

2. Формирование рынков с сетевыми эффектами потребления

Особенности исключения новичков на рынках с сетевыми эффектами потребления

- Положительная зависимость полезности от числа других потребителей
- Создаёт преимущества *крупного* поставщика по сравнению с *мелким*
- А следовательно, *укоренившегося* поставщика по сравнению с *новичком*
- При этом укоренившийся поставщик может быть и лишен необходимости предпринимать специальные «ограничивающие вход» действия
- Влияние входа на благосостояние – двояко
- Следующая модель - адаптирована из Fumagalli, Motta, 2008

Сетевые эффекты +

- Двусторонние сетевые эффекты потребления:
 - Разные группы покупателей (matching clubs, покупатели и продавцы недвижимости, продавцы и владельцы пластиковых карт), полезность которых повышается с ростом числа контрагентов «на другой стороне».

- Условие максимизации прибыли : $Q_r = D_r^s(p_r^s)D_r^s(p_r^s)$.

(для пары вступающих в транзакцию
B&S, Tirole&Rochet, 2001, c_r – cost of transaction)

$$\frac{(p_r^s + p_r^s) - c_r}{(p_r^s + p_r^s)} = \frac{1}{\varepsilon^s + \varepsilon^s}.$$

- Условие максимизирующего
прибыль соотношения цен
для пары, вступающих в транзакцию:

$$\frac{p_r^s}{\varepsilon^s} = \frac{p_r^s}{\varepsilon^s}.$$

Сетевые эффекты +: проблемы для практики антитраста

- Определение границ рынка (сделки для пары...)
- Структура цен. Цена для одной стороны может быть «выше» предельных издержек, для другой – «ниже» (в зависимости от того, какой тип клиентов сложнее привлечь) – совершенно не отражая «рыночной власти» (Lerner index), или «дискриминации», или «хищнического ценообразования».
 - Практическое применение: Дело против Visa
- Издержки (барьеры) входа. Необходимо учитывать издержки входа на рынки «обеих сторон». Напр.: разработчики applications и конечные пользователи

3. Исключение и сетевые эффекты: на примере дел против «Microsoft»

Столкновение между до-чикагским, чикагским и пост-чикагским подходом – дела против Microsoft

Иск против Microsoft II (1997-2001)

Netscape, Navigator, браузер, язык Java

- “Исключающие контракты” с Интернет-провайдером (America Online)
- “Исключающие контракты” с производителями компьютеров
- «Продажа в нагрузку» - Internet Explorer вместе с операционной системой
- Нулевая цена на браузеры

Дела против Microsoft

2001 г. Microsoft признана виновной, штраф 1 млрд., предписание о разделении компании на подразделения, продающие программное обеспечение и приложения.

Затем – мировое соглашение.

Ответчика представлял Ричард Шмалензи. Многие аргументы прямо основаны на подходе чикагской школы (отсутствие стимулов к «чистой» монополизации + выигрыши для потребителей)

Дискуссия: Journal of Economic Perspectives, Spring 2001

Возможны «рациональные» объяснения для каждого из действий, не связанные с концепцией хищничества, а связанные с соображениями эффективности (отличительная особенность концепций Чикагской школы).

Иск против компании Microsoft Европейская Комиссия по конкуренции, 2004

- Доминирует на рынке программного обеспечения персональных компьютеров
- Злоупотребление доминированием:
 - Отказ от предоставления сведений о внутренней структуре операционной системы, что не дает возможности конкурентам входить на рынок applications
 - Связанные продажи Windows Media Player вместе с другим программным обеспечением.

Штраф около 500 млн. евро.

Дополнительно около 300 млн. евро за невыполнение предписания

Насколько решение основано на экономической логике?

