

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

*Шипунова Е.Д. Анализ основных подходов к выявлению ценовых сговоров // Академия педагогических идей «Новация». – 2016. – № 12 (декабрь). – АРТ 59-эл. – 0,1 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>*

**РУБРИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

УДК 33

**Шипунова Екатерина Дмитриевна**

студент 3 курса кафедры корпоративного управления и финансов

Новосибирский государственный университет экономики и управления

«НИНХ»

г. Новосибирск, Российская Федерация

e-mail: [shipa\\_nsk@mail.ru](mailto:shipa_nsk@mail.ru)

**АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОДХОДОВ К ВЫЯВЛЕНИЮ ЦЕНОВЫХ СГОВОРОВ**

*Аннотация:* В статье рассмотрены два основных подхода к выявлению неявных ценовых сговоров на рынке: юридический и экономический. Сделала группировка методов по существующим ныне авторам, а также выявлены основные недостатки существующих методик.

*Ключевые слова:* ценовой сговор, картель, антимонопольное законодательство, конкуренция.

**Shipunova Ekaterina**

3<sup>rd</sup> year student of the Faculty of Economics

Novosibirsk State University of Economics and Management

Novosibirsk, Russian Federation

e-mail: [shipa\\_nsk@mail.ru](mailto:shipa_nsk@mail.ru)

## ANALYSIS OF THE MAIN APPROACHES TO THE IDENTIFICATION OF PRICE COLLUSION

*Abstract: The article describes the two main approaches to the identification of implicit price collusion on the market: legal and economic. I have made a group of methods for existing nowadays authors, as well as identified the main shortcomings of the existing methods.*

*Keywords: price collusion, cartel, antitrust, competition.*

Выявление и доказывание картелей представляет собой весьма трудоёмкий и сложный процесс, требующий высоких профессиональных знаний в области экономики и юриспруденции.

Рассмотрим два подхода к анализу ценового сговора, сформулированные в своей статье Ивановской И.В. и Драгун Н.П. [3]. Авторы статьи выделяют юридический и экономический подходы.

Согласно первому (юридическому) подходу для выявления ценового сговора и признания его незаконным достаточно доказать сам факт наличия согласованных действий. Особенностью такого подхода является то, что не требуется подтверждения ограничений конкуренции и доказательства негативных последствий на экономическую эффективность.

При таком подходе после проведения анализа и оценки совокупности косвенных доказательств делается вывод о наличии ценового сговора. К косвенным доказательствам относится информация о синхронном изменении цен, поддержании одинаковых или практически одинаковых цен, изменении на одинаковую величину и другие. Также в ходе анализа устанавливается факт, что ни один бы из игроков рынка не поменял стиля поведения на

рынке, если бы не знал, что остальные поступят аналогично.

Ещё одной особенностью является применение нормы о коллективном доминировании, которая отражает суть формы молчаливого сговора. Это значит, что совместна доля не более чем трех компаний занимает больше половины рынка. Также относительные размеры долей стабильны, установлены барьеры для входа, недоступна широкому кругу лиц информация о ценах. Если все вышеперечисленные критерии удовлетворены, то сговор признаётся доказанным.

Достоинством юридического подхода является его объективность: все действия хозяйствующих субъектов определяются как ценовой сговор при наличии весомых доказательств его существования.

У юридического подхода можно выделить следующие недостатки: в нормативных актах отсутствуют конкретные методики количественного анализа компаний, конкретные описания стратегий поведения. Также ценовой сговор априори является незаконным, если доказано его существование. Таким образом, не требуется никакой оценки последствий ограничения конкуренции. Такое упущение может привести к необъективности принимаемого решения о его разрушении. Ведь монополизированные рынки могут быть эффективными, например, когда ущерб, нанесённый сговором, обществу в краткосрочном периоде компенсируется в будущем.

Все чаще в практике российского антимонопольного органа одним из способов доказывания картелей выступает экономический анализ всех обстоятельств и материалов дела. В большинстве случаев, экономический анализ по масштабности исследований значительно шире формализованного анализа состояния конкурентной среды. Экономический анализ может

показать невозможность сложившейся на рынке ситуации в обычных рыночных условиях (т.е. в отсутствии антиконкурентного соглашения) [7].

Экономический подход к анализу ценового сговора включает решение трёх основных задач.

1 Оценка рыночной власти, которая могла быть получена компаниями в результате сговора.

В экономической литературе данную оценку предлагается осуществлять двумя методами: путём расчёта показателей концентрации рынка (индексы Херфиндаля-Хиршмана, Розенблюта и др.) [2] и посредством определения индекса Лернера.

Недостатком указанного выше метода является отождествление рыночной власти с концентрацией рынка, что не совсем правильно. В то же время достоинством является простота и доступность исходных данных для анализа.

