

Олигополната пазарна структура и проблема за паралелното поведение

Боряна Джумалийски

The oligopolistic market structure and the problem of parallelism: The process of consolidation in many industries contributes for one of the major economic trends in Europe in recent decades. As a natural result of the consolidation occur oligopolistic market structures, markets in which there are several participants, and the rest, if any, are few and unable to exert significant competitive pressure. This kind of markets are of particular interest for the application of competition law, as their structural feature is a market environment that does not meet the conditions of perfect competition and its nature creates forms of parallel behavior of the participants.

Key words: oligopoly, monopolistic and imperfect competition, oligopolistic interdependence, parallelism, tacit collusion, Competition Law.

ВЪВЕДЕНИЕ

Известно е, че пазара и конкуренцията имат определящо значение от гледна точка гарантиране благосъстоянието на потребителите, оптималното разпределение на ресурсите и създаване на условия и стимули за повишаване на техническото ниво и качество на продукцията. Процесът на консолидация в редица индустрии характеризира една от основните икономически тенденции в Европа през последните десетилетия. Като естествен резултат от консолидирането се явяват олигополните пазарни структури, т.е. пазари в които действат няколко участника, а останалите, ако има такива, са малко на брой и неспособни да оказват значителен конкурентен натиск. Този вид пазари са от особен интерес за прилагане на правото на конкуренция, тъй като тяхната структурна особеност представлява пазарна среда, която не отговаря на условията за съвършена конкуренция и нейното естество поражда форми на паралелно поведение на участниците.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Същност на олигопола и олигополната взаимозависимост.

Естествен стремеж на всяка компания е да максимизира печалбата си. Тя от своя страна е най-голяма, когато пазара е монополен. Монополистът може да си позволи да намали обема на производството, като по този начин увеличи търсенето на продукта, което в крайна сметка ще доведе до увеличаване на цената. Освен това, незаплашен от действията на потенциални конкуренти, монополистът може да експлоатира потребителя като формира цени, които не са разходно-ориентирани, като по този начин цената, определена от монополиста се превръща в пазарна.

Олигополният пазар дава на фирмите работещи на него много от предимствата, които има монополистът. Тъй като конкурентите са взаимозависими, те трябва да съобразяват действията си един с друг, като крайният резултат са цени, които са над нивото, на което щяха да бъдат, ако пазара беше конкурентен. Липсата на конкуренция способства за икономически неефективни действия на фирмите.” [4].

„Един отрасъл е олигополен, когато значителен дял от произведената продукция е съсредоточен в ръцете на няколко относително големи фирми и промяна в производителността на която и да е от тях, ще повлияе значително на пазарната цена. През 1516г Сър Томас Мор пръв използва понятието „олигопол” в трактата си „Утопия”, като отбелязва, че цените не могат да паднат до конкурентните си нива, просто поради наличието на повече от един доставчик.” [6].

Същността на олигополистичната пазарна структура се състои в това, че съществуват няколко доставчици, и всеки един от тях е в състояние да засегне в значителна степен останалите конкуренти. Това означава, че между олигополните

фирми се формира паралелно поведение. Проблемът се състои в това, че на този вид пазар действат малко на брой фирми, непритежаващи господстващо положение, но поради характерните особености на пазара, тези фирми действат паралелно и в резултат на това реализират печалба от колективните си действия. Важно е тук да се отбележи, че това паралелно поведение се осъществява, без за тази цел участващите фирми да са сключили договор или между тях да е налице съгласувана практика по смисъла на чл.102/1/ от /от Договора за създаване на Европейска общност/ДЕО/ или чл.15 от Закона за защита на конкуренцията/ЗЗК/. Въпросът от гледна точка на конкурентното право е как да се подходи към олигополния проблем – да се изясни дали той е резултат от действията и поведението на фирмите на пазара, или е присъщ на този вид пазарна структура. Тогава, в първия случай би следвало да се приложат чл.102 и 103 от ДЕО и съответстващия им от националното законодателство - чл.15 от ЗЗК, а във втория - да се наложат решения, насочени към ограничаване на сливанията.

