

ПРАВОВЫЕ КОНСТРУКЦИИ АНТИКОНКУРЕНТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРАВОВАЯ ОЦЕНКА

Симаков Дмитрий Анатольевич,

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

В статье рассмотрены правовые конструкции ценового сговора как незаконной формы антиконкурентного ценообразования и проявления монополистической деятельности. Установлены экономические основы возникновения и целевой направленности ценовых соглашений и согласованных действий хозяйствующих субъектов, условия их возникновения и методы поддержания.

Карл Маркс, анализируя производственные отношения капитализма свободной конкуренции, выделил монополию как неотъемлемый элемент этой системы хозяйствования. Им было раскрыто противоречивое единство монополии и конкуренции: «В практической жизни мы находим не только конкуренцию, монополию и их антагонизм, но также и их синтез, который есть не формула, а движение. Монополия производит конкуренцию, конкуренция производит монополию. Монополисты конкурируют между собой, конкуренты становятся монополистами... Синтез заключается в том, что монополия может держаться лишь благодаря тому, что она постоянно вступает в конкурентную борьбу» [3, с. 166]. Каждый производитель (продавец) конкурирует с другими за деньги покупателя, но в то же время каждый из них стремится быть единственным в своей сфере деятельности и контролировать рынок данного товара.

Согласно организации отраслевых рынков, в условиях олигополии совокупная прибыль отрасли меньше монопольной, поскольку олигополист максимизирует собственную прибыль частично за счет прибыли конкурентов. Альтернативным решением, позволяющим всем фирмам увеличить свою рыночную власть, а значит, и устанавливать цену, превышающую предельные издержки, является сговор [2, с. 158]. Это объективно объясняет научный и практический интерес со стороны антимонопольной политики к основаниям, условиям и пределам действия запретов на сговоры хозяйствующих субъектов о разделе рынков и согласовании цен.

В качестве субъектов ценового сговора выступают хозяйствующие субъекты – конкуренты, взаимодействующие на олигополистическом рынке. Именно олигополистическая структура рынка приводит к взаимозависимости маркетинговых стратегий его участников и создает необходимые условия для возникновения сговора.

Поведение хозяйствующих субъектов, вступивших в антиконкурентные соглашения (сговор), по результатам тождественно поведению хозяйствующих субъектов, занимающих на рынке доминирующее положение, но его сложно обнаружить: каждый участник сговора имеет «обычные» экономические характеристики. Вот почему выявление и пресечение ценового сговора является важной и наиболее проблемной областью антимонопольного регулирования.

Известны две формы ценового сговора – явный и молчаливый. Правовыми конструкциями для отражения понятий явного и молчаливого сговора являются соответственно ценовые соглашения и согласованные действия. Будучи инструментом ограничения конкуренции, ценовые соглашения и согласованные действия участников рынка приводят к значительным потерям для покупателей. Стимулом для заключения соглашений выступает возможность повысить цену выше того уровня, который сложился бы в ходе конкуренции между продавцами. Особенность согласованных действий в отличие от соглашений – параллельное повышение цен при отсутствии явной договоренности между участниками рынка. Причем для координации цен и других условий сделок между компаниями им не нужно заключать тайное соглашение, достаточно взаимного понимания тех выигрышей, которые получают участники рынка в случае отказа от конкуренции между собой [4, с. 32].

В соответствии с национальным законодательством Республики Беларусь согласно подпункту 1.19. ст. 1 Закона «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон) соглашение определено как договоренность в письменной форме, содержащаяся в документе или нескольких документах, а также как договоренность в уст-

ной форме. Сторонами соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, согласно пункту 1 статьи 13 Закона могут быть только хозяйствующие субъекты – конкуренты, т.е. хозяйствующие субъекты, действующие на одном товарном рынке. Результатом таких соглашений они имеют или могут иметь:

- раздел товарного рынка по территориальному принципу, объемам сделок, видам, объемам, ассортименту товаров и их ценам (тарифам), кругу продавцов либо потребителей;

- исключение или ограничение доступа на товарный рынок других хозяйствующих субъектов;

- установление, повышение, снижение или поддержание цен (тарифов), в том числе различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

- повышение, снижение или поддержание цен на торгах;

- экономически или технологически не обоснованное сокращение и (или) прекращение производства товаров;

- экономически или технологически не обоснованный отказ от заключения договоров с определенными продавцами или потребителями.

