

---

---

# Horizontal Merger Guidelines



U.S. Department of Justice  
and the  
Federal Trade Commission

## Тест гипотетического монополиста

# Три вопроса

- Смогут ли компании повысить цены?
- Есть ли препятствия для повышения?
- Если да, то достаточны ли они?



Рынок – это то, что имеет смысл  
монополизировать

**Бишоп и Уолкер**

A Relevant Market Is Something

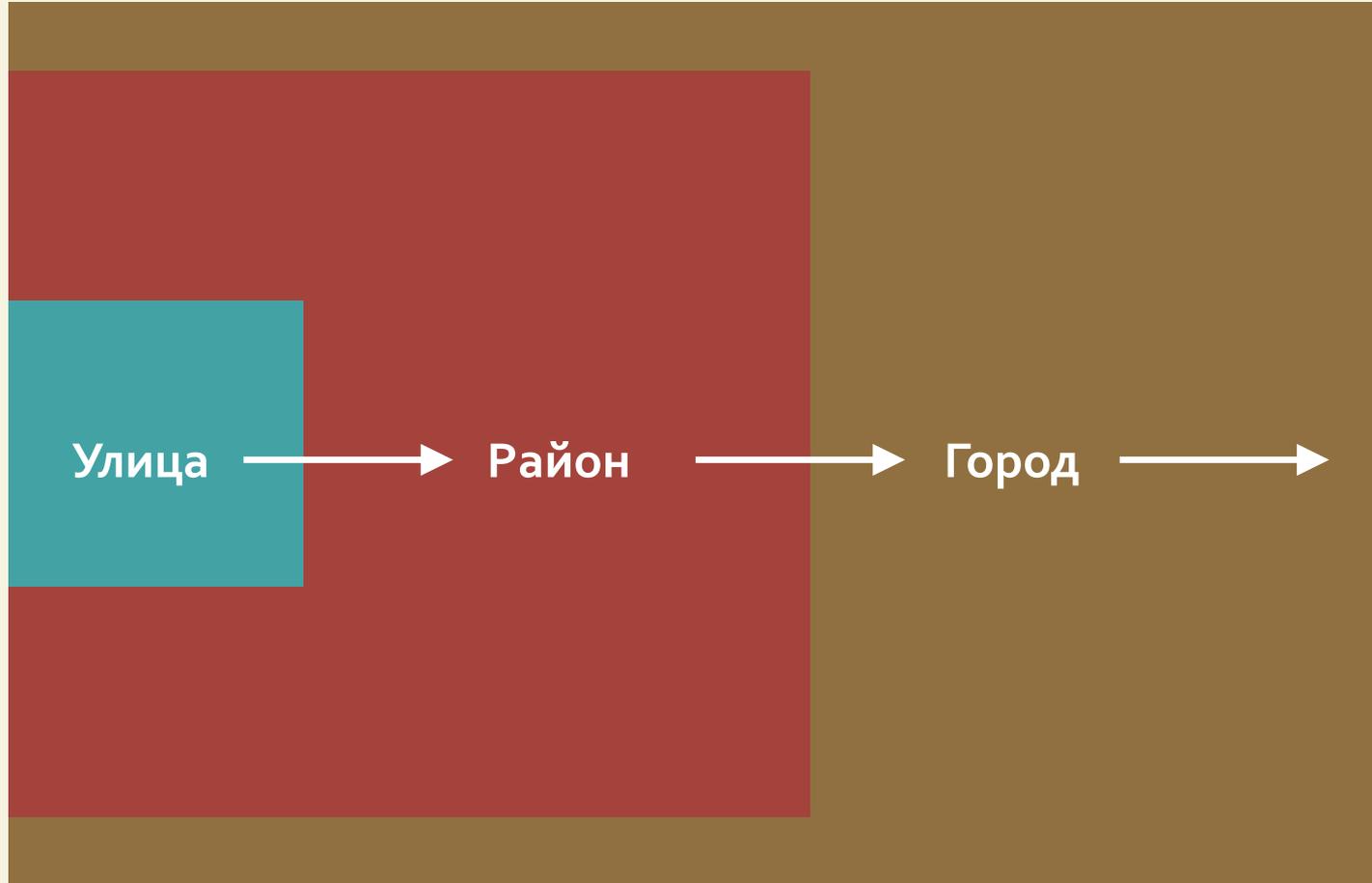
Worth Monopolising (1995)