При осъществяване на своята дейност, Комисията за защита на конкуренцията определя и дефинира основните характеристики на паралелно поведение, които търси и преследва, в контекста на представените в правната норма негови проявни форми, а именно - „съгласувана практика” и „споразумения”.

„Споразумението между предприятия може да съществува под всякакви форми на постигане на съгласие или разбиране между икономическите оператори по отношение на пазарното им поведение. Споразумението е забранено, когато води до ограничаване на свободата на предприятията да определят самостоятелно и независимо поведението си на пазара и вместо това те предприемат съвместно определено поведение, като в крайна сметка се ограничава или премахва ефективната конкуренция между тях.”[7].

„Съгласувана практика” е понятие, което е легално дефинирано в § 1, т. 14 от ДР на ЗЗК. Съгласно посочената разпоредба тя представлява координирани действия или бездействия на две или повече предприятия. На практика, фирмите координират своите действия, без за тази цел да достигнали до споразумение. Възползвайки се от сътрудничеството помежду си, икономическите оператори съзнателно заместват рисковете на конкуренцията.

„С цел разграничаването на съгласуваната практика от забранено споразумение се приема, че тя е форма на координация между предприятията, при която те, без да са изработили съвместен план за това, съзнателно премахват присъщите на конкуренцията рискове, като координират ежедневно си търговско поведение. Съгласувана практика е налице, когато предприятията, при липса на пряк или косвен контакт между тях, без да са постигнали съгласие помежду си, са възприели еднакво самоограничаващо поведение на пазара, което не се дължи на обективните условия на съответния пазар. Съгласуваната практика се разграничава и от обичайния пазарен паралелизъм, съществуващ между участниците на определени пазари. Пазарният паралелизъм не може сам по себе си да представлява доказателство за съществуването на съгласувана практика между тях, освен в случаите, когато не може да бъде идентифицирано друго възможно обяснение за паралелното им поведение на пазара. Съгласуваната практика често се наблюдава на пазари с висока степен на прозрачност, тъй като тя намалява стимулите и готовността на участниците на пазара да се конкурират помежду си и създава условия за съгласувани или координирани пазарни реакции.”[7].

Участниците в подобни пазарни структури, възползвайки се от преимуществата на паралелното поведение, притежават пазарна сила, която се състои във възможността на една фирма или група от фирми да увеличат цените чрез намаляване на производителността и да ги задържат за значителен период от време над нивото, което биха достигнали при конкурентни условия. В следствие на това си поведение, те реализират повишени печалби.

„Проблемът с монопола е, че монополистът е в състояние да ограничи производството и по този начин да увеличи цената на стоките или услугите. При идеалната конкуренция нито една компания не разполага с достатъчно пазарна мощ да влияе върху цените чрез разлика в производството и предлагането на стоки и услуги. Регулацията на конкуренцията най-често се намесва, за да предотврати независими предприятия да координират пазарното си поведение и да реализират квази-монополни печалби чрез ограничаване на производството си. В този смисъл са и чл. 102 и 103 на ДЕО, които забраняват хоризонтални споразумения за определяне на цените и подобни картели.” [5].

Олигополната пазарна структура и конкурентното право

Първата основна характеристика на олигополните пазари е високата концентрация. Въпросът тук е, какъв е броят на участниците, до който пазарът се разглежда като от описаният по-горе вид и след надвишаването на който, то той не би отговарял на условията за олигополна пазарна структура. Това ли е единственият фактор - малък брой фирми, притежаващи големи пазарни дялове, без никоя от тях да притежава господстващо положение, за да бъде определен един пазар като олигополен?

