и соблюдения принципов конкуренции в рамках системы свободного предпринимательства.

В то же время в **Японии** адвокатированием конкуренции занимается Комитет по справедливой торговле (Japanese Fair Trade Commission, далее - JFTC). В отношении этой страны наблюдается схожее позиционирование адвокатирования конкуренции: так, адвокатирование конкуренции в понимании японских антимонопольных органов соответствует следующим моментам (APEC Training Course, 2006): осуществляется органами, ответственными за конкурентную политику; обеспечивает продвижение и развитие конкурентной среды для осуществления экономической деятельности; является альтернативой антимонопольному правоприменению; осуществляется посредством взаимодействия антимонопольных органов с другими государственными организациями; обеспечивает информированность общественности о преимуществах конкуренции¹³. Важным моментом следует отметить обоснование необходимости адвокатирования конкуренции: во-первых, адвокатирование конкуренции является важным моментом в процессе представления антимонопольного органа и создания правил, регулирующих рыночные отношения; во-вторых, применение закона о защите конкуренции становится более эффективным при осуществлении активного адвокатирования конкуренции; наконец, правильно подобранный инструментарий адвокатирования конкуренции также обеспечивает эффективность регулятивных реформ.

Комитет Японии по справедливой торговле выделяет в своей деятельности 5 ключевых приоритетов: развитие адвокатирования конкуренции, обеспечение работы антимонопольного закона, обеспечение справедливой конкуренции, поддержка дискуссий на предмет дальнейшего обозрения антимонопольного закона, продвижение роли JFTC на международном поприще. По мнению JFTC, адвокатирование конкуренции является эффективным инструментом усиления принуждения антимонопольного закона и закона о

¹² Официальный сайт Federal Trade Commission. Точка доступа: <https://www.ftc.gov/>

¹³ Официальный сайт Japan Fair Trade Commission. Точка доступа: <http://www.jftc.go.jp/en/cprc/katsudo/index.html>

конкуренции, а также способствует положительному развитию конкурентной рыночной конъюнктуры.

В Испании адвокатированием конкуренции занимается независимый регулятивный орган – Национальная комиссия по отраслевым рынкам и конкуренции (La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, далее – CNMC) (ICN Advocacy Workshop, 2012). Цель деятельности CNMC заключается в обеспечении эффективной конкуренции на всех рынках Испании. Комиссия объясняет необходимость адвокатирования конкуренции на примере стратегии «кнута и пряника», а именно - посредством невозможности постоянного применения принуждения как эффективного инструмента для устранения провалов рынка. Посредством адвокатирования конкуренции, CNMC ставит перед собой следующие задачи: развитие эффективного экономического регулирования (публикация отчетов, исследований), влиять на интервенции со стороны государства (внося свои предложения по тем или иным вопросам), позиционирование Комиссии как надежного советника (внушающего доверие), обращаться к надлежащим юрисдикциям против применения/следования тем законам и регулированиям, которые негативно отражаются на конкуренции. Комитет Каталонии по вопросам конкуренции (Autoritat Catalana de la Competencia) помимо этого подчеркивает необходимость повышения информированности общественности о преимуществах конкуренции и необходимости ее защиты и развития. При этом, адвокатирование конкуренции и принуждение рассматриваются как дополняющие друг друга элементы, служащие во благо единой миссии.

Главная цель адвокатирования конкуренции в Испании заключается в прямом продвижении конкурентной политики при принятии законов. На втором плане – информирование общественности о преимуществах конкуренции, распространение идей конкуренции среди различных групп стейкхолдеров (ICN Advocacy Workshop, 2012). При этом выделяются два типа инструментов адвокатирования конкуренции - неформальные и формальные, включающие в себя аналитические записки Департамента адвокатирования (через неформальные каналы связи), ответы на предложения о законопроектах (ex ante оценка регулирующего воздействия на рынки), отчеты о торговых позициях (ex post оценка регулирующего воздействия), исследования рынков и секторов экономики (оценка сложившейся ситуации в проекции на соблюдение принципов конкуренции), руководства и рекомендации (нацеленные на повышение информированности общественности, включающие в себя образовательные программы и т.д.).