Economics of E.C. Competition Law (1999)

# Пошаговая инструкция

1. Начинаем с самого узкого определения рынка
2. Можно ли с прибылью поднять цены?  
Да – стоп; нет – идем дальше
3. Добавляем в границы рынка субститут
4. Теперь можно с прибылью поднять цены ?  
Да – стоп; нет – возвращаемся к п. 3
5. Вычисляем объем рынка

# Расширение границ



# Тест гипотетического монополиста:



3.9. В результате проведения "теста гипотетического монополиста" (для определения продуктовых границ товарного рынка) выясняется **мнение** приобретателей товара о составе группы взаимозаменяемых товаров. Для этого приобретатели отвечают на вопрос: "Какими товарами и в каком объеме они предпочтут заменить предварительно определенный товар, если цена на него **долговременно** (дольше одного года) повысится на 5 - 10 процентов, а цены на остальные товары останутся неизменными?".

Ответы приобретателей товара обобщаются и с помощью обобщенной информации определяется, выполняются ли следующие два условия:

- в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами;
- произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое повышение цены **невыгодным** для продавца (продавцов) предварительно определенного товара.

## 1. Проблемы выборки

- Выборка обычно не указывается
- Выборка не репрезентативна

## 2. Проблемы формулировок

- Опускается длительность повышения цен

## 3. Влияние на прибыль

- Не измеряется почти никогда

**73%**

Не указана выборка

**100%**

Не указан способ  
формирования выборки

**31%**

Повышение цены не упоминается (ПГ)

**38%**

Долгосрочность повышения цены не  
упоминается (ПГ)

**40%**

Опускается «длительность»  
возрастания цены

**69%**

Товаров заменителей нет (ПГ)

**100%**

Расчет влияния на прибыль  
отсутствует (ПГ)



## Опрос покупателей\*

*Вследствие обобщения информации, полученной от покупателей в ответах на вопрос «Какой вид бумаги и у каких поставщиков (расположенных на территории Российской Федерации и за ее пределами), а также в каком количестве предприятие предпочтет покупать продукцию, если цена на бумагу, используемую предприятием в настоящее время повысится на 10 процентов, а цена на другие виды бумаги на территории Российской Федерации и за ее пределами останется неизменной; величина транспортных расходов останется неизменной?», установлено, что в результате такого повышения цены порядка 90% покупателей не сократят объем закупок закупаемой в настоящее время бумаги, и не заменят рассматриваемый товар другим \*\**

- *в результате указанного повышения цен 75% потребителей минеральной каменной ваты, которые являются продавцами-посредниками, готовы заменить ее на экструдированный пенополистирол, стекловолокно, шпательное стекловолокно или пенопласт;*
- *в результате указанного повышения цен 83% потребителей минеральной каменной ваты, которые являются конечные потребители использующие вату для тепло и звукоизоляции, не готовы заменить ее на иной вид минеральной ваты или другие виды теплоизоляционных материалов.*

*Опрос потребителей установил отсутствие альтернативы \*\*\**

*Результаты обобщения информации о закупках единственного на территории Российской Федерации потребителя катодных блоков марок N1 и N2 - группы лиц ОАО «РУСАЛ показали, что второе из перечисленных выше условий не выполняется: гипотетическое увеличение цены на обращающиеся в пределах Российской Федерации катодные блоки N1 и N2 не обуславливает утрату продавцом - группой лиц ЗАО «Энергопром Менеджмент» выгоды от продажи таких товаров по увеличенной цене. \*\*\*\**

\* Аналитический отчет по результатам анализа состояния конкуренции на рынке нерудных строительных материалов  
[fas.Gov.Ru/documents/b-n-4084cfc5-1ee9-4ea3-a951-686d813b34fd](https://fas.gov.ru/documents/b-n-4084cfc5-1ee9-4ea3-a951-686d813b34fd)

\*\* Аналитический отчет по рынку офсетной бумаги, предназначенной для Печатания многокрасочных иллюстрационно-текстовых изданий и Изобразительной продукции  
[fas.Gov.Ru/documents/-oe75c737-0363-462e-94do-39f6e07c29b9](https://fas.gov.ru/documents/-oe75c737-0363-462e-94do-39f6e07c29b9)