„По отношение на първия въпрос, няма единно становище относно броя на участниците на пазара. Анализирайки практиката на ЕК и съдилищата на ЕС се установява дори наличието на взаимоизключващи се становища. Така например в казуса Wood Pulp в противовес на установеното от ЕК, съдът на Европейския съюз е възприел становището на експертите за съществуване на олигопол на европейския пазар на дървесинна каша при условие, че доставчиците на пазара на ЕС са били петдесет и трима. От друга страна в последващо решение, касаещо концентрация на стопанска дейност между две от големите одиторски фирми Price Waterhouse/Coopers & Lybrand, ЕК е приела, че колективно господстващо положение /резултиращо и отразяващо олигополната структура на пазара/ на повече от три или четири компании е невъзможно и непостижимо в дългосрочен план.

Тоест, въпреки, че проблема се означава като олигополен, термин отразяващ малкия брой на конкурентите, действащи на съответния пазар, високата концентрация е само един от факторите обуславящи наличието на пазарна структура, която води до паралелно поведение.” [4].

Едно или повече от следните условия също следва да бъдат налице, за да се определи поведението като паралелно и влезе в обсега на конкурентното право:

- 1) прозрачност относно цените, обемите на производство, продажбите и търсенето – така конкурентите биха могли да се наблюдават и да реагират по-лесно
- 2) еднородност на продукта или услугата - при различие в стоките или услугите, ще възникне конкуренция, поради техните качества, а това от своя страна ще намали вредните ефекти от липсата на конкуренция
- 3) механизъм за наказване на фирмата, която се отклони от паралелното поведение - ако само един от участниците намали цените, то това би довело до загуби ползите от паралелното поведение

„Дисциплината между конкурентите може да се поддържа с различни средства, като най-тежкото от тях е ценовата война. Тъй като при нея всички губят, възможността от предизвикването ѝ, играе роля на превантивна мярка срещу желанието на фирмите да “мамят”. [4].

- 4) нееластичност на търсенето

„В случай, че някоя от компаниите реши да конкурира в ценово отношение другите фирми, загубата на приходи, резултат от намаляването на цените не може да се компенсира от печалбата получена в резултат на увеличения обем на

продажбите, тъй като такъв не може да се осъществи при нееластичност натърсенето.” [4].

„В случай, че олигополистите извличат печалба, която не биха постигнали ако имаше действаща конкуренция, то тогава, такъв пазар би действал като магнит за другите компании, навлизането, на които би довело до деконцентрацията на същия. Практиката показва, че това не се случва и основната причина са високите бариери за навлизане. Те от своя страна могат да бъдат правно-административни - например необходимост за получаване на лиценз за осъществяване на дадена дейност; икономически - висока първоначална инвестиция; технологични - например ограничен радио - честотен ресурс; така наречените “потънали разходи” /sunk costs/, представляващи разноските, които компанията ще претърпи, за да навлезе на пазара, но които не може да си възстанови, когато излиза от него и др.” [4].

Посочените характеристики благоприятстват паралелното поведение на икономическите агенти, без да е необходимо между тях да има сключено споразумение или да съществува съгласувана практика. Появата на неблагоприятните ефекти от съществуването на олигополната пазарна структура навежда на въпроса дали органите по защита на конкуренцията следва да предприемат някакви действия срещу участниците на подобни пазарни структури и какви да бъдат те.

Корените на антитръстовото законодателство трябва да търсим векове назад. Един от първите закони срещу монопола е „Конституцията на цените” на Император Зенон (483 пр. Хр.) Той гласял следното: "Ние сме общество, в което никой не трябва да си позволява да упражнява монопол върху всякакъв вид дрехи, риба, или всяко друго нещо, което служи за храна или е предназначено за други цели".

Формирането на модерната концепция на конкурентното право се свързва с периода XV - XVII век, когато някои занаятчии се опитвали да се противопоставят на съществуващия ред. Например, през 1414 в Англия на Джон Дайър по договор, му било наложено да не използва уменията си на бояджия в рамките на града в продължение на шест месеца. Тогава съда обявява за недействително вмененото задължение на Дайър и налага глоба на ищеца.