Таким образом, можно заметить общие характеристики адвокатирования конкуренции в рассмотренных развитых странах:

1. Выполнение антимонопольным органом оценки регулирующего воздействия;
2. Обращение к соответствующим юрисдикциям с предоставлением рекомендаций относительно тех или иных законов, вредящих или подрывающих эффективную конкуренцию;
3. Информирование ключевых групп контрагентов относительно преимуществ конкуренции на различных рынках.
4. Данные характеристики согласуются с общими принципами, выведенными в первой части статьи – ведение адвокатирования конкуренции преимущественно на федеральном

уровне, с максимально возможной оценкой эффективности работы с привлечением широких слоев общественности.

Что касается различий, то они ярко выражены в Японии, где адвокати́рование конкуренции рассматривается не как дополнение к принуждению, а как альтернатива. Также стоит отметить опыт Испании, где адвокати́рование конкуренции рассматривается как инструмент для учета интересов конкурентной политики, при принятии различных законопроектов. Также, в Испании помимо проведения рыночных исследований, имеются тенденции к проведению *ex ante* и *ex post* оценки регулирующего воздействия, хотя это направление и нуждается в дальнейшем развитии.

Несколько иным образом воспринимается адвокати́рование конкуренции в развивающихся странах – на примере Бразилии, ЮАР, Индии и Китая. Обратимся к их опыту более подробно, отвечая на тот же вопрос, что и при рассмотрении опыта развитых стран: кто занимается адвокати́рованием конкуренции и что именно оно из себя представляет?

В Бразилии, после вступления в силу закона от 2012 г. о реструктуризации органов исполнительной власти, отвечающих за проведение конкурентной и антимонопольной политики, ответственным за адвокати́рование конкуренции стал Административный Совет по экономической защите (Administrative Council for Economic Defense, далее - CADE) (OECD, 2013a). Среди диапазона инициатив, принимаемых уполномоченными органами, особенно выделяется общая тенденция продвижения конкурентной культуры, посредством проведения дня антимонопольного принуждения на национальном уровне, активное проведение разъясняющих семинаров, публикацию брошюр и журналов для различных групп стейкхолдеров, создание информационной службы для граждан Бразилии.

Немаловажной является инициатива досудебных заседаний при CADE, которая, согласно отчетам бразильских антимонопольных структур, способствует укреплению антимонопольных инициатив и реализации конкурентной политики. Особенно следует отметить адвокати́рование конкуренции в разрезе разделяемых ценностей – активная политика CADE в отношении детей, внедрение и распространение образовательной программы с перспективой трудоустройства, публикацию книг и комиксов. Также практика адвокати́рования конкуренции в Бразилии интересна активным взаимодействием антимонопольных структур с другими органами государственной власти, нацеленная на более доскональное изучение поведения фирм в различных экономических отраслях.

Что касается **ЮАР**, то адвокати́рование конкуренции входит в функционал Комиссии по вопросам конкуренции (The Competition Commission, далее - Комиссия) – в ежегодном отчете за 2013/14 г. адвокати́рование признано одной из ведущих целей Комиссии: «Адвокати́рование конкуренции является одной из наших важнейших стратегических задач... продвижение конкуренции не может быть достигнуто только путем принуждения» («Competition advocacy is named in our strategic goals», Annual Report 2013/2014): «...the promotion of competition cannot be achieved through enforcement alone». (South African Competition Commission, 2013/14) В комиссии существует Отдел по адвокати́рованию и внешним связям (The Advocacy and Stakeholder Division, ASR), занимающийся добровольным соблюдением закона о конкуренции, информирует о проводимой политике и

законодательстве, занимается вопросами взаимодействия с внутренними и внешними стейкхолдерами в государственных и частных секторах, а также предоставляет информацию о текущих решениях и деятельности Комиссии.

Адвокати́рование конкуренции в **Индии** является одним из основополагающих элементов закона о конкуренции, нацеленное на создание, распространение и усиление информированности о преимуществах наличия конкурентных рынков в экономике. В Индии проблемами антимонопольного регулирования занимаются 2 органа – Комитет по вопросам конкуренции (Competition Commission of India, далее - Комитет) и Комиссия по монопольным и ограничительным действиям, подчиненная Правительству и Парламенту Индии (далее - Комиссия) (Competition Commission of India, 2012). Раздел 49 Закона предоставляет Комиссии по вопросам конкуренции (Индии) полномочия к использованию соответствующих мер по распространению адвокати́рования конкуренции, информированию и обеспечению консультационных услуг о целях и проблемах конкуренции (OECD, 2013b). Согласно отчетам, Комитет принимает на себя обязательства по распространению адвокати́рования среди групп стейкхолдеров, чтобы привить «культуру конкуренции» в экономике. Следуя заданной установке, Комитет акцентирует внимание на мерах, отличающихся от принуждения (non-enforcement measures), делегируя полномочия по прививанию конкуренции посредством взаимодействия со стейкхолдерами специализированному департаменту.

