

ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ КОНКУРЕНЦИИ НА ДВУСТОРОННИХ РЫНКАХ

А.Е.Шаститко,

Заведующий кафедрой конкурентной и промышленной политики
экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова

Руководитель Центра исследований конкуренции и экономического
регулирования РАНХ и ГС при Президенте РФ

6 декабря 2016 г.

II Международная научно-практическая конференция
«Антимонопольная политика: наука, практика, образование»

Защита конкуренции

2

- Цель антимонопольного законодательства
 - ▣ Обеспечение на рынке условий конкуренции, то есть соперничества хоз.субъектов
 - ▣ В результате чего размещение ресурсов эффективно
 - ▣ Критерий достижения целей – выигрыш потребителей
- Но...один размер для всех не подходит

Противодействие монополизации

- Предупреждение и пресечение злоупотребления доминирующим положением на рынках
 - ▣ требует определения положения хоз.субъекта на соответствующем рынке как доминирующего
 - ▣ на каком именно рынке?
- Определение границ рынка – географически и продуктовых
- Приказ ФАС России от 28.04.2010г. №220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (Порядок-220)

Двусторонние рынки-1

- Двусторонние рынки - рынки, на которых хозяйствующий субъект создает продукт, позволяющий двум или нескольким различным группам пользователей взаимодействовать друг с другом
 - находить друг друга
 - совершать экономический обмен
- Платформы - организации (фирмы), которые посредством различных продуктов, услуг, сетей или их комбинаций объединяют две группы участников на двусторонних рынках

Двусторонние рынки-2

5

- Наличие перекрестных сетевых эффектов между разными группами потребителей
- Оказание платформой содействия в обеспечении транзакции между участниками рынка
- Невозможность разделить издержки и прибыль платформы, поскольку они возникают на обеих сторонах рынка одновременно, и разделить их можно только условно
- Возможность платформы влиять на объем транзакций, повышая цену на одной стороне рынка и снижая ее для другой стороны

Понятие товара

- Товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (№135-ФЗ, ст.4)
- Квазиспрос [Роше, Тироль, 2003], формируемый двумя сторонами рынка
 - ▣ издержки и прибыль неразделимы

Понятие «сложная вещь»

- Ст. 134 части 1 ГК РФ – понятие «сложная вещь»
- «если различные вещи соединены таким образом, который предполагает их использование по общему назначению (сложная вещь), то действие сделки, совершенной по поводу сложной вещи, распространяется на все входящие в нее вещи, поскольку условиями сделки не предусмотрено иное»
- Двусторонние рынки не описываются
- Требуется устранение пробела
- Понятие введения в гражданский оборот

Примеры двусторонних рынков

8

- СМИ
 - ▣ телевизионный канал, либо издание
 - ▣ зрители (читатели) и рекламодатели
- Видеоигры
 - ▣ игровая консоль
 - ▣ игрок и разработчик игр
- Интернет-аукционы
 - ▣ интернет-платформа
 - ▣ встречаются покупатели и продавцы
- Безналичные платежи
 - ▣ платежная система
 - ▣ держатель банковской карты и продавец товаров и услуг

Порядок-220

- Применимость норм Порядка-220
- Этапы:
 - ▣ определение временного интервала исследования товарного рынка
 - ▣ определение продуктовых границ товарного рынка
 - ▣ определение географических границ товарного рынка
 - ▣ определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей
 - ▣ расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке
 - ▣ определение уровня концентрации товарного рынка
 - ▣ определение барьеров входа на товарный рынок
 - ▣ оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке
 - ▣ составление аналитического отчета

Специфика

- Учёт специфики двусторонних рынков:
 - определение границ рынка должно производиться с учетом двух групп покупателей
 - взаимозаменяемость товаров должна устанавливаться для обеих групп пользователей
 - при оценке размеров рынка необходимо учитывать транзакции с обеими группами покупателей
 - при оценке барьеров входа следует разделять объективные структурные барьеры и издержки входа для новых участников

1. Определение границ рынка

11

- Тест гипотетического монополиста
 - должен затрагивать обе стороны рынка
 - рассматривать фирмы, которые обслуживают обе группы потребителей (как двусторонние платформы, так и односторонние фирмы)
 - анализировать возможность увеличения совокупной цены на обеих сторонах рынка
 - принимать во внимание компенсационное снижение цены на другой стороне рынка

2. Барьеры входа-1

12

- Имеет ли функционирующая на рынке фирма специальные преимущества, которые не могут быть воспроизведены новичком
 - ▣ требуется учитывать издержки выхода на обе стороны рынка
 - ▣ необходимость достижения критической массы пользователей с обеих сторон платформы
- Ожидания играют ключевую роль на рынках с сетевыми эффектами - необходимо иметь достаточное число текущих и будущих пользователей

2. Барьеры входа-2

- Издержки коллективных действий пользователей по обе стороны рынка (субсидирующая и субсидируемая стороны) - источник барьеров
 - ▣ назначение цены для новых пользователей ниже, чем для тех, кто уже присоединился к платформе – ценовая дискриминация или барьер входа для новичков?
 - ▣ Запрет множественной адресации через несовместимость продуктов
- Антимонопольное ведомство должно четко различать эксплуатирующую и исключаящие практики

3. Рыночная власть-1

- Правило равенства предельной выручки предельным издержкам не применимо
 - Цена на одной стороне рынка может быть существенно выше предельных издержек, в то время как на другой – ниже или нулевой
 - Платформа не сможет функционировать, если не привлечет критическую массу пользователей с обеих сторон рынка
- Не подходит ни для оценки рыночной власти, ни для характеристики цены как монопольно низкой или монопольно высокой

3. Рыночная власть-2

- Двусторонний сетевой эффект влияет на ценовую эластичность спроса и ограничивает рыночную власть
- При определении рыночной власти необходимо учитывать всех конкурентов фирмы на обеих сторонах рынка (как двусторонние, так и односторонние фирмы)

Защита конкуренции

16

- При определении критериев хищнического поведения необходимо учитывать
 - ▣ установление для одной из групп пользователей цены ниже уровня издержек может быть оптимальным как для отдельного индивида, так и для общества в целом
- Использование критерия эффективности в рамках применения инструментов антимонопольной политики в отношении платформ

Взаимоотношения на двусторонних рынках сложнее

17

- Хоз. субъекты чаще всего действуют как многопродуктовые фирмы - продажа дополняющего товара имеет принципиальное значение
- Координация между конкурентами в случае востребованности множественной адресации
- Координация поведения своих потребителей - стандартизация для одной группы потребителей может приносить пользу другой группе потребителей

Задачи платформы

18

- Привлечения обеих групп потребителей
- «Проблема курицы и яйца»
 - ▣ выбрать верную структуру ценообразования
 - ▣ правильную инвестиционную стратегию
- Сбалансировать спрос различных групп потребителей

Экономический анализ в антимонопольных целях должен учитывать особенности двусторонних рынков, оказывающие воздействие на ценовые и инвестиционные решения хоз. субъектов

Более подробно см.

- *Шаститко А.Е., Паршина Е.Н.* Особенности защиты конкуренции на двусторонних рынках // Закон. 2016. №2.
- *Шаститко А.Е., Паршина Е.Н.* Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области // Современная конкуренция, 2016. Т.10. №1. С. 5-18

Спасибо за внимание!

aes99@yandex.ru