

Олигопсония в антимонопольном законодательстве России

Научный руководитель – - - -

Алексеев Сергей Владимирович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: alekseev.sergey.vl@gmail.com

Олигопсонией является рыночная структура, при которой спрос на товар предъявляют несколько покупателей, хотя бы один из которых имеет возможность оказывать влияние на формирование рыночной цены, а предложение формируется множеством продавцов, ни один из которых самостоятельно не может оказывать влияние на формирование рыночной цены. Олигопсонизированными являются рынки сельскохозяйственных продуктов, которые используются в качестве сырья несколькими перерабатывающими заводами; олигопсонистами могут являться сети розничной торговли (по отношению к поставщикам).

Фирмы-олигопсонисты, пользуясь своим доминирующим положением в качестве покупателя на рынке, могут занижать цену приобретаемого ими товара. Или, выражаясь в терминах антимонопольного законодательства, они могут устанавливать монопсонически низкую цену. Однако установление монопсонически низкой цены не считается нарушением действующего российского антимонопольного законодательства; в нем отсутствуют механизмы, которые позволили бы безошибочно определить факт установления на олигопсонизированном рынке чрезмерно низкой закупочной цены.

Первым этапом антимонопольного расследования является доказательство самой возможности фирмы влиять на цену товара: необходимо доказать, что фирма-олигопсонист занимает на рынке доминирующее положение в качестве покупателя. Однако в отечественном антимонопольном законодательстве отсутствует разграничение понятий «доминирующее положение в качестве продавца» и «доминирующее положение в качестве покупателя». Вместе с тем, данный недостаток не сводится исключительно к формальному отсутствию определения. Дело в том, что критерии доминирующего положения фирмы в качестве продавца и в качестве покупателя должны быть разными. Как показал анализ зарубежных нормативных актов (рассматривалось антимонопольное законодательство Соединенных Штатов Америки и Европейского союза), критерии доминирующего положения покупателей должны быть строже, чем критерии доминирующего положения продавцов.

Важнейший критерий доминирующего положения фирмы на рынке — ее рыночная доля. Существующие в российских нормативных актах положения регламентируют способы определения рыночной доли предприятий-продавцов, но не регламентируют способы нахождения рыночной доли фирмы в качестве покупателя. Вместе с тем, методика расчета рыночной доли покупателя должна отличаться от методики расчета рыночной доли продавца. Для определения продуктовых границ олигопсонизированного рынка необходимо проанализировать не только возможность олигопсонистов отказаться от закупок данного товара, но и возможность производителей выпускать другие товары (иными словами, необходимо убедиться в отсутствии товаров-заменителей не только с точки зрения спроса, но и с точки зрения предложения).

Второй этап антимонопольного расследования — доказательство установления доминирующим покупателем монопсонически низкой цены. В действующей редакции закона

«О защите конкуренции» № 135-ФЗ отсутствует определение монополистически низкой цены, следовательно, ее установление не считается нарушением действующего российского антимонопольного законодательства.

Однако определение и признаки монополистически низкой цены содержатся во Временных методических рекомендациях по выявлению монопольных цен, которые были приняты в 1994 году и являются действующими до сих пор. Тем не менее, предложенное в данных Рекомендациях определение монополистически низкой цены, а также способы ее обнаружения не могут быть применены на практике. Они основаны на выявлении факта снижения предприятием «собственных издержек производства (реализации) за счет поставщика», а также подразумевают возможность разделения затрат фирмы на «обоснованные» и «необоснованные». Особенно спорным представляется включение во Временные методические рекомендации положения, согласно которому монополистически низкая цена ведет к падению прибыли продавцов ниже среднеотраслевого уровня или не позволяет возместить продавцам себестоимость производства. Включение данного критерия монополистически низкой цены в антимонопольное законодательство представляется опасным: продавцы получают стимул сознательно завышать свои издержки (и потеряют стимулы к оптимизации производственного процесса), «заставляя» олигополиста повышать закупочную цену под угрозой обвинения его в установлении монополистически низкой цены.

Результатом проведенного исследования стали рекомендации по совершенствованию российского антимонопольного законодательства.

Источники и литература

- 1) Алексеев С.В. Олигополия в антимонопольном законодательстве России // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики, Серия Экономика и Право. 2016, №2
- 2) Алексеев С.В. Олигополия как форма рыночной структуры. Международная научная конференция Ломоносовские чтения-2016. Сборник статей, Москва, 2016. М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2016
- 3) Батаева Н.С., Гречишкина И.В., Никифоров А.А., Чеканский А.Н., Шаститко А.Е. Методы определения монополистически высокой (низкой) цены и монополистической прибыли. – Москва, ТЕИС, 2001
- 4) Временные методические рекомендации «По выявлению монопольных цен», 21 апреля 1994, № ВВ/2053, Государственный комитет Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур
- 5) Приказ «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», 28 апреля 2010, № 220, Федеральная Антимонопольная служба
- 6) Федеральный закон «О защите конкуренции», 26 июля 2006, № 135-ФЗ, Принят Государственной Думой 8 июля 2006 года, одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года
- 7) Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors, April 2000, The Federal Trade Commission and the US Department of Justice
- 8) Commission regulation (EU) «On the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to certain categories of specialisation agreements», 14 December 2010, № 1218/2010, The European Commission
- 9) Communication from the commission «Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements», 14 January 2011, № 2011/C 11/01, The European Commission