

УДК 338

Выявление, оценка и регулирование случаев совершенной ценовой дискриминации на товарных рынках

Смирнова Ольга Олеговна

Кандидат экономических наук, доцент,
кафедра современного банковского дела, экономической теории,
финансирования и кредитования,
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство),
115035, Российская Федерация, Москва, ул. Садовническая, 52/45;
e-mail: oos39@mail.ru

Аннотация

Совершенная ценовая дискриминация наиболее часто выявляется в российской антимонопольной практике, однако, несмотря на очевидность нарушения – установление различных цен на идентичные товары, реализуемых в сопоставимых условиях, такие решения часто отменяются судебными органами. Причиной этому является необходимость доказательства отсутствия различий в затратах на поставку продукции различным потребителям, мнение контрагентов о том, что их экономические интересы не нарушены, а также необходимость доказательства ущемления конкуренции. Между тем нормы антимонопольного законодательства запрещают такое экономическое поведение вне зависимости от мнения контрагентов. Поэтому в современных условиях при антимонопольном регулировании необходимо развивать практику установления экономического обоснования причинения ущерба не только потребителю, но и конкурентам и потребителям конкурентов, а также учитывать влияние на состояние конкуренции на рынке.

Для цитирования в научных исследованиях

Смирнова О.О. Выявление, оценка и регулирование случаев совершенной ценовой дискриминации на товарных рынках // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. Том. 6. № 11А. С. 167-173.

Ключевые слова

Совершенная ценовая дискриминация, антимонопольное законодательство, ущерб потребителю, доминирующее положение, товарные рынки.

Введение

В значительном количестве исследований показано, что все виды ценового поведения доминирующей фирмы оказывают влияние не только на современное состояние рынка, но и на трансформацию его структуры – усиление монополизации, увеличение входных барьеров [Богданов, 2015; Bergemann, Brooks, Morris, 2015]. Поэтому оценка поведения таких фирм и их влияния на состояние конкуренции является значимым направлением регулирования экономики.

Практика антимонопольного регулирования как развитых, так и развивающихся стран указывает на то, что поведение доминирующей фирмы становится все более сложным для оценки с позиции правил конкуренции. С помощью инструментов изучения спроса фактически есть возможность каждому из потребителей устанавливать индивидуальную цену. Поэтому совершенствование регулирования ценовой дискриминации должно быть связано с разработкой новых подходов к оценке рыночного поведения и его влияния на состояние конкуренции.

Понятие совершенной ценовой дискриминации

Ценовая дискриминация является наиболее значимым инструментом повышения прибыли фирмы без внесения принципиальных изменений в продукт. В современных исследованиях показано, что для осуществления ценовой дискриминации структура рынка необязательно должна быть монополией или олигополией, в ряде случаев ее могут осуществлять фирмы в условиях монополистической конкуренции при наличии таких рыночных ограничений, как асимметричность информации.

Согласно самому общему определению, дискриминация первой степени по А. Пигу, или совершенная дискриминация первой степени, определяется как ценовое поведение доминирующей фирмы, при котором для каждого покупателя устанавливается такая цена, когда весь излишек потребителя переходит продавцу [Belleflamme, Vergote, 2016]. Иными словами, это ситуация, при которой для каждого покупателя назначается максимальная цена, которую он готов израсходовать на покупку определенного вида товара.

Однако в практике данный вид ценовой дискриминации не является распространенным из-за необходимости оценивать потребности каждого из потенциальных покупателей при назначении цены в условиях значительного количества потребителей [Besbes, Lobel, 2015]. Кроме того, индивидуальное назначение цены приводит к существенному увеличению транзакционных издержек. При дискриминации первой степени применяются алгоритмы многомерного анализа данных, позволяющие моделировать потребительское поведение. Так, например, эффективным способом является установление оптимальных цен, или ценовых коридоров, по отношению к отдельным группам покупателей, объединенным каким-

либо общим качеством, оказывающим влияние на масштаб и интенсивность потребления, а в дальнейшем установление индивидуальных цен в рамках данного коридора [Смирнова, Агапова, Елагина, 2015]. Несмотря на применение многомерных статистических алгоритмов, сам факт установления различных цен для потребителей является признаком нарушения правил конкуренции, однако этого факта недостаточно для доказательства наличия злоупотребления доминирующим положением, значимым является также и механизм установления цен, а также условия осуществления сделки.

Практика регулирования совершенной ценовой дискриминации

В ряде исследователей совершенная ценовая дискриминация определяется как поведение продавца, в котором он делает единственное предложение покупателю – «бери или оставь». В России ценовая дискриминация всех форм, и в том числе совершенная ценовая дискриминация, регулируется нормами антимонопольного законодательства, а именно подпунктом 6 пункта 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции от 26 апреля 2006 года. Согласно данному нормативному акту, в случае, когда установлено, что компания занимает доминирующее положение на рынке, данной компании запрещается устанавливать различные цены на аналогичный товар, если эта разница не определена объективными различиями в установленных ценах. Следует отметить, что в целом показателем совершенной ценовой дискриминации для антимонопольных органов является оценка размаха вариации между ценами, установленными для различных потребителей. Однако, несмотря на очевидность этого вида нарушения, на основании данных 2007-2014 годов более 50% дел антимонопольных органов в отношении ценовой дискриминации отменялись судами различных инстанций [Смирнова, Российская практика..., 2016].

