

УДК 338

Подходы к оценке ущерба от ценовой дискриминации в антимонопольном регулировании

Смирнова Ольга ОлеговнаКандидат экономических наук,
доцент,

кафедра финансов и бизнес-моделирования,

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),
115035, Российская Федерация, Москва, ул. Садовническая, 52/45;

e-mail: oos39@mail.ru

Аннотация

В работе показано, что в современном российском антимонопольном регулировании концепция ущерба от злоупотребления доминирующим положением используется двумя способами - как перераспределение излишка потребителей (или объема недополученной прибыли), или с позиции эффективности функционирования рынка и его влияния на общий объем выпуска. Оба эти подхода имеют существенные ограничения с экономической точки зрения – в первом не учитывается эластичность спроса, во втором не приводятся количественных оценок даже в самом общем виде. Между тем, понимание уровня потерь участников рынка и экономики в целом в результате злоупотребления доминирующим положением необходимо для понимания результативности антимонопольного регулирования. По отношению к ценовой дискриминации формирование подходов количественной оценки имеет дополнительные сложности, так как противопоставляет экономические возможности одних потребителей другим, затрагивает интересы конкурентов и их потребителей. В этих условиях необходимо сформировать в современном антимонопольном регулировании концепцию оценки ущерба в антимонопольном регулировании как по отношению к ценовой дискриминации, так и другим видам злоупотреблений доминирующим положением, осуществлять поиск путей учета круга лиц, экономические интересы которых являются ущемленными и степень точности и детализации оценки ущерба от такого вида ценового поведения.

Для цитирования в научных исследованиях

Смирнова О.О. Подходы к оценке ущерба от ценовой дискриминации в антимонопольном регулировании// Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 6А. С. 160-164.

Ключевые слова

Ценовая дискриминация, излишек потребителя, антимонопольное регулирование, злоупотребление доминирующим положением, теория отраслевых рынков.

Введение

Вопросы оценки ущерба от злоупотребления доминирующим положением являются фактически неразработанными в современном антимонопольном регулировании. В большинстве решений по делам о нарушении антимонопольного законодательства, связанных со злоупотреблениями доминирующим положением, ущерб оценивается как сумма превышения цены умноженная на объем продаж, то есть, с позиции графического анализа ценообразования доминирующей фирмы, принятой в исследованиях в области микроэкономики, данный вид ущерба можно определить как перераспределение излишка потребителя в пользу продавца.

В ряде отдельных решений упоминается о влиянии злоупотреблений доминирующим положением и указывается на то, что это существенным образом влияет на состояние конкуренции на рынке, при этом даже приблизительных оценок снижения эффективности рынка в количественном выражении не приводится.

Однако категория ущерба по отношению к экономическим исследованиям имеет более широкое значение, и включает в себя не только непосредственно недополученную выгоду контрагентов, но и реально или потенциально понесенные потери, упущенные возможности.

В этих условиях, наиболее значимым является поиск путей оценки ущерба от злоупотребления доминирующего положения, в том числе от такого вида рыночного поведения как ценовая дискриминация.

Практика оценки ущерба от злоупотребления доминирующим положением

Оценивая действия доминирующей фирмы при расследовании дел о нарушении антимонопольного законодательства в большей степени учитывается только прямой ущерб, нанесенный потребителям в показателях, связанных со снижением результатов экономической деятельности.

Например, в решениях о нарушении антимонопольного законодательства нефтяных компаний Роснефть, Газпром нефть, ТНК-ВР, Лукойл, Башнефть 2012 года указывается, что ущербом от действий данных компаний на рынках нефтепродуктов является сокращение маржинальности деятельности независимых розничных продавцов нефтепродуктов.

Действительно, дифференциация цен и ограничение доступа к закупкам для АЗС, не входящих в группу лиц с нефтяными компаниями фактически привело к перераспределению рынка, преобладанию на нем брендовых заправок, стало причиной существенного ухудшения конкуренции на рынке розничной реализации нефтепродуктов фактически во всех регионах России. При этом, по мнению автора, ущерб от действий нефтяных компаний, выявленных в решениях «третьей волны» антимонопольных дел заключался не только в сумме недополученной прибыли, определенной как объем реализованных нефтепродуктов на превышение цены, связанное с установлением монополично высоких цен. В данном случае не учитываются даже такие факторы как эластичность цены на бензин – в случае если цены закупки были бы ниже, то у АЗС была бы возможность реализовывать продукцию по более низким ценам.

Таким образом, в современном антимонопольном регулировании концепция ущерба от действий указывает на то, что ущерб количественно оценивается только с позиции

перераспределения излишка потребителей – оценки потенциально недополученного объема прибыли без учета реальных условий ведения экономической деятельности.