Структура антимонопольных органов в **Китае**, в отличие от других стран, не является централизованной. Так, согласно Антимонопольному закону Китая, вступившему в силу от 01 августа 2008 года, была сформирована Новая антимонопольная комиссия, осуществляющая надзор за применением нового антимонопольного законодательства. Помимо этого, среди полномочий Комиссии – координация деятельности трех государственных органов, контролирующих реализацию антимонопольной политики и применение антимонопольного закона. Среди них: антимонопольное бюро (Antimonopoly Bureau) при Министерстве торговли КНР (The Ministry of Commerce, далее - MOFCOM), занимающееся антимонопольным регулированием при осуществлении сделок слияний и поглощений, а также вопросами зарубежных капиталовложений; Национальная комиссия по развитию и реформам (National Development and Reform Commission, далее - NDRC), занимающаяся нарушениями правил ценообразования; Государственная администрация промышленности и торговли (State Administration for Industry and Commerce, далее - SAIC), уполномоченная по вопросам нарушений антимонопольного закона, не связанных с ценообразованием (Sheppard Mullin, 2015).

В 2011 году на Азиатском Форуме по вопросам конкуренции (Annual Asian Competition Forum) докладчиком на одной из панельных дискуссий выступил Мьяо Сунь (Miao Sun), заместитель директора антимонопольного бюро при Министерстве торговли КНР. Тема его доклада была сосредоточена на исследовании китайского опыта адвокати́рования конкуренции. Докладчиком были выделены четыре целевые группы, в отношении которых осуществляется адвокати́рование конкуренции:

1. Органы власти:

- 1) Проведение тренингов для представителей органов власти, отвечающих за принятие решений;

- 2) Проведение Ежегодного заседания Антимонопольной комиссии (на уровне министерств);
 - 3) Сотрудничество с представителями по внешним связям различных органов государственной власти, осуществляющих антимонопольный контроль;
 - 4) Ежегодные заседания Антимонопольного бюро и местных сторон;
 - 5) Проведение тренингов для местных властей как минимум 4 раза в год;
 - 6) Исследование адвокатирувания конкуренции в контексте зарубежного опыта;
 - 7) Проведение и участие недельной сессии по вопросам конкурентной политики при участии ЕС (EU - China Competition Policy Week);
 - 8) Обсуждение принимаемых мер в рамках используемой конкурентной политики.
2. Предприятия и промышленные ассоциации:
- 1) Проведение тренингов для генеральных директоров предприятий, а также штатных специалистов крупнейших государственных предприятий;
 - 2) Проведение тренингов для частных предприятий;
 - 3) Недельная сессия по вопросам конкурентной политики (EU - China Competition Policy Week);
 - 4) Консультации в процессе расследования дел (нарушающих антимонопольный закон);
3. Образовательные учреждения и исследовательские центры:
- 1) Проведение образовательных лекций для студентов;
 - 2) Проведение научных исследований в отношении закона и правоприменения;
4. Общественность:
- 1) Публикация стендовых докладов и ознакомительных книг;
 - 2) Раскрытие информации о решениях, вынесенных судом (по делам, нарушающим нормы антимонопольного законодательства);
 - 3) Пресс-релизы.

Таким образом, в развивающихся странах адвокатирувание конкуренции обладает следующими характеристиками: проведение образовательных программ и консультирование по вопросам конкуренции для различных групп контрагентов; обнародование информации судебных решений по рассмотренным делам.

Что касается различий, то, следует отметить Индию, как страну, в меньшей степени сотрудничающую со смежными органами власти при осуществлении своей консультационной деятельности. Отдельного упоминания заслуживает Китай, поскольку, ввиду отсутствия доступа к ряду информации, довольно сложно сделать необходимые выводы о деятельности антимонопольных органов в отношении адвокатирувания конкуренции.

