**Проблемные вопросы, возникающие при оказании содействия внедрению Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ**

Внедрение Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ и разработка на его основе дорожных карт – новое направление деятельности для всех участников процесса и в первую очередь для самих субъектов. Достаточно посмотреть на дорожные карты развития конкуренции, утвержденные на сегодняшний день рядом регионов, чтобы понять, что в большинстве случаев это формально составленные документы.

Между тем, надо признать, что формализм был спровоцирован целым комплексом проблемных вопросов, возникших из формулировок и понятий, предусмотренных самим стандартом.

1. Так, Стандарт предусматривает обязанность уполномоченного органа по оценке состояния конкуренции на рынках и по мониторингу наличия административных барьеров, что должно быть положено в основу планирования мероприятий по содействию развитию конкуренции и разработки показателей развития конкуренции на предстоящий период. При этом, Стандарт не предлагает каких-либо методик по оценке состояния конкуренции, указывая на возможность уполномоченными органами самостоятельно определить каким образом они это будут делать. Надо признать, что оценка состояния конкуренции на товарных рынках - трудоёмкая аналитическая работа. Уполномоченные органы на сегодняшний день не имеют ни опыта, ни какой-либо базы для проведения такой работы. А ведь именно оценка состояния конкуренции лежит в основе работы по разработке дорожной карты.

Видится, что при наличии методик, утвержденных приказом ФАС № 220 и при наличии сложившейся практики антимонопольных органов по оценке состояния конкуренции на рынках, внедрение других методик было бы нецелесообразно. Только при условии применения единой методики уполномоченные органы и антимонопольные органы будут располагать сопоставимой информацией и строить единообразную практику.

Из изложенного полагаю, что в своей работе уполномоченные органы должны руководствоваться приказом ФАС России № 220 "Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкурентной среды на товарных рынках". В связи с чем, предлагаю внести изменение в пункт 44 Стандарта развития конкуренции путём исключения условия о самостоятельном выборе методики и включения условия о применении приказа ФАС № 220

44. Уполномоченный орган вправе самостоятельно выбирать методику проведения мониторинга в соответствии с [пунктами 42](#P160) и [43](#P176) стандарта, а также определять критерии:

а) оценки состояния конкурентной среды субъектами предпринимательской деятельности;

б) установления наличия и уровня административных барьеров и их оценки субъектами предпринимательской деятельности;

в) удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках субъекта Российской Федерации, а также состоянием ценовой конкуренции;

г) иные критерии.

2. В соответствии с пунктом 9.1. приказа ФАС № 220 оценка состояния конкуренции на товарном рынке включает:

а) заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок: к рынку с развитой конкуренцией, к рынку с недостаточно развитой конкуренцией или к рынку с неразвитой конкуренцией;

б) оценку перспективы изменения конкуренции на рассматриваемом товарном рынке (в случаях, предусмотренных подпунктами "б" и "в" пункта 1.1).

Заключение о том, к какому виду рынков относится рассматриваемый товарный рынок, дается на основании показателей уровня концентрации товарного рынка, к которым относятся:

* коэффициент рыночной концентрации
* Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана
* а также степени преодолимости барьеров входа на товарный рынок (пункт 9.2 приказа ФАС № 220).
* Перспектива изменения конкуренции может быть оценена исходя из динамики указанных показателей.
* Если рынок является рынком с неразвитой конкуренцией, то на основании показателей уровня концентрации товарного рынка можно спрогнозировать как должен измениться состав рынка для того, чтобы рынок вошёл в состояние развитой конкуренции.

Именно на развитие конкуренции в перспективе должны быть направлены мероприятия дорожной карты. Следовательно, Стандарт должен содержать показатели на основании которых можно было бы спрогнозировать перспективу такого развития. Степень эффективности мероприятий дорожной карты должна измеряться динамикой таких показателей.

Целевые показатели, предусмотренные Стандартом на сегодняшний день не отражают ни состояние рынка, ни степень эффективности мероприятий.

