XX Международная научно-практическая конференция «Научный форум: юриспруденция, история, социология, политология и философия»

ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ КАК БАЗОВОЕ ПОНЯТИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Круглова Анна Сергеевна

студент Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург

Dominant position as the basic concept of antimonopoly legislation

Anna Kruglova

student St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg

Аннотация. В статье исследуется вопрос определения понятия доминирующее положение в российском и зарубежном законодательстве. Дается оценка существующим критериям, их целесообразности и возможным изменениям. Проводится анализ основных возникающих, при установлении доминирующего положения хозяйствующего субъекта антимонопольными органами. Автор приводит примеры этапов хозяйственной деятельности, на которых установлены ограничения для субъектов с целью недопущения ими злоупотребления своим влиянием на рынок товаров или услуг.

Abstract. The article was investigated the question of defining the concept of a dominant position in Russian and foreign legislation. The author gives an assessment of the existing criteria, their feasibility and possible changes. And analyzes the main emerging antimonopoly authorities when the dominant position of an economic entity is established. The author gives examples of the stages of economic activity, on which restrictions are established for the subjects in order to prevent them from abusing their influence on the market of goods or services.

Ключевые слова: конкурентное право; доминирующее положение; коллективное

доминирование; рынок.

Keywords: competitive law; dominant position; collective dominance; market.

Экономически привлекательным для любого участника рыночных отношений является доминирующее положение, которое позволяет контролировать цены и влиять на других производителей. Но вместе с тем, получение субъектом соответствующего статуса влечет для него и ряд ограничений.

Для признания субъекта занимающим доминирующее положение он должен соответствовать определенным признаки, установленным законом, который содержит общее определение доминирующего положения, в основу которого положены оценочные (качественные) критерии [2].

При этом из самой формулировки закона можно сделать вывод о том, что доминирующим положение может быть независимо от того, реализовал ли субъект, существующую у него возможность и собирался ли он вообще это делать. Для признания за субъектом соответствующей роли антимонопольному органу достаточно существования некой гипотетической возможности. Уже это показывает несовершенство предлагаемых критериев.

Другую группу признаков составляют объективные (количественные) критерии, выражающиеся в установлении доли на рынке определенного товара. Они не создают презумпции, но позволяют сформулировать определенные правила. Так, если лицо занимает более половины рынка, то его положение признается доминирующим. И напротив, не может быть признано доминирующим положение лица, доля товаров которого составляет менее 35 процентов. Оба этих правила имеют свои исключения. Лицо в любом случае может доказывать, что, несмотря на процентное соотношение товаров, не занимает доминирующего положения. А законом может быть прямо предусмотрена возможность установления доминирующего положения лица, доля товаров которого составляет менее 35 процентов. Если же организация находится в интервале от 35 до 50 процентов, то доказывать наличие у нее доминирующего положения будет антимонопольный орган.

Количественный критерий никогда не применяется сам по себе, он является факультативным и только в одновременное наличие сразу нескольких признаков позволяет делать вывод о положении субъекта на рынке. Совокупное применение критериев обеих вышеприведенных групп как раз и гарантирует принятие наиболее объективного решения на основе конкретных числовых показателей и с учетом реального положения рынка и фактического влияния хозяйствующего субъекта на него. Но в то же время на практике показатель доли выступает в качестве основополагающего признака, что не в полной мере соответствует высказанной выше идее баланса объективных и субъективных признаков при определении доминирующего положения.

Несмотря на значение количественного критерия, он не является необходимым при наличии достаточно развитого конкурентного законодательства. Так от установления порогового значения отказались многие страны, например, США, Франция и Великобритания.

Применение любого их критериев происходит в два этапа: во-первых, необходимо определить соответствующий рынок для каждого конкретного субъекта, а во-вторых, необходимо применить к нему количественный критерий и оценить его влияние на оборот. Однако идентифицировать необходимый рынок порой бывает совсем непросто. Слишком узкое определение рынка, без учета возможных заменителей приведет к завышению доли субъекта, соответственно при включении неотносящихся товаров рыночная доля будет напротив занижена.

Зарубежные правопорядки также оценивают доминирующее положение с точки зрения доли участия субъекта на рынке, а также возможности оказывать влияние на рынок. Такой подход характерен, например, для стран Европейского союза (далее – ЕС). Самым значимым для этого вопроса стало дело Continental Can Company Inc. v Commission of the European

Communities (1972), в котором было сформулировано определение доминирующего положения.

Согласно позиции Комиссии ЕС доминирующим признается положение такого субъекта, который независим в своих действиях от конкурирующих компаний, покупателей и поставщиков. Это может быть вызвано высокой долей на рынке, наличием специальных технических знаний, уникального сырья или дополнительного капитала. При этом специально уточнено, что доминирующим может быть признано положение субъекта, независимо от наличия у него возможности устранить всех других конкурентов. Достаточно того, что он не зависит от них и может не ориентироваться на них при принятии решений.