Примечательно то, что на этом фоне хорошо ощутима грань между развитыми странами и сильными развивающимися – если в отношении первой категории адвокатирувание конкуренции принимает более активный вид, то для развивающихся стран, адвокатирувание конкуренции пока обладает недостаточно выраженными характеристиками. Так, среди развитых стран, антимонопольный орган, действуя в его интересах, активно проводит свою работу на стыке с другими органами исполнительной власти, обеспечивая

следование интересам конкурентной политики во всех сферах экономики. Помимо этого, среди развитых стран более интенсивна практика рыночных исследований с целью выявления провалов непосредственно государственного регулирования, в то время как в развивающихся странах, рыночные исследования применяются с целью выявления прямых нарушений антимонопольного закона.

Тем не менее, следует отметить и важную сходную черту, присущую как для развитых, так и для развивающихся стран – в частности, повышение осведомленности общественности о преимуществах конкуренции на различных рынках, а также о последствиях несоблюдения антимонопольного законодательства, которое имеет непосредственное влияние на общественное благосостояние.

3. Возможности применения адвокати́рования конкуренции в России

Данный раздел статьи посвящен анализу имеющегося опыта адвокати́рования конкуренции в России, а также возможных путей развития данного направления. Изначально важно понять, какие убеждения имеются у граждан Российской Федерации относительно важности конкуренции на рынках в сравнении с другими странами, как одного из показателей эффективности работы мер по АК.

В анкете World Values Survey¹⁴, методика исследования которого используется для построения «профилей страны» - основных ее культурных и социальных характеристик, которые являются сопоставимыми как с другими странами, так и по времени – имеется следующий вопрос: «Конкуренция полезна или вредна?» («Competition good or harmful»)¹⁵. Ответы на этот вопрос, представлены на Рисунке 2.

¹⁴ Официальный сайт исследования <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

¹⁵ Каждый из опрошенных оценивал по десятибалльной шкале представленное утверждение, где 1 балл – положительная оценка конкуренции (формулировка «Конкуренция это хорошо. Она стимулирует людей работать и развивать новые идеи»), а 10 баллов – негативная оценка (формулировка «Конкуренция вредна. Она заставляет проявлять все худшее в людях»)

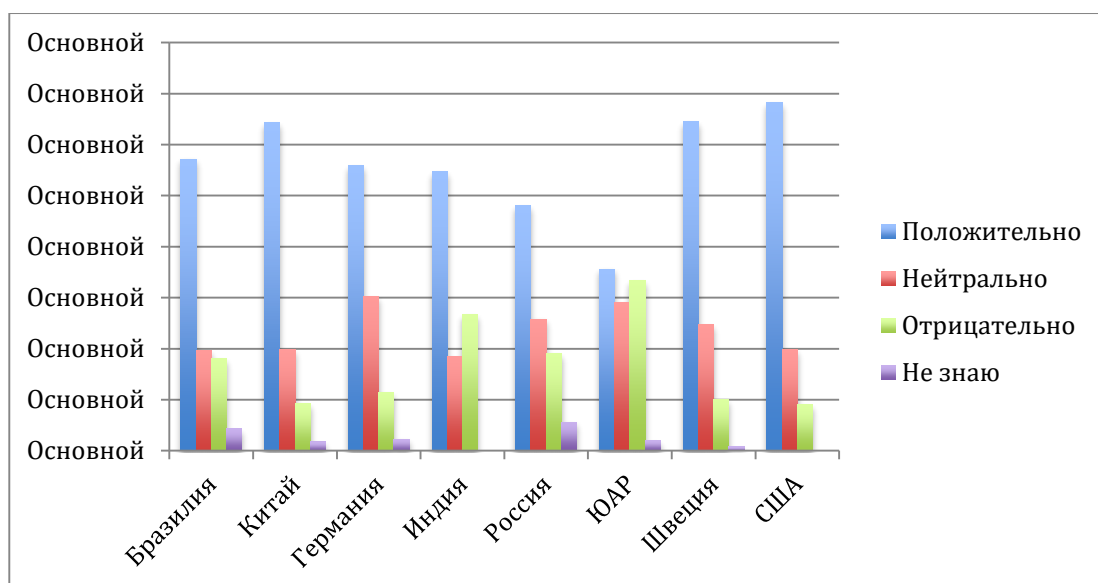


Рисунок 2. Ответы на вопрос «Конкуренция полезна или вредна?», страновая выборка ¹⁶