Причиной такого положения явилось то, что, кроме непосредственного установления факта дифференциации цен, необходимо также установить, что различия в ценах не были связаны с экономическими причинами.

Так, при рассмотрении случая ценовой дискриминации, допущенной производителем молочных продуктов в Хабаровском крае ОАО «Дагкомс», было установлено, что данный хозяйствующий субъект закупал сырое молоко первого сорта у одних производителей по цене 11 рублей за литр, а у других – 15 рублей за литр. То есть различия в цене закупки составляли более чем 40%. Однако данное решение антимонопольного органа было отменено Арбитражным судом Хабаровского края, так как, по заявлению суда, антимонопольным органом не были представлены доказательства, позволяющие сделать однозначный вывод об отсутствии экономических оснований для установления различных цен.

Аналогичный состав правонарушения рассматривался антимонопольным органом в отношении деятельности ОАО «ВАМИН Татарстан» на рынке закупки сырого молока Республики Татарстан. Решением Арбитражного суда Республики Татарстан по делу № А65-

7387/2010 решение антимонопольного органа было оставлено в силе, так как суду не были представлены доказательства неправомерности расчетов антимонопольного органа при установлении факта различных цен на идентичную продукцию.

При рассмотрении дела в отношении действий ЗАО «Йошкар-Олинский комбинат хлебопродуктов» было установлено, что данный производитель устанавливал различные цены для покупателей на муку пшеничную второго сорта. В данном случае решение было отменено, несмотря на наличие доказательств установления различных цен и идентичности условий осуществления поставки, были опрошены контрагенты, которые подтвердили, что их экономические интересы не были нарушены существующим порядком ценообразования. Аналогичные доводы об отсутствии ущерба были признаны и в отношении оптовой реализации гречки-ядрицы ЗАО «Парус-Плюс», а также в отношении ОАО «Вологодский комбинат хлебопродуктов» на оптовом рынке хлебопродуктов.

Следует отметить, что судами не рассматриваются факторы, позволяющие устанавливать для потребителей различные цены реализации или закупки, например большая, по сравнению с другими покупателями, потребность, наличие больших ресурсов, то есть не устанавливается факт возможности осуществления такого ценового поведения, рассматривается только сопоставимость условий осуществления сделок.

Таким образом, в российской антимонопольной практике при рассмотрении дел о нарушении антимонопольного регулирования случаи нарушения не рассматривают априори, то есть в принципе, вне зависимости от мнения контрагентов о том, ущемлены ли их интересы. Однако в современной научной литературе является доказанным, что такое рыночное поведение приводит к нерациональному распределению ресурсов. Следовательно, для развития антимонопольного регулирования необходимо развивать практику установления не только экономического обоснования ущерба потребителям, но и конкурентам и потребителям конкурентов, а также влияния на состояние конкуренции на рынке.

Заключение

Современная практика антимонопольного регулирования совершенной ценовой дискриминации указывает на то, что в настоящее время выявляются нарушения, доказательства наличия которых можно получить с помощью простых статистических оценок, например оценки размаха вариации. Однако, несмотря на очевидность нарушения, при рассмотрении в суде решения антимонопольного органа отменяются из-за недостатка экономических обоснований реализации или закупки продукции по различным ценам. Таким образом, существенным ограничением регулирования данного вида ценового поведения доминирующей фирмы является отсутствие механизмов оценки сопоставимых экономических условий осуществления продаж различным потребителям, в том числе таких, как время их осуществления, технологические и логистические условия.

Библиография

1. Богданов Д.Д. Институциональные аспекты регулирования ценового поведения доминирующей фирмы // Таврический научный обозреватель. 2015. № 1. С. 15-16.
2. Леонов М. В. Количественные показатели ценовой дискриминации на рынке банковских вкладов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2015. № 1 (29).
3. Смирнова О.О. Применение инструментов ценовой дискриминации: противоречия промышленной и антимонопольной политики // Вестник Московского института лингвистики. 2015. № 9 (9). С. 106-109.
4. Смирнова О.О. Российская практика антимонопольного регулирования ценовой дискриминации // Экономические и гуманитарные науки. 2016. № 2 (289). С. 71-76.
5. Смирнова О.О., Агапова Е.В., Елагина А.С. Антимонопольное регулирование ценовой дискриминации: нормативное определение и особенности выявлений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 6-8.
6. Смирнова О.О., Шихина Н.И. Нормативное регулирование случаев ценовой дискриминации на рынках продовольствия // Крымский научный вестник. 2016. № 4 (10). С. 105-117.
7. Belleflamme P., Vergote W. Monopoly price discrimination and privacy: The hidden cost of hiding. *Economics Letters*. 2016. Т. 149. С. 141-144.
8. Bergemann D., Brooks B., Morris S. The limits of price discrimination. *The American Economic Review*. 2015. Т. 105. № 3. С. 921-957.
9. Besbes O., Lobel I. Intertemporal price discrimination: Structure and computation of optimal policies. *Management Science*. 2015. Т. 61. № 1. С. 92-110.
10. Hendel I., Nevo A. Intertemporal price discrimination in storable goods markets. *The American Economic Review*. 2013. Т. 103. № 7. С. 2722-2751.
11. Liu Q., Shuai J. Multi-dimensional price discrimination. *International Journal of Industrial Organization*. 2013. Т. 31. № 5. С. 417-428.