Подходы к оценке ущерба от ценовой дискриминации

Ценовая дискриминация в современном российском антимонопольном праве является запрещенной практикой вне зависимости от того, в каких условиях она осуществляется. Между тем, в современных исследованиях показано, что фирмы могут осуществлять ценовую дискриминацию на рынках в самых различных типах рыночных структур, в том числе условиях приближенных к совершенной конкуренции, при этом те или иные признаки ограничения конкуренции обязательно должны присутствовать, такие как наличие входных барьеров, высоких издержек переключения или дифференциация продукта [Смирнова, Агапова, Елагина, 2013; Shaffer G, Zhang, 2000].

В теоретических работах утверждение о том, что ценовая дискриминация влияет на общественное благосостояние. В работах Р. Шмалензи [Schmalensee, 1981] и Х. Вариана [Varian, 1985] было графически доказано это для случая ценовой дискриминации третьей степени при линейной функции спроса, в последующих исследованиях начала 2000-х данное положение было развито по отношению к различным типам рынков – для фирм, доминирующих на рынках продажи и рынках покупки товаров или услуг, при условии дифференцированного продукта, а также эластичного спроса по отношению к рекламе продавцов.

То есть, такие вид ценового поведения может быть использовать, фактически, в условиях всех рынков. При этом, вне зависимости от необходимости пресечения такого вида доминирующего поведения, возникает вопрос о необходимости оценки фактически нанесенного или потенциального ущерба от установления различных цен покупателям. Так, в ряде случаев наличие ценовой дискриминации является единственным инструментом сохранения рынка, или негативное влияние такого вида поведения компенсируется общественным благом. В случае, например, когда речь идет о доступе к редким ресурсам, таким как гелий и установлении более высоких цен на его применение в индустрии развлечений по сравнению с применением в научных исследованиях и медицинских измерительных приборах. В этих условиях необходимо иметь инструмент оценки, позволяющий фактически оценить возможности и ограничения в случае, когда ценовая дискриминация применяется как инструмент регулирования рынка, или определения областей наиболее значимых с позиции возможного влияние на общий уровень выпуска в экономике при разработке подходов к риск-ориентированному антимонопольному регулированию.

По мнению автора, необходимо при оценке ущерба от ценовой дискриминации использовать инструменты экономико-математического моделирования, позволяющие оценить экономические условия, существовавшие в случае, если бы ценовая дискриминация не осуществлялась не только для контрагентов доминирующей фирмы, но и ее конкурентов и потребителей конкурентов, а также их влияние на смежные рынки, в том числе оценивать возможности существования рынка в условиях, когда ценовая дискриминация не осуществляется. При этом, при оценке ущерба необходимо выбрать инструменты и методы, позволяющие максимально достоверно определить уровень ущерба, так как даже применяемый в современных условиях подход к оценке упущенной выгоды имеет серьезные методологические ограничения.

Заключение

Таким образом, оценка ущерба от ценовой дискриминации должна включать в себя не только непосредственно контрагентов, но и потенциальное влияние на общий объем выпуска, воздействия на конкурентов и потребителей конкурентов. В этом отношении влияние, которое оказывает ценовая дискриминация существенно шире, чем другие виды ценообразования доминирующей фирмы – например, хищническое ценообразование или стратегия цен, лимитирующих вход на рынок. В этих условиях необходимо сформировать в современном антимонопольном регулировании концепцию оценки ущерба в антимонопольном регулировании как по отношению к ценовой дискриминации, так и другим видам злоупотреблений доминирующим положением, осуществлять поиск путей учета круга лиц, экономические интересы которых являются ущемленными и степень точности и детализации оценки ущерба от такого вида ценового поведения.