Можно заметить, что наименее положительную оценку конкуренции дают жители ЮАР. Данная страна является «самой сомневающейся» из всех представленных стран – доля положительных, отрицательных и нейтральных ответов почти одинакова, хотя антимонопольные органы ЮАР проводят достаточно активную политику по адвокатированию конкуренции, но это может лишь свидетельствовать о наличии большого поля для работы. Результаты Китая, Швеции и США почти сопоставимы – все три страны имеют сильные государственные аппараты, правда, с разными институциональными механизмами. В контексте данной статьи важно, что Россия среди представленных стран является тем регионом, где больше всех доля жителей, которые ничего не знают о конкуренции и ее влиянии на экономику и социальное благосостояние даже на бытовом уровне. Это говорит о недостаточной информированности населения о ведущейся и планируемой конкурентной политике, а также вероятнее всего, это связано с тем, что лишь небольшая прослойка людей сталкивается с данными вопросами на личном опыте – не участвуют в малом, среднем или крупном бизнесе.

Основную роль в адвокатировании конкуренции в России играет Федеральная антимонопольная служба. ФАС России является многофункциональным органом, в сфере деятельности которого лежит контроль за соблюдением свыше 20 законов и законодательных актов, что само по себе уже предполагает наличие сети взаимодействия с иными государственными органами. Важно подчеркнуть, что Россия является одной из немногих стран, где конкурентные принципы закреплены конституционно (в Статье 8 (1) и Статье 34 (2)). Одним из наиболее важных способов, в которых ФАС России может участвовать в адвокатировании конкуренции является работа по включению важных про-конкурентных пунктов (или исключение антиконкурентных) в законодательные и политически и экономически необходимые изменения этих планов. Более того, ФАС России не только является «адвокатом» предлагаемых изменений, но, и как правило, выступает их инициатором

¹⁶ Источник: World Values Survey Wave 6: 2010-2014

и разработчиком (примерами могут служить Закон о рекламе (2006), и Закон о конкуренции (2006)).

ФАС России определяет деятельность адвокатиования, как противопоставление принудительной деятельности: «Адвокатиование конкуренции представляет собой практику, которую ведет антимонопольный орган ради создания конкурентных условий для экономической деятельности не с использованием правоприменительных механизмов, а на основе взаимодействия с другими государственными ведомствами, бизнес-сообществом и за счет повышения информированности общественности о пользе конкуренции» (ФАС России, 2012).

Адвокатиование конкуренции в России имеет множество форм, начиная со стандартно выделяемых – взаимодействие с иными государственными органами, международными сообществами, бизнес-сообществами и публикация новостей и основных результатов работы, до не особо распространенных в иных странах, как например, социальная реклама, которая позволила повысить узнаваемость антимонопольной службы среди широких масс населения. Типы мероприятий по АК в России можно представить в виде Таблицы 1.

Таблица 1.

Мероприятия по адвокатиованию конкуренции ФАС России¹⁷

1	Общественные выступления	Проведение семинаров и конференций, направленных на популяризацию и объяснение необходимости соблюдения антимонопольного законодательства среди представителей как бизнес-сообщества, так и органов власти.
2	СМИ	Осуществление в печатных и электронных СМИ кампании, направленной на разъяснение преимуществ конкуренции.
		Размещение информационных и аналитических материалов, направленных на предупреждение нарушений антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе.
		Освещение результатов деятельности антимонопольных органов.
3	Издательская деятельность	Тематические сборники, монографии, переводы иностранных книг, статьи, имеющие отношение к конкурентной политике
4	Сайт ФАС	Поддержание официального сайта.
		Периодическое раскрытие через сайт существенной информации о деятельности антимонопольных органов.
		Модернизация и создание сайтов территориальных органов ФАС, расположенных в центрах федеральных округов.
5	Взаимодействие с организациями	Общественные организации.
		Профессиональные союзы.

