

Семинар Лаборатории проблем конкуренции и конкурентной политики экономического
факультета МГУ им. М.В.Ломоносова
3 октября 2012 года

Конкуренция на рынках производных товаров

Шаститко А.Е.

*Д.э.н., профессор, МГУ им. М.В.Ломоносова,
Руководитель Лаборатории проблем конкуренции
и конкурентной политики*

Описание объекта

- Основной продукт – длительный срок службы относительно производного продукта
- Производный продукт – изначально дополняющий (но не в смысле Леонтьевской функции)
- Производный продукт обладает ненулевой степенью специфичности по основному продукту.

Вопросы

- описание контекст проблематики рынков основного и производного товаров с учетом решения в отношении компании «Кодак» (1992 г);
- классификация ситуаций, связанных с отношением между продуктами по принципу «основной – производный»;
- основания для объединения основного и производного продукта как элементов товара в рамках одних продуктовых границ рынка и характеристика последствий для антимонопольной политики;
- основания для применения инструментов антимонопольного принуждения в случаях ограничения конкуренции на рынке (рынках) производных товаров в свете различных концепций, объясняющих связи между основным и производным продуктами;
- оценка складывающейся российской практики применения по вопросам ограничения конкуренции на вторичных рынках

**Дело «Кодак»: ахиллесова пята
антитраста или ящик Пандоры?**

Изменения в коммерческой практике «Кодак» перед началом антимонопольного дела

- прекращение продажи независимым сервисным организациям запасных частей для ремонта;
- установление наказания для владельцев оборудования «Кодак» за использование услуг независимых сервисных организаций,
- давление на производителей запчастей с целью прекращения их продажи независимым сервисным организациям

Проверяемые гипотезы

- релевантным рынком является не рынок послепродажного обслуживания, а рынок оборудования, составной частью которого является указанное обслуживание (не получила поддержки в суде).
- даже если и есть основания для того, чтобы признать существование двух рынков в продуктовых границах – основного и производного товаров – тем не менее конкуренция на рынке основного товара сдерживает производителя на рынке производного товара и не допускает назначения цены выше предельных издержек

Фундаментальная трансформация

- Переговорная позиции продавца производного товара
- Издержки переключения
- Проблема проектирования договорных отношений
- Защита конкуренции vs. защита интересов отдельных участников рынка

**Объектное множество связей
«основной-производный» продукт**

Классифицирующие признаки

- строгость функциональной дополняемости
- специфичность производного продукта по основному
- стоимость основного продукта (1) относительно стоимости производного продукта, (2) относительно бюджета потребителей

Варианты соотношения «основной продукт-производный продукт»

					Производный продукт a_i	
				Один рынок	Два рынка	
			Конкур	Монополия	Конкуренция	Монополия
		Конк	C_1	-	-	-
Основной продукт А	Один рынок	Моноп	-	C_2	-	-
		Конк	-	-	C_3	C_4
	Два рынка	Моноп	-	-	C_5	C_6

Границы рынка в свете отношения «основной-производный продукт»

Факторы объединения основного и производного продукта в рамках одного рынка

- цена производного продукта в абсолютном выражении и в соотношении с ценой основного продукта.
- вероятность продажи производного продукта потребителю в процессе эксплуатации основного продукта.
- структура покупателей.
- доступность информации об условиях пост-продажного обслуживания товара длительного пользования

«Анти-Кодак» - дело компании Осé

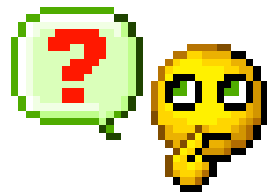
- Высокоскоростные принтеры стоимостью от 0,1 до 1 млн долларов, срок службы – до 20 лет
- Изначально обвинение Осé в адрес MCS о присвоении технологии обслуживания принтеров, затем – встречный иск а'la «дело Кодак»
- Два производных рынка – обслуживания и порошка
- Цена продаваемых принтеров очень высока, а сам он является высокотехнологическим продуктом и представляется не широкой публике, а специализированным компаниям, которые имеют представление о полной стоимости «комплекта» + прозрачность со стороны производителя

**Экономические основания
неприменения мер
антимонопольного принуждения в
случае ограничения конкуренции
на рынке производного товара**

А именно:

- Затраты на исследования и разработки
- Репутационные эффекты для производителя основного товара, монополизировавшего рынок производного товара
- Возрастающая отдача от масштаба на рынке производного товара

**Оценка складывающейся
российской практики применения
по вопросам ограничения
конкуренции на вторичных рынках**



Выводы и рекомендации

Алгоритм

- Проверка на возможность спецификации связи между продуктами по признакам «основной-производный»
- Оценка оснований для рассмотрения основного и производного (производных) продуктов в рамках одного рынка в продуктовых границах
- Оценка состояния конкуренции на товарном рынке в продуктовых границах
- Объяснение применяемой коммерческой практики на рынке производного товара (нивелирование контрактных рисков)
- Оценка допустимости применяемой практики с учетом доступных альтернатив

Спасибо за внимание!