\*\*\* Аналитический отчет по результатам анализа состояния конкуренции на рынке минеральной каменной ваты  
[fas.Gov.Ru/documents/b-n-dgdadc2e-ab9f-447d-a181-fff573637985](https://fas.gov.ru/documents/b-n-dgdadc2e-ab9f-447d-a181-fff573637985)

\*\*\*\* Аналитический отчет по рынку катодных блоков  
[fas.Gov.Ru/documents/-f466b552-817f-48b6-ba0c-396d1c7f14f5](https://fas.gov.ru/documents/-f466b552-817f-48b6-ba0c-396d1c7f14f5)

# Тест «Элзинги-Хогарти»

## THE PROBLEM OF GEOGRAPHIC MARKET DELINEATION IN ANTIMERGER SUITS

by

KENNETH G. ELZINGA\*

and

THOMAS F. HOGARTY†

### I. INTRODUCTION

In common parlance the term *market* refers to one of three phenomena: (1) sellers of a particular product, where the focus is on the supply side of the market; (2) a particular group of buyers, where the focus is on the demand side of the market; (3) a particular place of exchange, such as the Seventh Avenue ladies' garment district in New York or the Bromfield Street stamp market in Boston.

While the term market has various expressional uses, the concept of a *relevant market* is of particular importance in antitrust enforcement due to the emphasis on structural standards in Section 7 enforcement.<sup>1</sup> Indeed, determination of the relevant market is a key threshold issue in an antimerger case since the outcome of many cases seems to hinge largely on

---

\* Associate Professor of Economics, University of Virginia. In 1970-71, Special Economic Assistant to the Assistant Attorney General, Antitrust Division. The paper does not necessarily reflect the views of the Antitrust Division.

† Assistant Professor of Economics, Virginia Polytechnic Institute and State University.

# Пошаговая инструкция

1. 75% продаж крупнейшей фирмы – гипотетический рынок
2. LIFO: 75 % поставок на гипотетический рынок делаются с его территории?  
Да – идем дальше; нет – расширяем.
3. LOFI: 75% поставок с территории идут на нее.
4. Вычисляем общее потребление на территории.



**Дискриминация**  
*Thlimmenos v. Greece*

**Дифференциация**  
*Boyce v. Safeway Stores*





... Само по себе отличие сроков  
оплаты не является дискриминацией  
остальных поставщиков.



... Нельзя говорить о предоставлении преимущества одному поставщику только исходя из одного условия договора без

**1** исследования остальных положений договора, а также

**2** без проведения анализа рынка с целью установления влияния данного условия на положение поставщиков – конкурентов.

# «Разумные основания» для дифференциации:

- ✓ Объем, ассортимент и условия поставки
- ✓ Особенности продукции
- ✓ Привлекательность для потребителей
- ✓ Характеристики для поставщиков

**Положение  
хозяйствующего  
субъекта**



**Условия  
конкретного  
договора**

# 1. Идентификация предполагаемого пострадавшего

*См. решение АС Псковской области  
по делу № А52-361/2011*

## **2. Анализ рынка**

*Дела:*

***A25-1861/2013, A25-1896/2013,  
A32-8947/2012, A39-3993/2012,  
A39-3994/2012, A40-30320/14,  
A60-21064/2013, A64-7738/2011,  
A78-7216/2012, A79-742/2011,  
A79-2721/2012.***

### 3. Влияние условий договоров на положение поставщиков

*Дела:*

*А64 – 7738/2011,*

*А78-7216/2012,*

*А79-742/2011.*

**Условия договоров**



**Ухудшение положения  
хозяйствующего субъекта**



**Дискриминация**

# Исследование рыночной доли

*Дело № А60-21064/2013*

## **Опасность одинаковых цен («поставщики несли бы разные расходы по отношению к товарообороту»)**

*См. решение по делам  
№№ А56-55379/2011 и А56-1963/2012*

## Критерий «заведомо специально»

*Дела №№*

***А08-1106/2012, А09-5591/2011,***

***А53-32909/12, А56-55379/2011***

***и А56-1963/2012***