

© 2012 г.

**Ирина Ивановская**

(УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск)  
(e-mail: ivanovskayaiv@gmail.com)

**Николай Драгун**

кандидат экономических наук, доцент  
(Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого)  
(e-mail: dragunnp@gmail.com)

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ СГОВОРА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ О ЦЕНАХ**

В статье раскрыта экономическая сущность категорий «явный сговор (ценовые соглашения)» и «молчаливый сговор (согласованные действия)». Установлены причины возникновения и целевая направленность ценовых соглашений и согласованных действий товаропроизводителей, определены методы их установления и поддержания, а также условия возникновения и жизнеспособности; раскрыты причины существования ценовых соглашений и определены экономические признаки, отличающие их от согласованных действий товаропроизводителей.

**Ключевые слова:** ценовой сговор, явный сговор, молчаливый сговор, ценовые соглашения, согласованные действия, антимонопольное регулирование.

Борьба с монопольным ценообразованием на товарных рынках относится к наиболее проблемным областям антимонопольного регулирования. Одна из сложностей заключается в том, что антиконкурентный сговор товаропроизводителей о ценах (т.е. горизонтальный ценовой сговор) труднодоказуем: все прямые свидетельства явного сговора тщательно скрываются его участниками (а косвенные доказательства лишь с большим трудом признаются и используются в судебной практике), в условиях же молчаливого сговора координация действий участников недоказуема по определению, поскольку носит лишь опосредованный характер. Проведенное нами исследование позволило установить, что применяемая в настоящее время методическая база антимонопольного регулирования товарных рынков, опирающаяся, в первую очередь, на прямые доказательства антиконкурентного ценообразования<sup>1</sup>, существенно снижает эффективность работы антимоно-

---

<sup>1</sup> Усенко Е.В. Соотношение понятий «соглашение» и «согласованные действия» в российском антимонопольном законодательстве // Закон. – 2008. – № 2. – С. 37; Авдашева С.Б. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2007. – Т. 11. – № 2. – С. 235; Кинев А.Ю. Классификация антиконкурентных

польных органов по его выявлению и пресечению. Это обуславливает необходимость раскрытия экономических аспектов и подходов к выявлению ценового сговора<sup>1</sup> производителей на товарных рынках.

**Сущность ценового сговора.** Ценовой сговор является одной из форм проявления монополистической деятельности субъектов хозяйствования на товарных рынках и в зависимости от состава участников может быть горизонтальным или вертикальным.

В качестве субъектов горизонтального сговора о ценах выступают товаропроизводители, функционирующие на одном уровне цепочки создания добавленной стоимости, взаимодействующие преимущественно на олигополистических рынках<sup>2</sup>; вертикального – субъекты хозяйствования, функционирующие на разных этапах названной цепи, как правило, производители и сбытовые организации<sup>3</sup>.

Обобщая существующие подходы к трактовке экономических и юридических аспектов антиконкурентного ценообразования субъектов хозяйствования, можно констатировать, что сговор может быть явным или молчаливым (неявным):

– явный сговор (ценовые соглашения) – предшествующая совершению каких-либо экономических операций (реализации продукции; участию на аукционах, торгах и др.), не оглашаемая письменная и (или) устная договоренность нескольких участников о ценах и (или) условиях, влияющих на их установление (применение единообразного прейскуранта, использование специальных методов бухгалтерского учета, расчета себестоимости и др.), а также условиях (способах) их поддержания, критериях мониторинга и последствиях нарушения участниками указанной договоренности;

– молчаливый сговор (согласованные действия) – координация ценовых решений по каким-либо экономическим операциям (реализации продукции; участию на аукционах, торгах и др.) участниками таких операций (одним и более) при отсутствии какой-либо договоренности между ними.

Принципиальными отличиями согласованных действий от ценовых соглашений являются:

---

соглашений в антимонопольном законодательстве Российской Федерации // Современная конкуренция. – 2011. – № 1. – С. 72.

