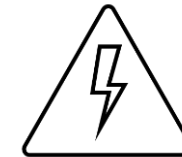


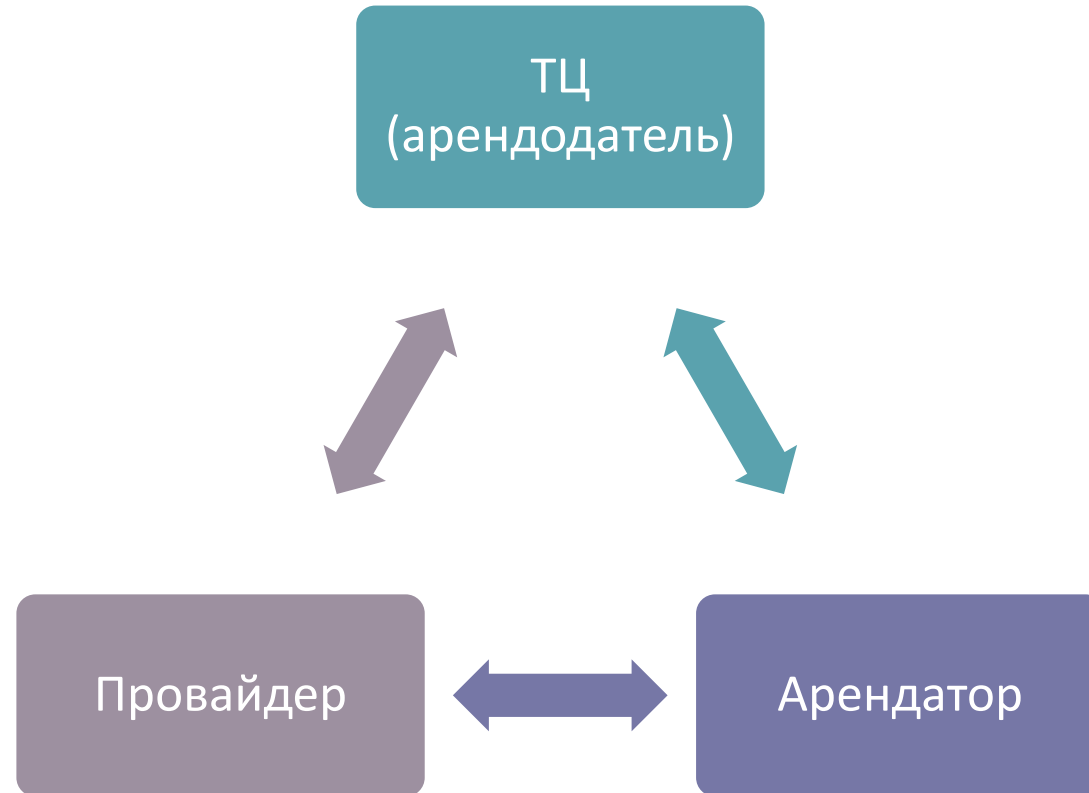
Экономическая интерпретация поведения как основа анализа рынка: пример услуг интернет- связи в торговых центрах

Павлова Н.С., к.э.н., доцент кафедры
конкурентной и промышленной
политики ЭФ МГУ, с.н.с. ЦИКЭР
РАНХиГС

Постановка проблемы



Границы рынка <-> поведение участников



Альтернативные интерпретации

- взаимодополняемость и комплексность услуг, оказываемых арендаторам;
- инвестиции в специфические активы, фундаментальная трансформация и оппортунистическое поведение сторон контракта;
- конкуренция на рынке или за рынок (состоятельность);
- положение торгового центра как платформы;
- отношения между операторами связи и собственниками торговых центров как конкурирующими каждый на своем (смежном) товарном рынке при наличии проблемы управления поведением исполнителя («принципала – агента»);
- соотношение рыночной власти и переговорной силы в отношениях собственников торговых центров, операторов связи и арендаторов, а также роль неоптимального (некорректного) проектирования контрактов.

Варианты определения границ рынка

- услуги связи, включая услуги проводного интернета, - релевантные границы рынка;
- услуги связи – лишь элемент комплекса услуг, которые оказываются арендаторам в связи с арендой помещений;
- первична конкуренция между различными торговыми центрами: собственники торговых центров конкурируют за возможность привлечь на свои площади арендаторов, в том числе за счет качества и цены дополняющих сервисов, оказываемых на территории таких торговых центров;
- первична конкуренция между операторами связи, но в более широком контексте: операторы связи конкурируют за возможность сотрудничать с теми или иными торговыми центрами и оказывать там услуги проводного интернета в эксклюзивном формате;
- торговый центр представляет собой многостороннюю платформу, которая «сводит» на своей площадке арендаторов и компании, которые оказывают им сопутствующие аренде услуги.