

Изучение рынков в состоянии монополии: проблемы

правоприменения и пути их решения

Несмотря на то что монополия представляет собою рыночную власть потребителя на рынке, этот случай также подлежит антимонопольному регулированию, поскольку законодательство содержит запрет на злоупотребление доминирующим положением независимо от типа рыночной структуры.

В поле зрения ФАС России и её территориальных органов чаще всего попадают такие рынки, находящиеся в состоянии монополии, как рынки сырья. Зачастую сырьевые рынки являются трансграничными и подлежат регулированию конкурентных отношений на наднациональном уровне.

Значимость регулирования конкурентных отношений на таких рынках высока, поскольку состояние конкуренции на сырьевых рынках оказывает существенное влияние на рыночные структуры смежных товарных рынков, и, как следствие – на макроэкономическое равновесие. Власть монополии часто сочетается с монополией на рынках готовой продукции.

Регулирование рынков в состоянии монополии предполагает прежде всего их исследование на предмет оценки состояния конкуренции. На мой взгляд, проблематичным является установление продуктовых границ таких рынков, что обусловлено необходимостью применения методик, позволяющих сделать правильные, объективные выводы.

Для оценки состояния конкуренции на трансграничных товарных рынках применяется Методика оценки состояния конкуренции, утвержденная Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 30.01.2013 г. №7.

Антимонопольными органами ФАС России оценка состояния конкуренции на товарных рынках осуществляется в соответствии с приказом ФАС России от 28.04.2010 г. № 220.

идентичны и предусматривают следующие действия регулятора:

При определении продуктовых границ регулятор должен выявить товары, являющиеся взаимозаменяемыми для монополиста. Когда исследуется рынок в состоянии монополии, тогда исследуются взаимозаменяемые товары для потребителей и с этой целью в преимущественном порядке применяется тест гипотетического монополиста.

При проведении такого теста предполагается, что респонденты должны определить, как изменится спрос и величина спроса при долговременном незначительном повышении цен на товар. При изучении рынка в условиях монополии объем рынка в большей степени определяется спросом потребителя и в меньшей – производственной мощностью монополиста.

В соответствии Методикой и Порядком при проведении ТГМ на монополистическом рынке нужно опрашивать продавцов товара. Между тем, основополагающим фактором, влияющим на объем рынка в состоянии монополии является производственная мощность монополиста исходя из которой и определяется его спрос на рынке.

Очевидно, что товары, близкие по своим свойствам, могут являться заменителями для покупателей, но не для продавцов, поскольку производственные мощности без значительных капитальных вложений невозможно переориентировать в краткосрочной перспективе на выпуск иной продукции, либо применение другого сырья.

Таким образом, если спрос в условиях монополии не зависит от компании, имеющей рыночную власть, то в условиях монополии ситуация обратная: объем спроса зависит от потребностей монополиста. Следовательно, результат опроса продавцов на рынке в условиях монополии путем применения теста гипотетического монополиста будет неинформативен, поскольку не будет ответа на главный вопрос: какими товарами может быть заменен данный товар? По мнению Курганского УФАС

России ТГМ не подходит как инструмент изучения рынков с таким типом рыночной структуры.

Другим методом определения продуктовых границ рынка, выявления взаимозаменяемых товаров, предусмотренным Методикой и Порядком, является анализ ценообразования и динамики цен, изменений объема спроса при изменении цен.

Но и этот метод сам по себе неинформативен по той же самой причине, что цены на рынке диктует монополист, определяющий спрос как по содержанию, так и по объему.

На рынке в условиях монополии как правило при повышении цен на товар А часть потребителей переключается на товар Б. Повышение объема спроса на товар Б приведет к повышению цен на данный товар. В конечном итоге спрос опять выровняется. Верно и обратное: при снижении цен на товар А произойдет приток покупателей, переключившихся с потребления товара Б. При снижении объема спроса на товар Б производитель вынужден будет снизить цену до уровня товара А. Таким образом на рынках товаров А и Б выстраивается соотношение спроса и предложения, из которого можно сделать выводы о взаимозаменяемости таких товаров.

Что же происходит на монополистическом рынке? Сокращение объема спроса со стороны монополиста приводит к снижению цен на рынке, а увеличение объема спроса - повышение закупочной цены, поскольку необходимо привлечь на рынок большее количество продавцов. Опять же возвращаемся к тому, что соотношение спроса и цены зависит от поведения монополиста и не может охарактеризовать поведение рынка с точки зрения соотношения спроса и предложения. Соответственно, путем применения данного метода невозможно прийти к достоверным выводам о взаимозаменяемости товаров. То же самое можно сказать и по поводу применения показателя перекрестной эластичности спроса по цене.

Из изложенного следует вывод, что для оценки состояния конкуренции на рынках в условиях монополии и в первую очередь для определения продуктовых границ требуется введение в Методику и в Порядок дополнительного, специального инструментария, в результате применения которого возможно оценивать возможности производителя переключиться на производство другого товара.