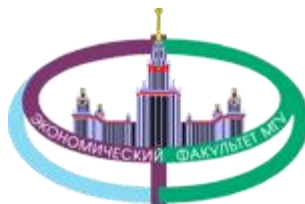


Лаборатория Проблем конкуренции и конкурентной политики



Анализ конкуренции для целей применения антимонопольного законодательства: руководство по оценке горизонтальных слияний в США

Павлова Н.С.

US DoJ & FTC Horizontal Merger Guidelines: 1992 → 2010

- Что изменилось?
- Как изменялось?
- Почему изменилось? Carl Shapiro “The 2010 Horizontal Merger Guidelines: From Hedgehog To Fox In Forty Years” © Лаборатория Проблем конкуренции и конкурентной политики

US DoJ & FTC Horizontal Merger Guidelines: 1992 → 2010

- Уже в 1992 г. анализ велся не в полном соответствии с Руководством
- Редакцией 1997 г. введен раздел про выигрыши в эффективности
- 2003 г. – Merger Challenges Data
- 2006 г. – Комментарии к Руководству
- 2008 г. – Секция Антитраста Американской ассоциации юристов порекомендовала обновить Руководство, чтобы лучше объяснить теорию односторонних эффектов и прояснить роль определения границ рынков в этих случаях
- Сентябрь 2009 г. – объявлено намерения обновить Руководство. Проведено 5 совместных открытых семинаров Министерства юстиции и Федеральной торговой комиссии, организован публичный прием комментариев (<http://www.ftc.gov/os/comments/hmgrevisedguides/index.shtm>)
- Август 2010 г. – обновленное Руководство

US DoJ & FTC Horizontal Merger Guidelines: 1992 → 2010

Заявленные цели обновления Руководства:

- отражение накопленного опыта Министерства юстиции и ФТК;
- повышение правовой определенности.

НМГ: 1992→2010

Изменения в структуре Руководства

1992 (в ред. 1997)	2010
0. Цель, предпосылки и обзор 1. Границы рынка, измерение концентрации 1.1. Продуктовые границы 1.2. Географические границы 1.3. Участники рынка 1.4. Доли 1.5. Концентрация 2. Воздействие на конкуренцию 2.1. Ограничение конкуренции через облегчение координации 2.2. Ограничение конкуренции через одностороннее воздействие 3. Анализ входа 4. Выигрыши в эффективности 5. Угроза выхода с рынка	1. Обзор 2. Доказательства воздействия на конкуренцию: типы и источники 3. Целевые потребители и ценовая дискриминация 4. Границы рынка 4.1. Продуктовые границы 4.2. Географические границы 5. Участники рынка, доли, концентрация 6. Односторонние эффекты 7. Облегчение координации 8. Рыночная власть покупателей 9. Анализ входа 10. Выигрыши в эффективности 11. Угроза выхода с рынка 12. Слияния покупателей-конкурентов 13. Частичное приобретение

Но: Руководство – не алгоритм действий, а описание множества взаимосвязанных инструментов, которые (в совокупности и зачастую одновременно) применяются АО

1. Определение границ рынка, рыночных долей и уровня концентрации

1. Продуктовые и географические границы рынка

Применение «теста гипотетического монополиста» $\approx$ Руководство-1992

- Более подробное объяснение методов определения исходного уровня цен и SSNIP
- Более подробное описание методики «анализа критических потерь продаж»
- ТГМ и дифференцированный продукт

2. Географические границы рынка:

- По местонахождения продавцов
- По местонахождению покупателей

1. Определение границ рынка, рыночных долей и уровня концентрации

Пересмотр граничных значений ННІ:

1992 (в ред.1997)	2010
ННІ<1000	ННІ<1500
1000<ННІ<1800, Δ ННІ>100	1500<ННІ<2500, Δ ННІ>100
ННІ>1800, Δ ННІ>50	ННІ>2500, $100<\Delta$ ННІ<200, Δ ННІ>200

2. Влияние на конкуренцию

1. Односторонние эффекты

Для дифференцированных товаров:

- отмена границы в 35% для совокупной доли;
- анализ стоимости отвлеченных продаж (value of diverted sales), определяющийся через коэффициент переключения (diversion ratio) и разницу между ценой и предельными вмененными издержками

Для гомогенных товаров: доли по объемам реализации и мощностям.

2. Координационные эффекты $\approx$ Руководство-1992

- сохранение роли ННІ;
- признаки, благоприятствующие координации;
- координация в прошлом.

3. Вход, выход, выигрыш в эффективности

1992 (в ред. 1997)	2010
3.1. Вход должен быть: • своевременным (в течение 2х лет); • вероятным; • достаточным.	3.1. Вход должен быть: • своевременным (в течение 2х лет); • вероятным; • достаточным.
3.2. Риск выхода фирмы с рынка при запрете слияния	
3.3. Выигрыши в эффективности в результате слияния должны быть: - специфичными для данного слияния (merger-specific efficiencies) - оцениваемыми (cognizable efficiencies)	

4. Иные нововведения

- Внимание к ценовой дискриминации
- Учет инноваций
- Роль рыночной силы покупателей
- Случай частичного приобретения

Carl Shapiro “The 2010 Horizontal Merger Guidelines: From Hedgehog to Fox in Forty Years”

Руководство 2010 г. – формализация опыта анализа горизонтальных слияний, а также результат разработок в области экономической теории.

Основные тренды:

- от использования одного метода к многообразию методов;
- от анализа структуры к анализу поведения;
- от экономики индустриального общества к экономике постиндустриального общества.

Carl Shapiro “The 2010 Horizontal Merger Guidelines: From Hedgehog to Fox in Forty Years”

1. Внимание к рынкам с дифференцированными товарами:
 - показатели концентрации не отражают риски одностороннего ограничения конкуренции:
 - пересмотр граничных значений НИИ;
 - отказ от «безопасной гавани» <35%.
 - использование коэффициентов переключения и показателя стоимости отвлеченных продаж:

$$V = \Delta X_2 (P_2 - C_2)$$
$$\frac{V}{L} = \frac{\Delta X_2 (P_2 - C_2)}{\Delta X_1 \times P_1} = GUPPI$$

(gross upward pricing pressure index)

✓ возможность учитывать выигрыш в эффективности

- расчет рыночных долей помогает подтвердить/опровергнуть выводы;
- использование симуляционного моделирования слияний.

Carl Shapiro “The 2010 Horizontal Merger Guidelines: From Hedgehog to Fox in Forty Years”

2. Анализ торгов

3. Учет инноваций:

- SR – риск отказа от внедрения нового товара, «каннибализирующего» прибыль от продаж старых товаров, в условиях ослабления конкуренции;
- LR – риск замедления R&D.

4. Рыночная сила покупателей:

- изменения в переговорной силе покупателей как способ нейтрализации отрицательного воздействия слияния на конкуренцию;
- риски слияния покупателей.

Выводы

- Руководство-2010 отражает как эволюцию хозяйственной практики, так и достижения современной экономической теории
- Процесс разработки и принятия Руководства-2010 отвечает высоким стандартам публичности