2 Определение факта наличия ценового сговора. Для решения данной задачи имеется целый ряд методических подходов, которые можно классифицировать на пять основных групп:

✓ основанные на сопоставлении данных о динамике цен продаж на предполагаемом рынке сговора с определёнными эталонами – данными по аналогичному конкурентному рынку. Также метод включает анализ динамики цен и изменение их структуры для каждой компании, которая включена в группу доминирующих (методика П.В. Кутилова) [4];

Сложности данной методики заключаются в недоступности необходимой информации и трудоёмкости расчётов. Также, если доля доминирующих на рынке компаний будет значительной, то средние цены их продаж будут незначительно отличаться от средних цен всего рынка, проще

говоря, проведённые полученные результаты будут не совсем корректны.

✓ основанные на оценке интенсивности ценовой конкуренции на товарных рынках (методика Т. Азатбека) [1];

В этих методиках вывод о наличии сговора производителей делается только на основании результатов анализа симметричности рыночных долей. По мнению авторов, интенсивность конкуренции максимальна при равенстве долей рынка конкурентов. При таком подходе не учитывается возможность наличие в отрасли лидеров или аутсайдеров.

✓ основанные на построении экономико-математических моделей поведения олигополистов в условиях ценового сговора и их проверка на реальных рыночных данных (J. Baker, T. Bresnahan) [9];

«Минусами» этой методики являются сложность определения функции спроса и издержек (которые неизвестны априори) и существенное влияние небольших погрешностей на достоверность результата.

✓ основанные на проверке предположения о различиях в поведении компаний, вступивших в сговор, и компаний, находящихся в условиях стремящейся к совершенству конкуренции, основываясь на имеющихся данных о раскрытом ранее ценовом сговоре (С.Г. Пивоварова) [6];

✓ основанные на выявление действий, которые тесно связаны со сговором и имеют довольно низкую вероятность возникновения в обычных ситуациях. В качестве такого может выступать постоянный обмен информацией между игроками рынка (J. Van Huyck).

Преимуществом вышеизложенных методик является представление объективных доказательств наличия ценового сговора, а недостатком – низкая вероятность выявления по данным методикам молчаливого сговора.

3 Оценка условий, влияющих на вероятность создания и

существования ценового сговора.

В экономической литературе в качестве критериев оценки используются характеристики рынка (высота барьеров входа на рынок, стабильность состава участников, стандартизованность продукта), характеристики положения фирм на рынке (величина и стабильность суммарной рыночной доли, равномерность распределения рынка), характеристики поведения этих фирм и характеристики влияния поведения фирм на параметры равновесия на рынке [8].

Во вторую группу критериев оценки включаются количество предприятий в отрасли, разница в объемах выпуска продукции, величина общей доли рынка, отличия в качестве предлагаемых товаров, уровень износа основных средств и т.д.

Таким образом, основными недостатками существующих экономических методик выявления сговора являются:

А) невозможность получения на основе предлагаемых в методиках показателей однозначного вывода о наличии согласованных действий, а также оценки последствий сговора, что снижает объективность принимаемых решений о необходимости разрушения сговора;

Б) основой для большинства методик является труднодоступная широкому кругу лиц информация;

Б) экспертный метод оценки целого ряда используемых показателей;

В) упор на анализ поведения компаний, занимающих доминирующее положение на рынке, в то время как противозаконным является не сам факт наличия лидерства, а злоупотребление им;

Г) отсутствие методик оценки последствий неконкурентного поведения как для отдельной отрасли, так и для национальной экономики в целом.

Указанные недостатки существенно снижают практическую ценность методик выявления сговора, что не позволяет получать достоверные и экономически обоснованные результаты их применения.

#### Список использованной литературы:

1. Азатбек Т. Монополистическая власть и антимонопольное регулирование в национальной экономике: теория, методология, механизмы. // Автореферат диссертации д-ра экон. наук. – 2010. – С. 40
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. // Центр экономики и маркетинга. – 1996. – С. 208
3. Ивановская И.В., Драгун Н.П. В каком направлении необходимо совершенствовать антимонопольное законодательство Беларуси? // – 2012. – С. 3-7
4. Кутилов П.В. Механизм регулирования антимонопольной деятельности на олигополистических товарных рынках. // Автореферат диссертации канд. экон. наук. – 2007. – С. 27
5. Пивоварова С.Г. Сговор в государственных закупках: подход к анализу. // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2009. – №3. – С. 35-43
6. Пивоварова С.Г. Сговор в государственных закупках: подход к анализу. // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2009. – №3. – С. 35-43
7. Тенишев А.П., Хамуков М.А. Роль экономического анализа при доказывании картелей. // Научно-практический журнал Вестник АКСОР. – 2016. – С. 2
8. Шастико А.Е. Экономические концепции в практике применения норм антимонопольного законодательства: анализ ситуаций. // III Российско-Американская конференция «Современное антимонопольное законодательство и судебная практика в России и США». – 2012. – С. 3-4 (19)
9. Baker J.B., Bresnahan T.F. Empirical Methods of Identifying and Measuring Market Power. // Antitrust Law Journal. – 1992. – №61– P. 3-16

*Дата поступления в редакцию: 26.12.2016 г.*

*Опубликовано: 28.12.2016 г.*

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2016

© Шипунова Е.Д., 2016