Библиография

1. Богданов Д. Д. Институциональные аспекты регулирования ценового поведения доминирующей фирмы // Таврический научный обозреватель. – 2015. – №. 1.
2. Елагина А. С., Смирнова О. О. Ценовая дискриминация в условиях биржевой торговли: на примере рынка нефтепродуктов // Крымский научный вестник. – 2015. – №. 1.
3. Смирнова О. О., Агапова Е. В., Елагина А. С. Антимонопольное регулирование ценовой дискриминации: нормативное определение и особенности выявления // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – №. 6. – С. 6-8.
4. Смирнова О. О., Агапова Е. В., Елагина А. С. Определение показателей ценовой дискриминации, основанной на оценке поведения потребителей // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – №. 1. – С. 22-33.
5. Смирнова О. О., Богданов Д. Д. Ценовая дискриминация третьего типа: вопросы выявления и регулирования // Научное обозрение. – 2013. – №. 6. – С. 92-95.
6. Armstrong M., Vickers J. Competitive price discrimination // *rand Journal of economics*. – 2001. – С. 579-605.
7. Schmalensee, Richard, 1981, Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination, " *American Economic Review*, 71(1): 242-247.
8. Varian, Hal R., 1985, Price Discrimination and Social Welfare, *American Economic Review*. 75(4): 870-875.
9. Shaffer G., Zhang Z. J. Pay to switch or pay to stay: preference-based price discrimination in markets with switching costs // *Journal of Economics & Management Strategy*. – 2000. – Т. 9. – №. 3. – С. 397-424.
10. Fudenberg D., Villas-Boas J. M. Behavior-based price discrimination and customer recognition // *Handbook on economics and information systems*. – 2006. – Т. 1. – С. 377-436.

Approaches to the assessment of damage from price discrimination in antimonopoly regulation

Ol'ga O. Smirnova

PhD in Economics,
Associate Professor,

Department of Finance and Business Modeling,
Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology, Design, Art),
115035, 52/45, Sadovnicheskaya st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: oos39@mail.ru

Abstract

The paper shows that in modern Russian antimonopoly regulation, the concept of damage from abuse of dominant position is used in two ways - as a redistribution of surplus consumers (or the volume of lost revenue), or from the standpoint of the effectiveness of the functioning of the market and its impact on the total output. Both these approaches have significant limitations from the economic point of view - the former does not consider the elasticity of demand, the second does not provide quantitative estimates, even in the most general form. Meanwhile, an understanding of the level of losses of market participants and the economy as a whole because of abuse of the dominant position is necessary for understanding the effectiveness of antimonopoly regulation. In relation to price discrimination, the formation of quantitative assessment approaches has additional difficulties, since it contrasts the economic opportunities of some consumers with others, affects the interests of competitors and their consumers. In these conditions, it is necessary to formulate in the modern antimonopoly regulation the concept of damage assessment in antimonopoly regulation both in relation to price discrimination and other types of abuse of dominant position, to search for ways to consider the circle of persons whose economic interests are infringed and the degree of accuracy and detail of the damage assessment from this kind of price behavior.

For citation

Smirnova O.O. (2018) Podkhody k otsenke ushcherba ot tsenovoy diskriminatsii v antimonopol'nom regulirovanii [Approaches to the assessment of damage from price discrimination in antimonopoly regulation]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (6A), pp. 160-164.

Keywords

Price discrimination, consumer surplus, antimonopoly regulation, abuse of dominant position, theory of industrial

References

1. Bogdanov, D. D. (2015). *Institutsional'nyye aspekty regulirovaniya tsenovogo povedeniya dominiruyushchey firmy. Tavricheskiy nauchnyy obozrevatel'*, (1).
2. Yelagina A. S., Smirnova O. O. *Tsenovaya diskriminatsiya v usloviyakh birzhevoy trgovli: na primere rynka nefteproduktov. Krymskiy nauchnyy vestnik.* – 2015. – №. 1.
3. Smirnova, O. O., & Bogdanov, D. D. (2013). *Tsenovaya diskriminatsiya tret'yego tipa: voprosy vyyavleniya i regulirovaniya. Nauchnoye obozreniye*, (6), 92-95.
4. Smirnova, O. O., Agapova, Ye. V., Yelagina, A. S. (2015). *Antimonopol'noye regulirovaniye tsenovoy diskriminatsii: normativnoye opredeleniye i osobennosti vyyavleniy. Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, (6), 6-8.
5. Smirnova, O. O., Agapova, Ye. V., Yelagina, A. S. (2016). *Opredeleniye pokazateley tsenovoy diskriminatsii, osnovannoy na otsenke povedeniya potrebiteley. Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, (1), 22-33.
6. Armstrong, M., & Vickers, J. (2001). *Competitive price discrimination. rand Journal of economics*, 579-605.
7. Fudenberg, D., & Villas-Boas, J. M. (2006). *Behavior-based price discrimination and customer recognition. Handbook on economics and information systems*, 1, 377-436.
8. Schmalensee, Richard, 1981, *Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination*," *American Economic Review*, 71(1): 242-247.
9. Shaffer, G., & Zhang, Z. J. (2000). *Pay to switch or pay to stay: preference-based price discrimination in markets with switching costs. Journal of Economics & Management Strategy*, 9(3), 397-424.
10. Varian, Hal R., 1985, *Price Discrimination and Social Welfare*, *American Economic Review*. 75(4): 870-875.