<sup>1</sup> Правовыми конструкциями для отражения фактов явного и молчаливого сговора являются понятия «ценовые соглашения» и «согласованные действия о ценах» соответственно (см., например, Юсупова Г.Ф. Проблемы противодействия ограничивающим конкуренцию соглашениям в российской антимонопольной политике // Современная конкуренция. – 2009. – № 2 (14). – С. 31).

<sup>2</sup> Поскольку именно олигополистическая структура рынка приводит к взаимозависимости маркетинговых стратегий его участников и создает необходимые условия для возникновения сговора.

<sup>3</sup> Далее в статье речь пойдет о горизонтальном ценовом сговоре.

- параллельное изменение цен при отсутствии явного договора между участниками рынка (не основанное на взаимных договоренностях);

- отсутствие правового обязывающего действия; они основаны на одностороннем самостоятельном решении субъектов хозяйствования координировать свои действия с действиями конкурентов;

- основные доказательства наличия – косвенные признаки, выявление которых требует проведения дополнительного экономического анализа.

Объектами ценовых соглашений производителей являются:

– уровень цен на продукцию. В этом случае необходимо выделять соглашения о повышении цен; соглашения о поддержании фиксированной пропорции между ценами на конкурирующие, но неидентичные товары; соглашения о соблюдении публично заявленных цен; соглашения об использовании единой цены как исходной точки на переговорах и др.;

– условия, влияющие на установление и поддержание цен. Здесь выделяют: соглашения о стандартной формуле для расчета цен; соглашения об условиях кредитования покупателей; соглашения об обязательном уведомлении всех их участников о планах снижения цен; соглашения об изменении объемов выпуска; соглашения о распределении рынков сбыта; соглашения об обмене информацией о ценах и объемах выпуска; соглашения о стандартизации продукции; соглашения о создании отраслевых ассоциаций, выполняющих роль координатора общей ценовой политики и др.

Объектом согласованных действий является только уровень цен на продукцию участников сговора. Ограниченность объектов согласованных действий делает их менее жизнеспособными (по сравнению с ценовыми соглашениями) при изменении рыночных условий даже с учетом гораздо более низкой вероятности применения санкций антимонопольных органов.

Необходимо выделять следующие причины возникновения ценовых соглашений:

– снижение фактической и потенциальной прибыльности деятельности олигополистов вследствие обострения конкурентной борьбы на товарных рынках, связанное с действиями прямых и (или) потенциальных конкурентов, покупателей, производителей товаров-заменителей и поставщиков;

– невозможность достижения преследуемых целей хозяйственной деятельности посредством поддержания молчаливого сговора по причине отсутствия необходимых условий для его возникновения и устойчивости во времени.

В то же время причинами возникновения согласованных действий о ценах являются:

– отсутствие возможности явного сговора (пресечение его) или отсутствие его необходимости;

– сложность доказательства и пресечения антимонопольными органами неявного сговора.

Сговор, являясь одним из наиболее привлекательных для субъектов рынка способов максимизации прибыли, возникает всегда, когда для этого имеются необходимые экономические и институциональные (несовершенство антимонопольного законодательства, исторически тесные связи между производителями и др.) условия, совокупность которых, в свою очередь, определяет форму его существования – явный или молчаливый.

Установлено, что в зависимости от причин возникновения явный сговор товаропроизводителей призван обеспечивать достижение ими следующих целей функционирования на рынке:

– максимизировать прибыль путем установления и поддержания монопольно высоких цен (или цен, существенно превышающих предельные издержки);

– ограничить доступ на рынок потенциальных конкурентов через установление монопольно низких цен.

Участники молчаливого сговора преследуют цель максимизации прибыли.

Определено, что последствиями ценового сговора могут являться:

– ограничение конкуренции;

– потери аллокативной и производственной эффективности отрасли;

– изменение динамической эффективности отрасли.