Първите закони, защитаващи свободата на конкуренцията се появяват в края на деветнадесети век. За родно място на конкурентното право се счита САЩ, където то се явява логично продължение на антитръстовото законодателство. През 1890 г. е приет закон, насочен към защита на търговията от неправомерни ограничения и монополи, по-известен като Закон на Шерман. През 1914 г. приемат Закона за Федерална Търговска комисия и закона на Клейтън, с които се установяват ограничения върху ценовата дискриминация, въвежда се изискване за сключване на "задължителни" договори, създават се холдингови дружества, определят се Управителен съвет и Съвета на директорите в колективните фирми. Тези закони все още стоят в основата на конкурентното законодателство.

„Еволюцията на режима на регулиране на олигополните пазари в рамките на прилагането на европейското право на конкуренция е поетапно, макар и не напълно последователно.”[3].

Правото на ЕС не съдържа изрична разпоредба, регулираща поведението на олигополистите. Паралелното поведение на олигополистите е обхванато чрез проблема със съгласуваните практики по чл. 102 ДЕО и злоупотребата с господстващо положение по чл. 103 ДЕО, както и Регламента за контрол на сливанията.

Приемането на България за пълноправен член на ЕС, доведе до задължението Комисията за защита на конкуренцията за прилага пряко разпоредбите на Договора за създаване на ЕО. Това неименуемо е свързано с тясно сътрудничество с Европейската комисия и тясна връзка и обмен на работа с националните органи по конкуренция в останалите страни – членки на ЕС. Новите условия доведоха до

наложително прецеизиране на действащата дотогава национална правна уредба по отношение на конкуренцията, както и до въвеждане на нови процедури и допълване правомощията на КЗК съобразно препоръките на ЕС.

Действащият в момента Закон за защита на конкуренцията влиза в сила на 2 Декември 2008г, като в годините търпи корекции и изменения, в следствие на тясното сътрудничество на държавите-членки и прецеизиране на материята.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Антимонополното законодателство следва да не се ограничава само до надзора за спазването на правилата за поведение на пазара – то е предназначено да носи и творчески характер. Разбира се, необходимо е да се следи за спазването на закона за защита на конкуренцията и да не се допуска неговото нарушаване, но по-важното е развитието на местното производство, увеличаване на неговата конкурентоспособност, като се гарантира икономическата сигурност на държавата и обществото, насърчаване на икономическата трансформация (включително оправдана икономическа концентрация), насърчаването на почтени и честни бизнес практики.

Задачата на държавата и органите по конкуренция е да се въведе конкуренция в цивилизована рамка, и да се предотвратят опасни за обществото прояви на монопол и нелоялни методи на конкуренция, както и да се определят областите, където е нужно държавно регулиране.

Разбира се, развитието на конкуренцията не е самоцел, тя е подчинена на глобалните проблеми в социално и икономическо направление, и следва да е насочена към тяхното решение. Ефективното прилагане на политиката на конкуренция и конкурентното право са мощен катализатор за структурни промени в икономиката, и рационалното им използване е от жизненоважно значение за конкурентоспособността както на отделните предприятия, така и на националната икономика като цяло.

ЛИТЕРАТУРА

[1]. Авдашева С. Б., Аронин В. А., Ахполов И. К., Конкуренция и антимоно-
польное регулирование.

[2]. Антонова В., Йорданова Д., Йорданова Л., Карлова Р., Николов П., Пангелов
К., Новата правна уредба за защита на конкуренцията, София, 2009г.

[3]. Влайкова А., Паралелно поведение и съвместно господстващо положение
при олигополните пазари:какъв е прагът на достижимост?, „Пазар и право”, 10/2006

[4]. Ганев А., Олигополна структура на пазара и конкурентното право.
Конспирация, злоупотреба със съвместно господстващо положение или невинно
паралелно поведение., „Търговско право”, бр.4/2004г.

[5]. Маркова Д.,Хоризонтални споразумения – олигопол, мълчаливо съгласие и
съвместно господстващо положение,

[6]. Sigrid Stroux,US and EC Oligopoly control

[7]. <http://www.cpc>