Сетевые эффекты в решении Европейской комиссии были истолкованы не как «оправдание», а как «отягчающее обстоятельство» (в отличие от US)

3. Доминирование и злоупотребление доминированием в ЕС и РФ

Сравнение запретов США и ЕС

«уголовным преступлением является монополизация или попытка монополизации в любой сфере торговли» **(ст. 2 закона Шермана)**

Установление запретов на

- (1) прямое или косвенное навязывание необоснованных цен покупки или продажи, а также других условий торговли,
- (2) ограничение производства, рынка или технического развития в ущерб потребителям,
- (3) применение различных условий для эквивалентных транзакций с торговыми партнерами, ставящее их в невыгодное положение,
- (4) навязывание условий, не имеющих отношения к предмету соглашения

(Статья 102 Лиссабонского договора : Злоупотребление доминирующим положением)

Типы злоупотребления доминирующим положением: «эксплуатирующие» и «исключающие»

- Исключающие контракты с поставщиками ресурсов или дистрибьюторами (И)
- Монопольно высокая цена (Э)
- Отказ в поставке (И)
- Ценовая дискриминация (И/Э)
- Продажи в нагрузку (И/Э)

«Исключающие» формы злоупотребления – практически те же действия, которые являются нелегальными в США. Однако есть особенность: злоупотребление доминированием *может* рассматриваться как действие, наносящее ущерб покупателям, не только конкуренции

Хотя со временем нормы о незаконности «эксплуатирующих» действий применяются все реже и реже (в ЕС, но не в РФ), однако национальная специфика антимонопольной политики не даёт возможности обойти их вниманием

Европейский Союз: незаконно злоупотребление доминированием

- Определение доминирования
- *«Хозяйствующий субъект с очень высокой рыночной долей, поддерживаемой длительное время, который является неизбежным торговым партнером – поскольку другие поставщики с более низкой рыночной долей неспособны заместить его поставки для покупателей, - и благодаря этому получает свободу действий, которая характерна только для доминирующего продавца» (Hoffman – La Roche, 1979)*
- В определение доминирования входят:
 - Высокая рыночная доля
 - Поддерживаемая на протяжении длительного времени
 - Неспособность участников с более низкой рыночной долей к замещению источника поставок
 - Рыночная власть как способность воздействовать на параметры равновесия в одностороннем порядке

Законодательство РФ: кто такой доминирующей участник рынка (закон 135-ФЗ)

Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта... на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту ... возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации):

- 1) доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства... не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим
- 2) доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем пятьдесят процентов, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подверженной малозначительным изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей на этом товарном рынке, принадлежащих конкурентам, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

Изменения 2009 года: размер не имеет значения (п.6¹ ст.5)

По результатам проведенного антимонопольным органом анализа состояния конкуренции доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем тридцать пять процентов и превышает доли других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, на котором может оказывать решающее воздействие на общие условия обращения товара на товарном рынке, если при этом в совокупности соблюдаются следующие условия:

- 1) Хозяйствующий субъект имеет возможность в одностороннем порядке определять уровень цены товара и оказывать решающее влияние на общие условия реализации товара на соответствующем товарном рынке;
- 2) Доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен, в том числе вследствие наличия экономических, технологических, административных или иных ограничений;
- 3) Реализуемый или приобретаемый хозяйствующим субъектом товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях)
- 4) Изменение цены товара не обуславливает соответствующее такому изменению снижение спроса на товар

Квалификация доминирующего положения

- Анализ и оценка состояния конкуренции – обязательное условие
- Период исследования рынка. Чтобы показать преодолимость барьеров, период достаточно высокий
- Определение **продуктовых** и **географических** границ (!!!)
- Определение состава участников и расчет показателей концентрации
- Определение барьеров входа и их преодолимости (разное понимание барьеров даёт возможность использовать необходимое)

Насколько активно применяется Порядок (на примере 15 дел)

ГРАНИЦЫ РЫНКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ПОЛОВИНЕ СЛУЧАЕВ +АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ОЦЕНКИ



БАРЬЕРЫ ВХОДА: ИСПОЛЬЗУЕТСЯ НЕБОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ИНСТРУМЕНТАРИЯ + НЕАЛЬТЕРНАТИВНЫХ ОЦЕНОК



Описание форм злоупотребления доминированием (ст.10) в значительной степени соответствует аналогичному перечню ЕС

- 1) установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;
- 2) изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;
- 3) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (экономически или технологически не обоснованные...
- 4) экономически или технологически не обоснованные сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки...
- 5) экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара...
- 6) экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом...
- 8) создание дискриминационных условий;
- 9) создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам...