Достижение целей сговора осуществляется путем применения различных методов (правил взаимодействия участников) его установления и поддержания:

– явного – путем реализации письменной или устной договоренности об изменении уровня цен и (или) условий, влияющих на их установление и поддержание, а также мониторинга за соблюдением условий соглашения; регламентацией процедуры изменения цены путем определения порядка «ценового лидерства» на рынке; через компенсационные платежи и распределение долей рынка, которые позволяют субъектам хозяйствования увеличить отраслевую прибыль, направляя большую часть производства олигополисту с более низкими издержками и не побуждая участников сговора с высокими издержками отклоняться от общей стратегии ценообразования<sup>1</sup>; через трансферты между участниками сговора; путем институционализации сговора – создание ассоциаций производителей и т.п.;

---

<sup>1</sup> Bain J. Output quotas in imperfect cartels // Quarterly Journal of Economics. – 1948. – № 62. – P. 617-622.

– молчаливого – путем раскрытия информации о ценах (обмен информацией о фактическом уровне цен и направлениях их изменения), которая позволяет обеспечить информационную прозрачность рынка для участников сговора; путем использования специальных методов ценообразования, облегчающих молчаливый сговор (ценообразование по «фокальным точкам», ценовое лидерство<sup>1</sup> и др.).

Принципиальными условиями возникновения ценового сговора и его жизнеспособности являются:

– наличие общей ценовой стратегии конкурирующих фирм, позволяющей поддерживать желаемый (монопольный) уровень рыночных цен. Особенности данной стратегии при явном сговоре – это периодические и частые контакты его участников; заранее оговоренные и согласованные условия реализации общей ценовой стратегии олигополистов на товарном рынке; оговоренное распределение их рыночных долей (для этой формы сговора характерна стабильность рыночных долей). При молчаливом – неоднократность взаимодействия олигополистов на товарном рынке; принятие ценовых решений с ориентацией на поведение конкурентов: каждый из них будет поддерживать сложившийся на рынке уровень цен до тех пор, пока такой же стратегии следуют остальные участники сговора (т.е. при определенных условиях олигополисты могут назначать точно такие же цены, как и в случае явного сговора, но без заключения какого бы то ни было соглашения);

– функционирование механизма наказания за отклонение от стратегии сговора. Для обеспечения устойчивости сговора наказание за отклонение от него должно быть неизбежным и дорогостоящим для нарушителя, что предполагает соблюдение следующих условий: 1) размер прибыли, которую потеряет отклонившаяся фирма, должен быть запретительно большим, т.е. превышать дисконтированную величину прибыли от нарушения сговора; 2) участники сговора должны быть заинтересованы и иметь возможность своевременно определить и наказать отклонившуюся от общей стратегии ценообразования фирму.

В этой связи важнейшими элементами ценовых соглашений являются:

а) механизмы компенсации убытков участников сговора в случае нарушения договоренности одним из его членов. В качестве таких механизмов могут применяться:

– взаимное выравнивание объемов продаж в рамках оговоренного периода: олигополист, продавший свыше своей установленной соглашением квоты, должен приобрести продукцию у продавца, продавшего ниже квоты;

---

<sup>1</sup> Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 1997.

– взаимное выравнивание объемов продаж в рамках последовательности периодов: превышение продаж над квотой текущего периода ведет к снижению квоты в следующие периоды и т.п.;

б) методы и критерии мониторинга соблюдения соглашения: сбор информации о деятельности участников соглашения и подготовка отчета об их торговом обороте, уровне цен, соответствии объемов продаж выделенным квотам и др. Полномочия по сбору информации о ценах и обеспечению выполнения ценового соглашения могут быть частично или полностью делегированы специально созданной организации<sup>1</sup>.