¹⁷ Источник: Составлено автором, Проект Целевой программы ФАС России «Адвокатиование конкуренции», 2007

		Ассоциации.
		Научная общественность.
6	Взаимодействие с государственным и органами	Взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления для учета замечаний и предложений ФАС России, направленных на обеспечение конкуренции при подготовке нормативно-правовых документов.
7	Экспертная деятельность	Работа экспертных советов ФАС России.

Стоит отметить, что ведомство ведет довольно активную политику в этой области. Однако по материалам, выложенным на официальном сайте ведомства, можно сказать, что интерес к теме адвокатирования конкуренции развивается, но несколько скачкообразно – достигнув пика в 2011-2012 годах (при публикации отчетов о проделанной работе), принимает после этого урывочный характер (стоит оговорить, что это касается лишь той части адвокатирования, которая касается обнародования результатов для широкой аудитории).

Несмотря на довольно широкий масштаб проводимых работ, имеется ряд недостатков и трудностей, с которыми реально или потенциально сталкивается ФАС России. В первую очередь это связано с «внешними» факторами – работой иных ведомств России: «Сегодня, зачастую, многие министерства не выражают заинтересованности в развитии конкуренции и оказывают сопротивление мерам, принимаемым ФАС России. Так, очень часто издаются нормативно-правовые акты, которые создают излишние административные барьеры, препятствуют развитию конкуренции или выходу на рынок той или иной компании»¹⁸.

Во-вторых, текущая экономическая и политическая ситуация осложняет взаимодействие с международным сообществом: как зарубежными конкурентными ведомствами, так и независимыми организациями. В осложненных условиях адвокатирование конкуренции может помочь в перераспределении (и экономии) издержек, как для антимонопольного органа (адвокатирование конкуренции в среднесрочной перспективе помогает решать конфликты в досудебном порядке или предотвращает их вовсе, что позволяет не отвлекать средства на их регулирование), так и для бизнеса. Более того, ценовые и неценовые эффекты могут помочь увеличить благосостояние потребителей через снижение цен, увеличение разнообразия продукции, усиление инновационной деятельности. Учитывая политику импортозамещения и стимулирования внутреннего рынка, последние факторы должны играть не последнюю роль в оценке и планировании деятельности органов власти.

В-третьих, наблюдается явный недостаток системы оценки деятельности по адвокатированию конкуренции, которая должна осуществляться различными способами. Например, проследить среднесрочные и долгосрочные эффекты от внедряемой политики возможно с помощью унифицированных опросов, которые могут отражать различные

¹⁸ Замглавы ФАС Андрей Цыганов на конференции ООН рассказал об опыте адвокатирования и правоприменения // Новость на сайте ФАС России от 08 июля 2015 10:37. [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_36758.html

стороны работы антимонопольного органа России. Важно подчеркнуть, что осуществление данного опроса может быть закреплено не обязательно за самим органом, а за независимыми экспертами (компаниями). Естественно, результаты данного опроса должны регулярно публиковаться в электронном или даже в печатном виде и должны быть доступны широкому кругу лиц, так как данный фактор играет ключевую роль в успешности АК. Имеющиеся на данный момент независимые показатели имеют недостатки: World Value Survey - ограниченный набор вопросов, а Global Competition Review имеет платный доступ. В то же время, необходима отчетность об эффективности работы программы в краткосрочной перспективе, включающая оценку обоснованности расходов денежных средств, как *ex post*, так и *ex ante*.

В-четвертых, актуальной остается разработка руководящих принципов и дорожных карт, касающихся важных нормативных аспектов с объяснениями, почему важно именно такое поведение. Данный пункт касается, прежде всего, представителей бизнеса, но также может представлять интерес и для потребителей. Перспективным направлением является составление *ex ante* и *ex post* оценки регулирующего воздействия, однако, как показал опыт даже развитых стран, данный пункт является довольно трудозатратным. При данной оценке следует уделять особое внимание на эффекты (как ценовые, так и неценовые), создаваемые для потребителей: наличие денежной (или качественной) оценки данной области является ключевым фактором для принятия политики АК как государственными органами, так и бизнес сообществом.

В-пятых, возможным развитием деятельности по адвокатированию конкуренции является создание отдельной платформы между исследователями, экспертами, научным сообществом и представителями ФАС России, примером таковой площадки может послужить Исследовательский центр конкурентной политики (Competition Policy Research Center) в Японии. В России имеются некоторые бизнес-сообщества, которые могут выступить как уже существующая основа для обмена опытом и создания базы знаний и практик в области адвокатирования конкуренции и систематизации успешных примеров его применения отдельными агентствами.