В ЕС запреты на эксплуатацию применяются редко

Обвиняемая компания	Период расследования дела	Отрасль/вид деятельности	Компания относится к регулируемому сектору	Обвинение в монопольно высокой цене отвергнуто антимонопольным органом или судом
United Brands	1975-1978	Оптовые поставки фруктов	Нет	Да
General Motors	1974-1975	Автомобили	Нет	Да
British Leyland	1986	Автомобили	Нет	Нет
Deutsche Post	2001-2002	Почтовые услуги	Да	Да
Port of Helsingborg	2004	Портовые услуги	Да	Да

Монопольно высокая цена?

- United Brands (поставщик бананов Chiquita), 1976
 - Комплект обвинений, в том числе в исключаящих контрактах для дилеров и в назначении «исключительных территорий»
- Тест из двух частей. Вначале цена сравнивалась с издержками поставщика и ценами для отдельных рынков, а затем выяснялось, является ли цена «избыточно высокой» сама по себе или по сравнению с ценами конкурентов.
- «Монопольно высокий компонент» в цене был установлен на основе сопоставления цен с ценами в Ирландии, на уровне 15%.
- Европейский суд, однако, не согласился с решением Комиссии по конкуренции, признав проведенный анализ весьма неполным. Европейский суд исходил из более общего определения монопольно высокой цены как «необоснованной экономической ценностью (economic value)» поставляемого продукта.

Проблемы применения нормы о монопольно высокой цене

1. Концептуальные возражения

- Наказывая за цены, превышающие предельные издержки, мы устраняем стимулы к снижению издержек
- Наказывая за цены, превышающие предельные издержки, мы лишаем продавцов стимулов входа на рынок

2. Методические проблемы

- Какая цена является *монопольно* высокой?
- Как рассчитать *экономические* издержки? *Главная проблема* – как быть с *окупаемостью инвестиций*?
- Может ли прибыль быть индикатором монопольно высокой цены?

В России нормы о монопольно высокой цене применяются *достаточно часто*

- Монопольно высокая цена товара (***)
 - выше, чем на сопоставимом рынке в условиях конкуренции превышает цену, которую в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по количеству продаваемого за определенный период товара, составу покупателей или продавцов товара (определяемому исходя из целей приобретения или продажи товара) и условиям доступа (далее - сопоставимый товарный рынок), устанавливают хозяйствующие субъекты, не входящие с покупателями или продавцами товара в одну группу лиц и не занимающие доминирующего положения на сопоставимом товарном рынке
 - выше суммы издержек и «нормальной» прибыли
эта цена превышает сумму необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли

Примеры применения запретов на монопольно высокую цену

«Большая четверка» нефтяных компаний

Монопольно высокая цена как злоупотребление коллективным доминированием:

Цены на нефтепродукты росли быстрее затрат на производство

Цены на нефтепродукты росли быстрее индекса цен производителей

Цены на нефтепродукты в период снижения мировых цен на нефть снижались медленнее, чем мировые цены на нефть

Иначе говоря, в основе квалификации цен как монопольно высоких – сопоставление темпов роста цен и бухгалтерских затрат

Основные выводы

- Стимулы и возможности монополизации - такая же арена теоретических споров, как и отрицательное воздействие на конкуренцию вертикальных соглашений
- Общий случай «спирального» развития теории : предотвращение входа со стороны «рационального» участника возможно – нет, оно невозможно, - нет всё-таки возможно
- Антимонопольные процессы по факту монополизации – редкое явление
- Напротив, сравнительно многочисленные антимонопольные процессы по факту злоупотребления доминирующим положением в России – особенность отечественной системы правоприменения
- Вторая особенность – применение запретов на эксплуатирующие типы злоупотребления доминированием