В случае согласованных действий поддержание высоких цен возможно при условии молчаливого соглашения участников сговора о том, что отклонение от высокой цены повлечет за собой наказание (при этом в большинстве случаев потери несут все участники молчаливого сговора). Самая простая форма наказания – возвращение к конкуренции (в виде бесконечной ценовой войны) и, соответственно, к нормальной норме прибыли<sup>2</sup>. Более эффективная форма наказания – временные ценовые войны, приводящие к существенным потерям прибыли участников сговора в течение некоторого периода времени<sup>3</sup>;

– благоприятная для возникновения сговора оценка его участниками соотношения ценности краткосрочной и долгосрочной прибыли. Молчаливый сговор является результатом динамического взаимодействия олигополистов. Поскольку наказание нарушившего молчаливый сговор участника происходит в будущем периоде, а выигрыш от него он извлекает в текущем периоде, вероятность возникновения и устойчивость ценового сговора зависит от соотношения ценности краткосрочной и долгосрочной прибыли, т.е. от коэффициента дисконтирования (дисконтирующего множителя)<sup>4</sup>.

Основные результаты проведенного нами исследования экономической сущности ценового сговора схематически представлены на рисунке 1.

<sup>1</sup> Кабраль Л. Организация отраслевых рынков. – Минск: Новое знание, 2003. – 356 с.

<sup>2</sup> Кац М., Роузен Х. Микроэкономика. – Минск: Новое знание, 2004; Kuhn K. Fighting collusion by regulating communication between firms // Economic Policy. – 2001. – № 32. – P. 169-204.

<sup>3</sup> Porter R. A Study of Cartel Stability: The Joint Executive Committee, 1880-1886 // The Bell Journal of Economics. – 1983. – Volume 14. – Issue 2. – P. 301-314; Bagwell K., Staiger R. Collusion over the business cycle // Rand Journal of Economics – 1997. – № 28. – P. 82-106.

<sup>4</sup> Ивановская И.В., Драгун Н.П. Специфика отрасли и ценовые соглашения (моделирование их вероятности и устойчивости) // Общество и экономика. – 2011. – № 8-9. – С. 194-215.



**Рис. 1. Схематическое представление экономической сущности ценового сговора товаропроизводителей**

Источник: разработано авторами.

**Выявление ценового сговора.** Потери благосостояния, которые сговор несет для общества, требуют его выявления и при необходимости прекращения. В этой связи в литературе представлены два основных подхода к выявлению и прекращению ценового сговора – юридический и экономический. Согласно обоим подходам способ выявления ценового сговора зависит от его формы: при доказательстве ценовых соглашений либо предоставляются прямые улики (объективные доказательства) их наличия (документальные свидетельства; устные договоренности, зафиксированные с помощью специальных технических средств и т.п.), либо они не считаются доказанными<sup>1</sup>. Борьба с молчаливым сговором сопряжена со значительными трудностями, поскольку при действующем подходе к доказательству сговора первостепенное значение имеют прямые (вещественные) подтверждения его существования, которые в случае согласованных действий, как правило, отсутствуют<sup>2</sup>.

*Юридический подход к анализу ценового сговора товаропроизводителей.* Согласно нему для признания ценовых соглашений и согласованных действий противозаконными достаточно доказать сам факт их наличия.

При этом не требуется устанавливать, что они ограничивают конкуренцию и негативно влияют на экономическую эффективность<sup>3</sup>. Вывод о наличии согласованных действий участников рынка должен являться следствием анализа и оценки совокупности косвенных доказательств, которые представляют собой информацию об изменении поведения конкурирующих на рынке субъектов хозяйствования (одинаковые или практически одинаковые цены; синхронное изменение цен; изменение цен на одинаковую величину и др.), а также установления посредством экономического анализа того факта, что каждый из участников рынка в отдельности не изменил бы свое поведение на рынке, если бы не знал, что другие участники поступят аналогичным образом<sup>4</sup>.

Достоинством юридического подхода является его объективность: действия товаропроизводителей квалифицируются как ценовой сговор при наличии объективных доказательствах его существования. Недостатки подхода: во-первых, в нормативных актах не приводятся методики, посредством которых осуществляется количественный анализ цен товаропроизводителей, идентификация их ценовых стратегий, а также оценка

<sup>1</sup> Усенко Е.В. Указ. соч. С. 37.