В заключение можно привести цитату из отчета Федеральной торговой комиссии США: «Так как неразумные государственные ограничения способны привести к ошеломляющим потерям для потребителей, потенциальные выгоды программы адвокатирования превосходят весь бюджет антимонопольного органа» (Report of the American Bar Association, 1989).

Заключение

В заключение можно привести цитату из отчета Федеральной торговой комиссии США: «Так как неразумные государственные ограничения способны наложить ошеломляющие потери на потребителей, потенциальные выгоды программы адвокатирования превосходят весь бюджет антимонопольного органа» (Report of the American Bar Association, 1989).

Увидеть и оценить вышеобозначенные выгоды является приоритетной задачей в рамках формирования и исполнения программы адвокатирования антимонопольным органом.

Анализ опыта адвокатирования конкуренции развитых и развивающихся стран показывает, что поддержание эффективной конкурентной среды в значительной мере зависит от многообразия вовлеченных в процесс адвокатирования участников. Определяющими факторами успешности принятия мер по адвокатированию конкуренции экономическими агентами на рынке (а после и корректирование поведения на рынке в сторону проконкурентного) также являются: (1) вовлеченность антимонопольного органа в проектирование законодательных актов, (2) наличие группы особых интересов в отрасли, активно реагирующую на предлагаемые меры, (3) возможность эмпирического обоснования предлагаемых мер и оценки их влияния, (4) ощутимые и видимые эффекты на благосостояние потребителей.

Примеры развитых и развивающихся стран демонстрируют, что проведение образовательных программ и консультирование по вопросам конкуренции для различных групп контрагентов и обнародование информации судебных решений по рассмотренным делам – важные направления адвокатирования конкуренции. Однако среди развитых стран более интенсивна практика рыночных исследований с целью выявления провалов непосредственно государственного регулирования, в то время как в развивающихся странах, рыночные исследования применяются с целью выявления прямых нарушений антимонопольного закона.

На основании зарубежного опыта определены пути развития адвокатированию конкуренции в России: в первую очередь разрешение проблемы коммуникаций с иными государственными органами в области взаимодействия относительно принимаемых или изменяемых законодательных актов, которые прямо или косвенно могут повлиять на состояние конкурентной среды. Стоит прислушаться к зарубежному опыту в области оценки эффективности работы мер по адвокатированию конкуренции с точки зрения влияния на потребительское благосостояние и предоставления доступа к данной информации для заинтересованных сторон. Особое внимание необходимо уделять многостороннему взаимодействию с иными агентами: бизнес-средой и международными организациями в области конкурентной политики.

Список литературы

Авдашева С., Шаститко А. Адвокатирование конкуренции как часть конкурентной политики // Вопросы экономики. — 2005. — № 12. — С. 109–121.

Авдашева С., Шаститко А. Конкурентная политика: состав, структура, система // Современная конкуренция. — 2010. — № 1. — С. 5–20.

Замглавы ФАС Андрей Цыганов на конференции ООН рассказал об опыте адвокатирования и правоприменения // Новость на сайте ФАС России от 08 июля 2015 10:37. [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: http://www.fas.gov.ru/fas-news/fas-news_36758.html

Проект Целевой программы ФАС России «Адвокатирование конкуренции», 2007.

ФАС России, «Доклад Федеральной антимонопольной службы и ее территориальных органов об адвокатировании конкуренции в Российской Федерации в 2011-2012 гг», 2012 г.

Шаститко А., Комкова А., Курдин А. Что экономическая теория может рассказать об адвокатировании конкуренции? — 2016. — № 1.

Advocacy Working Group «Advocacy and Competition Policy», 2002 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc358.pdf>

American Antitrust Institute White Papers [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: http://www.antitrustinstitute.org/aai_activities/white-papers

APEC Training Course, Advocacy of Competition Policy in Japan (Yoshihisa Takahashi, JFTC), August 2006 [Электронный ресурс] URL http://www.jftc.go.jp/eacpf/05/APECTrainingCourseAugust2006/Group2/Takahashi_Japan.pdf (дата обращения 17.10.15)

Brynjolfsson E., Hu Y., Smith M. Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers // Management Science. 2003. Vol.49, №11. P. 1580-1596.