Как показала практика большинство целевых показателей, предусмотренных стандартом, уже достигнуты регионами, из чего может последовать вывод, что на рынках развивать конкуренцию не требуется. Однако такие выводы не будут соответствовать действительности.

Полагаю, что при разработке мероприятий по содействию развитию конкуренции как на социально значимых, так и на приоритетных рынках уполномоченный орган должен располагать информацией как об уровне концентрации такого рынка, так и о возможностях преодолимости барьеров входа на товарный рынок.

мероприятия дорожной карты обязательно должны оцениваться с точки зрения создания условий для преодолимости барьеров, и в таком случае характеристикой, свидетельствующей об улучшении условий преодолимости барьера будет являться срок преодолимости.

В качестве барьеров могут выступать различные факторы. Повлиять на преодолимость административных барьеров регионы в силах. В рамках дорожной карты субъекты могут снижать преодолимость административных барьеров через совершенствование процедур по предоставлению государственных и муниципальных услуг и в первую очередь путём сокращения сроков их оказания.

На основании изложенного предлагаю в приложении к Стандарту в качестве целевых показателей предусмотреть для каждого рынка следующие показатели:

* коэффициент рыночной концентрации;
* Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана;
* Срок преодолимости барьера.

3. Стандартом не предусмотрена такая особенность функционирования некоторых товарных рынков, как зависимость от смежных рынков. Возможна ситуация, при которой мероприятия по содействию развития конкуренции в отношении отдельного рынка будут неэффективны, поскольку смежные рынки одновременно развиваться не будут. Если предложение на сырьевом рынке ограничено, то никакие мероприятия не улучшат состояния конкуренции на рынке готовой продукции и наоборот. В связи с чем, наряду с перечнем приоритетных рынков, необходимо также разрабатывать перечень рынков, которые являются смежными для приоритетных. Контрольные показатели состояния конкуренции следует определять и для смежных рынков. Если контрольные показатели в предыдущем году не достигнуты, то такие рынки в отчетном году следует включать в приоритетные и также разрабатывать для них мероприятия по развитию конкуренции.

На основании изложенного, предлагаю включить в пункт 47 Стандарта условие о том, что уполномоченный орган по результатам проведённого мониторинга включает в доклад информацию как о состоянии конкуренции на рынках, включённых в перечень, так и состоянии конкуренции на смежных рынках и перспективе развития конкуренции на рынках, включённых в перечень с учётом состояния конкуренции на смежных рынках.

При этом, высока вероятность того, что смежные рынки окажутся либо на территории другого субъекта, либо являются межрегиональными.

Отсюда возникает ещё один проблемный вопрос - развитие конкуренции на межрегиональных рынках.

4. Стандарт не предусматривает, как быть, если социально значимый или приоритетный рынок является межрегиональным. Например, рынки пассажирских перевозок по межрегиональным маршрутам. На сегодняшний день субъекты РФ слабо работают в направлении развития таких рынков, поскольку решение об открытии маршрута принимается Минтрансом РФ.

Видится, что помимо региональных перченей социально значимых и приоритетных рынков необходимо утверждать перечни социально значимых и приоритетных межрегиональных рынков, с установлением соответствующих целевых показателей. И, соответственно, разрабатывать и реализовывать мероприятия по развитию конкуренции на таких рынках.

Видится, что развитие конкуренции на таких рынках должно являться результатом совместных усилий как субъектов, так и профильных ведомств федерального уровня.

Полагаю, что особенности разработки мероприятий по развитию межрегиональных рынков должны быть прописаны в стандарте. К таким особенностям можно отнести следующие:

* заключение межрегиональных соглашений о реализации мероприятий на таких рынках;
* Заключение субъектами соглашений с профильными ведомствами федерального уровня;
* Внесение субъектами предложения о включении мероприятий по развитию межрегиональных рынков в федеральную дорожную карту по развитию конкуренции.