<sup>2</sup> Авдашева С.Б. Указ. соч.

<sup>3</sup> Авдашева С.Б. Незаконность молчаливого сговора в российском антимонопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? // Вопросы экономики. – 2011. – № 5. – С. 92; Кинев А.Ю. Цит. соч.

<sup>4</sup> Авдашева С.Б. (см. Цит. соч. С. 93); Кинев А.Ю. Цит. соч. С. 74; Усенко Е.В. Цит. соч. С. 39.



стимулов продавцов к ценовому сговору, обусловленных структурой рынка; во-вторых, признание ценового сговора противозаконным по факту его существования, т.е. отказ от обязательной количественной оценки последствий ценового сговора для общественного благосостояния, может иметь своим следствием необъективность принимаемых решений о необходимости его разрушения (поскольку монополизированные рынки могут быть динамически эффективными, а потери общественного благосостояния в краткосрочном периоде – компенсированы его ростом в долгосрочном) и мере наказания товаропроизводителей за нарушение антимонопольного законодательства.

*Экономический подход к анализу ценового сговора товаропроизводителей* на товарных рынках предполагает решение трех основных задач:

1. Оценку рыночной власти, которую производители (возможно) получили в результате согласованных действий в области ценообразования. В экономической литературе данную оценку предлагается осуществлять двумя методами: а) путем расчета показателей концентрации рынка: индексов Харфиндала-Хиршмана, Розенблюта, энтропии и др.<sup>1</sup>; б) посредством определения индекса Лернера<sup>2</sup>. Анализ названных методик позволил выявить их следующие недостатки:

– косвенность оценки величины рыночной власти методом расчета показателей концентрации рынка, поскольку рыночная власть отождествляется с концентрацией, что в общем случае неверно. В то же время достоинством рассматриваемого метода является методическая простота и доступность для анализа исходных данных;

– необходимость оценки для определения рыночной власти путем расчета индекса Лернера величины предельных издержек субъектов рынка, что часто является достаточно сложной задачей. Однако неоспоримым преимуществом рассматриваемого метода является непосредственная оценка рыночной власти как способности производителя устанавливать цену на уровне, превышающем его предельные издержки.

2. Определение факта наличия ценового сговора. Нами установлено, что в экономической литературе содержится целый ряд методических подходов к решению данной задачи, которые можно классифицировать на пять основных групп:

---

<sup>1</sup> См., например, работы: *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – С. 38; *Князева И.В.* Антимонопольная политика в России. – Москва: Омега, 2011. – С. 74.

<sup>2</sup> См. *Кабраль Л.* Цит. соч. С. 158; *Elzinga K., David E.* The Lerner Index of Monopoly Power: Origins and Uses // *American Economic Review: Papers & Proceedings.* – 2011. – Vol. 101. – № 3. – P. 560.

– основанные на выявлении фактов проведения сделок купли-продажи по монополюльно высоким (низким) ценам путем их сопоставления с различными эталонами – данными о динамике средней цены (рентабельности) продаж для всего исследуемого товарного рынка (иных рынков), аналогичных исследуемому и т.п., а также анализе динамики изменения цен и их структуры для каждого хозяйствующего субъекта, включенного в группу доминирующих на исследуемом рынке – например, методика П. Кутилова<sup>1</sup>. Основными недостатками указанного подхода являются: а) сложность сбора необходимой для анализа информации и трудоемкость расчетов; б) при достаточно значительной доле доминирующих на рынке хозяйствующих субъектов в случае сговора средние цены их продаж будут незначительно отличаться от средних цен для рынка в целом, т.е. проведенные в соответствии с методикой расчеты будут давать некорректные результаты; в) монополюльный уровень цен может быть результатом не только сговора товаропроизводителей, но и следствием внедрения инноваций, наличия патентов, естественной монополии и др., т.е. действий и условий, не подпадающих под антимонополюльное регулирование. В этой связи нами сделан вывод, что при выявлении сговора необходимо анализировать не уровень цен, а их динамику и синхронность изменения всеми производителями на исследуемом рынке.