Согласованными действиями, подпадающими под запрет п. 2 ст. 13 Закона, являются действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, удовлетворяющие в совокупности следующим условиям:

- действия хозяйствующих субъектов заранее известны каждому из них;

- результат таких действий соответствует интересам каждого из таких хозяйствующих субъектов;

- действия каждого из указанных хозяйствующих субъектов вызваны действиями иных хозяйствующих субъектов, участвующих в согласованных действиях, и не являются следствием обстоятельств, в равной мере влияющих на все хозяйствующие субъекты на соответствующем товарном рынке. Такими обстоятельствами могут быть изменение регулируемых цен (тарифов), изменение цен на сырье, изменение цен на товар на мировых товарных рынках, существенное изменение спроса на товар в течение не менее одного года или в течение срока существования соответствующего товарного рынка, если такой срок составляет менее одного года, и иные обстоятельства.

По существу, осуществление согласованных действий, в отличие от соглашений, ограничивающих конкуренцию, не предполагает наличие правового обязывающего действия и не основывается на заключении участниками данных действий гражданско-правового соглашения. Правовая интерпретация участия хозяйствующих субъектов в согласованных действиях, имеющих своей целью ограничение конкуренции, допускает, что сам характер таких действий (необоснованное повышение цен, необоснованное

установление ценовых зон и др.) предполагает предоставление иным хозяйствующим субъектам достаточного количества информации о возможности (успешности) согласованных действий.

В этой связи можно сделать вывод, что согласованные действия осуществляются хозяйствующими субъектами, которые изначально обладают информацией (принцип осведомленности), на основании которой они принимают решение осуществлять согласованные действия (принцип умышленности действий). Таким образом, данные действия основаны на одностороннем самостоятельном решении хозяйствующих субъектов осознанно подчинить свое экономическое поведение на рынке поведению конкурентов и координировать свои действия с их действиями.

Вместе с тем в отсутствие письменной договоренности очень сложным является доказательство того, что в действиях субъектов действительно имеется взаимосогласованность и взаимообусловленность.

В условиях молчаливого сговора для его установления и поддержания участники придерживаются стратегии «сознательного параллелизма», при которой фирмы как бы случайно выбирают одинаковые рыночные цены, используя для этого разные способы. Во-первых, это лидерство в ценах, гарантирующее, что остальные участники рынка будут придерживаться той цены, которую назначит фирма-лидер. Во-вторых, это фокальные точки, которые выбираются по принципу аналогии, симметрии, на основе предшествующего опыта. Назначая цену на уровне фокальной точки, фирма показывает свое намерение не развязывать ценовой войны, молча призывая других рыночных агентов к координации. В-третьих, это система ценообразования по базисным пунктам, при которой цена товара определяется суммированием продажной цены и издержек транспортировки от условного места («базисного пункта») до покупателя. Другим инструментом координации на основе единой системы ценообразования является так называемое «эвристическое ценообразование»: цена устанавливается исходя из оценочных средних издержек и нормальной нормы прибыли к ним. Если все участники отрасли характеризуются одинаковыми издержками и претендуют на одинаковую норму прибыли, предлагаемые ими цены будут идентичны, даже при отсутствии формального сговора между ними [1, с. 120–122]. Необходимым условием для участников молчаливого сговора при координации действий является информационная прозрачность рынка, обеспечиваемая путем раскрытия информации о ценах.

Таким образом, в ходе исследования правовых аспектов антиконкурентного ценообразования раскрыта негативная сторона антиконкурентных отношений хозяйствующих субъектов, вступающих в сговор. Такое их поведение на рынке (и явный, и молчаливый сговор) с юридической точ-

ки зрения является противозаконным, поскольку имеет своим следствием ограничение конкуренции, ущемление интересов других хозяйствующих субъектов, а также потребителей. С экономической точки зрения ценовой сговор неэффективен, поскольку, как правило, приводит к потере аллокативной и производственной эффективности, а также изменению динамической эффективности отрасли.

Список источников

1. Авдашева, С. Б. Доминирующее положение и антиконкурентные соглашения / С. Б. Авдашева, Н. М. Розанова // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2004. – Том 2. – № 2. – С. 112–127.
2. Кабраль, Луис, М. Б. Организация отраслевых рынков: вводный курс / Луис М. Б. Кабраль ; пер. с англ. А. Д. Шведа. – Минск : Новое знание, 2003. – 356 с.
3. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс // Соч. – 2-е изд. – М. : Гос. изд. полит. лит-ры, 1955. – Т. 4.
4. Юсупова, Г. Ф. Проблемы противодействия ограничивающим конкуренцию соглашениям в российской антимонопольной политике / Г. Ф. Юсупова // Современная конкуренция. – 2009. – № 2 (14). – С. 31–43.