The identification, assessment and management of perfect price discrimination events in product markets

Ol'ga O. Smirnova

PhD in Economics, Associate Professor,
Department of modern banking, economic theory, finance and crediting,
Kosygin Russian State University (Technology. Design. Art),
115035, 52/45 Sadovnicheskaya st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: oos39@mail.ru

Abstract

Perfect price discrimination is common in the Russian antimonopoly practice. However, despite the evidence of violations – setting different prices for identical goods sold under comparable conditions, such decisions are often canceled by the judiciary. The reason for this is the need to prove the lack of difference in the cost for the supply of products to different consumers, opinions of the contractors that their economic interests are not violated, and the need for evidence of infringement of competition. The author notes that the courts do not consider the factors that can install for customers various purchase or selling prices, such as the need that is larger, than other buyers', the availability of large resources. In other words, the court does not set the fact of the possibility of such price behavior, and only focuses on the comparability of the terms of the transaction. Meanwhile, antimonopoly law norms prohibit such economic behavior, regardless of the opinions of contractors. Therefore, in modern conditions of the antimonopoly regulation it is necessary to develop the practice of establishing economic justification harm not only to consumers but also to competitors and customers of competitors, and also to consider the impact on the state of competition in the market. Improvement of regulation of price discrimination must be associated with the development of new approaches to the assessment of market behavior and its impact on competition.

For citation

Smirnova O.O. (2016) Vyyavlenie, otsenka i regulirovanie sluchaev sovershennoi tsenovoi diskriminatsii na tovarnykh rynkakh [The identification, assessment and management of perfect price discrimination events in product markets]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 6 (11A), pp. 167-173.

Keywords

Perfect price discrimination, anti-monopoly legislation, harm to consumers, dominant position, product markets.

References

1. Bogdanov D.D. (2015) Institutsional'nye aspekty regulirovaniya tsenovogo povedeniya dominiruyushchei firmy [Institutional aspects of regulation of the price behavior of the dominant firm]. *Tavrisheskii nauchnyi obozrevatel'* [Taurian scientific observer], 1, pp. 15-16.
2. Leonov M.V. (2015) Kolichestvennyye pokazateli tsenovoi diskriminatsii na rynke bankovskikh vkladov [Quantitative indicators of price discrimination in the market of retail deposits]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Ekonomika"* [Bulletin of the Tomsk State University. Series "Economy"], 1 (29).

3. Smirnova O.O. (2015) Primenenie instrumentov tsenovoi diskriminatsii: protivorechiya promyshlennoi i antimonopol'noi politiki [The use of instruments of price discrimination: the contradictions of industrial and competition policy]. *Vestnik Moskovskogo instituta lingvistiki* [Bulletin of the Moscow Institute of linguistics], 9 (9), pp. 106-109.
4. Smirnova O.O. (2016) Rossiiskaya praktika antimonopol'nogo regulirovaniya tsenovoi diskriminatsii [Russian practice of antimonopoly regulation of price discrimination]. *Ekonomicheskie i gumanitarnye nauki* [Economic science and humanities], 2 (289), pp. 71-76.
5. Smirnova O.O., Agapova E.V., Elagina A.S. (2015) Antimonopol'noe regulirovanie tsenovoi diskriminatsii: normativnoe opredelenie i osobennosti vyyavlenii [Antitrust regulation of price discrimination: the normative definition and characteristics of detection]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Samara State Economic University].), 6 (128), pp. 6-8.
6. Smirnova O.O., Shikhina N.I. (2016) Normativnoe regulirovanie sluchaev tsenovoi diskriminatsii na rynkakh prodovol'stviya [Regulation of the cases of price discrimination in the markets of food]. *Krymskii nauchnyi vestnik* [Crimean Scientific Bulletin], 4 (10), pp. 105-117.
7. Belleflamme P., Vergote W. (2016) Monopoly price discrimination and privacy: *The hidden cost of hiding*. *Economics Letters*, 149, pp. 141-144.
8. Bergemann D., Brooks B., Morris S. (2015) The limits of price discrimination. *The American Economic Review*, 3 (105), pp. 921-957.
9. Besbes O., Lobel I. (2015) Intertemporal price discrimination: Structure and computation of optimal policies. *Management Science*, 1 (61), pp. 92-110.
10. Hendel I., Nevo A. (2013) Intertemporal price discrimination in storable goods markets. *The American Economic Review*, 7 (103), pp. 2722-2751.
11. Liu Q., Shuai J. (2013) Multi-dimensional price discrimination. *International Journal of Industrial Organization*, 5 (31), pp. 417-428.