– основанные на оценке интенсивности ценовой конкуренции на товарных рынках – например, методики Т. Азатбека<sup>2</sup>, Т. Орловой<sup>3</sup>, Д. Осипова<sup>4</sup>. В указанных методиках вывод о наличии (отсутствии) сговора производителей делается только на основании результатов анализа симметричности рыночных долей (интенсивность конкуренции согласно методике максимальна при равенстве долей рынка конкурентов). Однако авторы не учли возможность наличия в отрасли лидера и аутсайдеров (в этом случае полученные в результате апробации значения интенсивности конкуренции являются некорректными); а также то, что равенство долей рынка на про-

<sup>1</sup> *Кутилов П.В.* Механизм регулирования антимонополюльной деятельности на олигополистических товарных рынках: автореф. диссертации на соискание звания канд. экон. наук: 08.00.05; ОАО «Институт микроэкономики». – Москва, 2007. – С. 14.

<sup>2</sup> *Азатбек Т.* Монополистическая власть и антимонополюльное регулирование в национальной экономике: теория, методология, механизмы: автореф. диссертации на соискание звания д-ра экон. наук: 08.00.05; Казахский нац. пед. ун-т им. Абая. – Алматы, 2010. – С. 23.

<sup>3</sup> *Орлова Т.А.* Антимонополюльное регулирование конкурентной среды: автореф. диссертации на соискание звания канд. экон. наук: 08.00.05; Рос. академия гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – Москва, 2000. – С. 16.

<sup>4</sup> *Осипов Д.В.* Антимонополюльное регулирование и развитие конкуренции на российских товарных рынках: автореф. диссертации на соискание звания канд. экон. наук: 08.00.05; Рос. экон. академия им. Г.В. Плеханова. – Москва, 2003. – С. 13.

тяжении длительного периода времени может быть следствием явного сговора, в рамках которого эти рыночные доли были распределены;

– основанные на построении экономико-математических моделей поведения олигополистов в условиях сговора и тестировании их адекватности на реальных рыночных данных<sup>1</sup>. Основными недостатками подхода являются: а) необходимость определения функций спроса и издержек (которые неизвестны априори), что является достаточно сложной эконометрической задачей; б) даже небольшие погрешности (изменения) в спецификации эконометрической модели могут оказать сильное влияние на достоверность полученных результатов<sup>2</sup>;

– основанные на тестировании гипотезы о различиях в поведении производителей, согласовавших свои действия, и производителей, принимающих решения об уровнях цен независимо, исходя из уже имеющихся данных о раскрытом ранее ценовом сговоре<sup>3</sup>. В то же время названными авторами не указывается, каким образом был установлен факт наличия согласованных действий в прошлых периодах, и какие показатели об этом свидетельствуют;

– основанные на идентификации деятельности, которая тесно коррелирована со сговором и имеет относительно низкую вероятность появления в его отсутствие. В качестве такой деятельности может выступать обмен информацией между фирмами («communication»), интенсивность которого во время сговора усиливается<sup>4</sup>. Достоинством данных методик является возможность предоставления объективных доказательств сговора; недостатком – низкая эффективность для случаев, когда фирмы вступают в молчаливый сговор.

3. Оценка условий, определяющих вероятность возникновения и существования ценового сговора товаропроизводителей. В литературе в качестве критериев, посредством которых осуществляется оценка названных условий, используются:

– характеристики рынка (высота барьеров входа на рынок; стабильность состава его участников в течение длительного времени; стандартизи-

---

<sup>1</sup> *Baker J., Bresnahan T.* Empirical Methods of Identifying and Measuring Market Power // *Antitrust Law Journal*. – 1992. – № 61. – P. 3-16; *Porter R.H.* Цит. соч.

<sup>2</sup> *Kuhn K.* Цит. соч. P. 176.