Доминирующее положение может возникать в силу различных обстоятельств. Например, единственный производитель на рынке, находящемся в состоянии естественной монополии или по административным причинам. Но чаще всего это обусловлено экономическими факторами. Самый простой пример – слияние наиболее крупных участников рынка, влияние которых по отдельности не имеет столь значимого веса. В Законе о конкуренции предусмотрено два варианта: совокупность трех лиц, чья доля в сумме превышает 50 процентов, или пяти лиц, при условии превышения 70 процентов доли товаров на рынке. При этом компании сохраняют юридическую самостоятельность, и доминирующее положение признается за каждой из них в отдельности. Такие образования получили название «совместной монополии» или «сложного доминирования».

Независимо от способа достижения, само по себе признание положения субъект доминирующим не влечет для него никаких санкций со стороны государства. Однако наличие субъекта, способного влиять на рынок в целом, создает угрозу конкуренции. И государство, исходя из необходимости обеспечения баланса частных и публичных интересов в экономической сфере, не запрещает субъектам занимать доминирующее положение, но устанавливает ответственность в случае злоупотребления им.

Кроме того, для контроля за осуществлением такими хозяйствующими субъектами своих прав вводится целый ряд ограничений обычной экономической деятельности. Так, например, большинство сделок начинаются с оферты или предложения делать оферты, которые содержат указание на товар и его цену. Уже на этом этапе можно заметить особенности в регулировании, установленные для субъекта, занимающего доминирующее положение. Цена непосредственно влияет на прибыль, но кроме того она позволяет косвенно воздействовать на рынок в целом. Последний пункт и вызывает опасения у антимонопольных служб, поэтому субъект, занимающий доминирующее положение, под угрозой санкций со стороны государства не может устанавливать свободно устанавливать цены, так как существует риск признания их монопольно низкими или монопольно высокими, что безусловно ограничивает его право на свободное распоряжение экономическими ресурсами. Кроме того, субъект рискует быть обвиненным в недобросовестной конкуренции и при установлении отличающихся цен на один и тот же товар.

Следующим этапом сделки является ведение переговоров, в процессе которых стороны обсуждают наиболее значимые вопросы и ищут взаимовыгодное решение. Риск хозяйствующего субъекта заключается в возможности квалификации его действий как злоупотребления доминирующим положением, если будет установлено, что другой стороне навязывались невыгодные для него условия договора. Практика сформировала верную позицию и признает злоупотребление лишь при наличии доказательств воздействия на контрагента, выходящего за рамки обычного делового общения.

Наконец по результатам переговоров стороны принимают решение о заключении договора, однако воля хозяйствующего субъекта и здесь ограничена. Лицо может быть привлечено к административной ответственности в случае, если антимонопольный орган посчитает, что отказ от договора не обоснован экономическими причинами [3]. Как видно из приведенных примеров, ограничения касаются обычных действий, которые могут совершаться иными субъектами без риска быть обвиненными в недобросовестной конкуренции. В то же время установленные ограничения нельзя признать необоснованными, поскольку доминирующее положение дает возможность использовать такие методы воздействия, которые недоступны иным участникам оборота. Примером такого

неблагоприятного воздействия со стороны доминирующего субъекта может выступать демпинг. Под демпингом понимается продажа товаров по искусственно заниженным ценам, с целью проникновения на рынок или вытеснения конкурентов. В России демпинг запрещен и относится к одному из видов недобросовестного поведения в форме злоупотребления доминирующим положением. Компании проводят такую политику с целью компенсации убытков за счет последующего укрепления позиций на рынке и расширения продаж, либо распределяют убытки одного товара и доходы от иных таким образом, что совокупная прибыль компании не падает, и она не несет потери. Очевидно, что позволить себе такое сможет далеко не каждый участник рынка, поэтому и признать такой метод законным не представляется возможным.

Таким образом, доминирующее положение на рынке, как базовая категория конкурентного права, вызывает еще достаточно много вопросов и требует внесения изменений в существующее законодательства, с одной стороны уточняющих выработанные критерии, а с другой позволяющих антимонопольным органам проявлять большую гибкость при принятии решений.

Список литературы:

1. Паращук С.А. Правовые проблемы установления доминирующего поло-жения на рынке и запрета злоупотребления доминирующим положением. / Сборник статей.. Под ред // Сборник статей Международной научно-практической конференции. — 2014. — С. 202–207.

2. Собрание законодательства РФ. 2006. № 31. Ст. 3434.

3. Статья 14.31 "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 27.06.2018) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 1. Ст. 1.

4. Типовой закон о конкуренции [Электронный ресурс] / Конференция по торговле и развитию. – Женева, 2000. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/law_competition.pdf (Дата обращения: 03.07.2018).