Celnicker A. The Federal Trade Commission's Competition and Consumer Advocacy Program // Saint Louis Law Journal. 1989. Vol.33. P. 379-405.

Competition Commission of India, 2012 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: <http://cci.gov.in/May2011/Advocacy/CCIAnnualAdvocacyReturn2012-13.pdf>

Cooper J., Pautler P., Zywicki T. Theory and Practice of Competition Advocacy at the FTC // Antitrust Law Journal. 2005. Vol. 72, №3. P. 1091-1112.

Hammond T., Knott J. Who Controls the Bureaucracy?: Presidential Power, Congressional Dominance, Legal Constraints, and Bureaucratic Autonomy in a Model of Multi-Institutional Policy-Making // Journal of Law, Economics & Organization. 1996. Vol. 12, №1. P. 119-166.

ICN Advocacy Workshop Antonio Maudes Spain Director Advocacy Division, Paris, October 2012

Krishnan G. Audit Quality and the Pricing of Discretionary Accruals // Auditing: A Journal of Practice and Theory. 2003. Vol. 21, №2. P. 97-113.

Ministry of Justice, Antitrust Division Manual, 2015, ch. 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.justice.gov/atr/file/761166/download> (Дата обращения 18.10.15)

OECD «Annual Report on Competition Policy Developments in Brazil 2013», 2013a [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/AR\(2014\)9&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/AR(2014)9&docLanguage=En)

OECD «Annual Report on Competition Policy Developments in India 2013», 2013b [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/AR\(2014\)47&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/AR(2014)47&docLanguage=En)

Office of Fair Trading «Evaluation of OFT Competition Advocacy», 2010 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: <http://londoneconomics.co.uk/wp-content/uploads/2011/09/21-Evaluation-of-OFT-Competition-Advocacy.pdf>

Report of the American Bar Association Section of Antitrust Law Special Committee to Study the Role of the Federal Trade Commission // Antitrust Law Journal 43, 94 (1989).

Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. Том 7. Выпуск 1.

Sheppard Mullin «China Prime Series: Anti Monopoly Law 2015», 2015 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: <http://www.antitrustlawblog.com/wp-content/uploads/sites/148/2015/02/Sheppard-Mullin-China-AML-Primer-2015.pdf>

Sofia Competition Forum «Guidelines for implementing competition advocacy», 2013 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: http://unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb_SCF_AdvocacyGuidelines_en.pdf

South African Competition Commission, 2013/14 [Электронный ресурс]. Ссылка доступа: <http://www.compcom.co.za/wp-content/uploads/2014/09/Competition-Commission-AR-201314-web.pdf>

World Values Survey Wave 6: 2010-2014. Competition good or harmful.

COMPETITION ADVOCACY FOREIGN EXPERIENCE: GOALS, METHODS AND RESULTS

Anastasia Morosanova

Junior research fellow

MSU

Faculty of Economics,

Research fellow, Russian Presidential

Academy of National Economy and Public Administration

(Moscow, Russia)

Anna Meleshkina

Research fellow, Russian Presidential

Academy of National Economy and Public Administration

Ph.D. student

MSU

Faculty of Economics

(Moscow, Russia)

Adelya Fatikhova

Junior research fellow, Russian Presidential

Academy of National Economy and Public Administration

master's student

MSU

Faculty of Economics

(Moscow, Russia)

Abstract

Developed countries experience in sphere of competition advocacy proves that the maintenance of an effective competitive environment is heavily dependent on the members variety involved in advocacy. The involvement of the competition authority in designing legislation also has a significant impact on the success of the advocacy actions. The presence of interest group in the economic sector, the possibility of empirical studies of proposed measures and its impact can help in acceptance of competition advocacy policy by market agents. Developed and developing foreign

countries examples demonstrates that there are common factors of competition advocacy: educational programs, competition issues advising for different groups of counterparties, public disclosure of judgments and cases. However, developed countries are more intensive in practice of market research in order to identify gaps in state regulation, while developing countries focus on direct violations of antitrust law. This foreign experience analysis shows the possible ways of competition advocacy activities development in Russia.

Key words: competition advocacy, competition policy, competition authority

JEL codes: L4, K21