<sup>3</sup> *Пивоварова С.Г.* Сговор в государственных закупках: подход к анализу // *Вопросы государственного и муниципального управления*. – 2009. – № 3. – С. 37; *Lanzillotti R.F.* The Great School Milk Conspiracies of the 1980's // *Review of Industrial Organization*. – 1996. – № 11. – P. 413-458.

<sup>4</sup> См., например: *Kuhn K.* Цит. соч. P. 170; *Van Huyck J., Raymond C.* Tacit Coordination Games, Strategic Uncertainty, and Coordination Failure // *The American Economic Review*. – 1990. – Vol. 80. – № 1. – P. 234-248.

рованность продукта со стабильными характеристиками и технологиями производства); характеристики положения хозяйствующих субъектов на рынке (величина и стабильность суммарной рыночной доли участников согласованных действий; равномерность распределения рынка между продавцами); характеристики поведения хозяйствующих субъектов (участники рынка должны сознательно согласовывать свои действия; согласованные действия должны оказывать существенное влияние на поведение участников рынка, а модель согласованных действий – отличаться от обычного учета цен других продавцов при назначении собственных); характеристики влияния поведения хозяйствующих субъектов на параметры равновесия на рынке (результат согласованных действий должен заметно отличаться от параметров равновесия на сопоставимом конкурентом рынке; причинно-следственная связь между согласованными действиями и изменением параметров рынка должна быть доказана)<sup>1</sup>;

– количество предприятий в отрасли; разница в объемах выпуска продукции и занимаемых долях рынка производителей; величина совместной доли рынка; различия в качестве товара; уровень износа основных средств; степень контроля над предприятиями со стороны заинтересованных лиц; взаимозаменяемость продукции; использование единой дилерской сети; реализация совместных проектов; участие в ассоциациях<sup>2</sup>.

Анализ указанных методик позволил сделать следующие выводы:

– несмотря на то, что в большинстве рассмотренных методик критерии, посредством которых предлагается определять вероятность возникновения и существования сговора товаропроизводителей, совпадают (количество производителей, их рыночные доли, высота барьеров входа на рынок и др.), принцип их выделения авторами не обосновывается и не указывается (за исключением методики С. Авдашевой<sup>3</sup>);

– в большинстве методик количественная оценка критериев, посредством которых предлагается определять вероятность существования сговора товаропроизводителей, осуществляется либо экспертным путем, либо отсутствует вовсе, либо предполагает одновременный анализ ценового поведения только двух товаропроизводителей, что значительно сужает область их применения и повышает трудоемкость исследования;

<sup>1</sup> Авдашева С.Б. Цит. соч. С. 100.

<sup>2</sup> Машков С.В., Брагина З.В. Олигопольный рынок: оценка склонности к сговору: монография – Кострома: Костромская областная организация общества «Знание» России, 2005. – С. 78; Верещагин А.А. Экономическое поведение хозяйствующих субъектов в условиях олигополистической структуры рынка: автореф. диссертации на соискание звания канд. экон. наук: 08.00.01; ГОУ ВПО «Ярославский гос. ун-т им. П.Г. Демидова». – Ярославль, 2010. – С. 19.

<sup>3</sup> Авдашева С.Б. Цит. соч. С. 100.

– предлагаемые, например, С. Машковым и З. Брагиным для интерпретации вероятности сговора товаропроизводителей шкалы оценки рассматриваемых критериев теоретически не обосновываются, что может приводить к противоречивым выводам. В работе А. Верещагина шкалы оценки рассматриваемых критериев вообще отсутствуют, что не позволяет использовать предложенную методику на практике;

– основным недостатком рассматриваемых методик с точки зрения эффективности выявления сговора является то, что анализ предлагаемых критериев не позволяет установить факт сговора, а лишь дает возможность опровергнуть (либо принять) гипотезу о возможном его существовании; достоинством – результаты анализа предлагаемых критериев могут быть полезны при разработке мер антимонопольного регулирования (мероприятий, направленных на предупреждение возникновения антиконкурентного ценообразования).

---