

# **АНТИКОНКУРЕНТНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ: КЕЙС МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ**

**ШАСТИТКО А.Е., Д.Э.Н., ПРОФ., ЗАВ. КАФЕДРОЙ  
КОНКУРЕНТНОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ЭФ МГУ,  
ДИРЕКТОР ЦИКЭР РАНХИГС;**

**ПАВЛОВА Н.С., К.Э.Н., ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ  
КОНКУРЕНТНОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ЭФ МГУ;  
С.Н.С. ЦИКЭР РАНХИГС**

**E-MAIL: PAVL.NS@YANDEX.RU**

# **АНТИКОНКУРЕНТНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

- Решения, принимаемые органом государственного управления, могут противоречить целям, ради достижения которых орган власти наделяется полномочиями
- Антимонопольное дело против мобильного оператора «Теле2»
- Гипотеза - решение регулятора о наличии антимонопольного нарушения, принятое на основе некорректной трактовки поведения компании-олигополиста, может иметь негативные последствия для конкуренции на затронутом рынке.

# **АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИХ РЫНКАХ**

- **Олигополистическая структура рынка не определяет однозначной модели поведения участников**
- **Структурный анализ должен дополняться анализом поведения**
- **Некоторые фирмы оказывают большее влияние на конкуренцию, чем предполагает их рыночная доля – не только в части ограничения конкуренции, но и в части стимулирования конкуренции**
- **Изучение поведения важно при исследовании коллективного доминирования:**
  - **Индивидуальное или коллективное доминирование?**
  - **Коллективное доминирование 3, 4, или 5 фирм?**

# **MAVERICK FIRM – ФИРМА-ИНДИВИДУАЛИСТ**

**Фирма – «возмутитель спокойствия» на рынке,  
выполняющая проконкурентную роль:**

- **Отличие стратегии, но не является лидером рынка**
- **Доля от нескольких процентов до 20%**
- **Динамика рыночных долей «индивидуалиста» отличается от других участников рынка**
- **Осуществляет ценовую подсечку/не поддерживает повышение цен другими участниками**
- **Выступает в роли инноватора на рынке**
- **Стратегически используют мощности**

# АВСТРИЙСКИЙ РЫНОК МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ И “TELE.RING” КАК ФИРМА-ИНДИВИДУАЛИСТ

- Динамика долей (таблица 1)
- Ценообразование:
  - 50% - самые низкие цены у “tele.ring”;
  - 50% - самые низкие цены у “H3G”
  - Принципиально, что ни одна из более крупных компаний (“T-Mobile”, “Mobilkom”, “ONE”) не предлагала более низкие цены
- Анализ переключения: более половины тех, кто сменил оператора, переключились на “tele.ring”

Operator	First half 2005	2004	2003	2002
Mobilkom	[35-45] %	[35-45]*%	[40-50]*%	[40-50]*%
T-Mobile	[20-30] %	[20-30]*%	[20-30]*%	[25-35]*%
tele.ring	[10-20] %	[10-20]*%	[5-15]*%	[<5]*%
T-Mobile/ tele.ring combined	[30-40]%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%
ONE	[15-25]%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%
H3G	[<5]*%	[<5]*%	[<5]*%	0%

Таблица 1

Источник: Luebking J. (2006) T-Mobile Austria/tele.ring: Remediating the loss of a maverick. Competition Policy Newsletter, Number 2 — Summer 2006

# «ТЕЛЕ2»

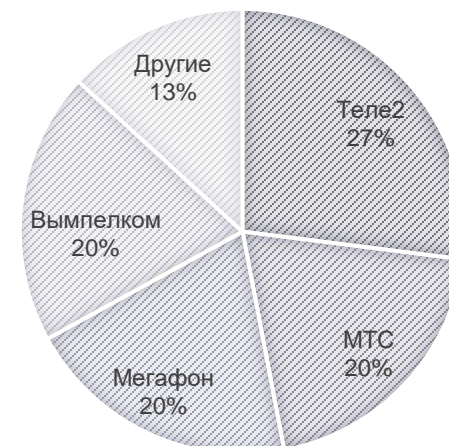
## «Теле2» соответствует всем критериям

*Доли крупнейших мобильных операторов*

	Доля, %		
	2017	2018	2019
<b>МТС</b>	34,12%	32,27%	32,46%
<b>Вымпелком</b>	25,16%	23,75%	22,87%
<b>М</b>			
<b>Мегафон</b>	29,18%	27,97%	27,87%
<b>Теле2</b>	13,61%	14,61%	16,39%

Источник: рассчитано авторами на основе открытой отчетности ПАО «МТС», ПАО «Вымпелком», ПАО «Мегафон», данные «Теле2»; данные по общему объему рынка – «ТМТ Консалтинг»

*Доли номеров, перенесенных на сети каждого оператора*



Источник: данные Центрального НИИ связи

# **ВЫВОДЫ ДЛЯ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

- **Цена отдельного олигополиста может быть признана монопольно высокой, даже если на рынке имеются более крупные конкуренты, а у самой компании - самая низкая цена на рынке**
- **Поведение конкурентов, уровень их цен, уровень их рентабельностей не анализируются антимонопольным органом либо трактуются как несостоятельные аргументы**
- **Ошибочное применение антимонопольного законодательства в части запрета на злоупотребление доминирующим положением к компании-«индивидуалисту» - сигнал к отказу от активной конкуренции на рынке**
- **Фактически ошибочное принятие компании-«индивидуалиста» за злоупотребляющего доминирующим положением субъекта – это запрет на конкуренцию**

# **ВЫВОДЫ ДЛЯ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

## **В части контроля сделок экономической концентрации:**

- Присоединение фирмы с маленькой долей – но риски ограничения конкуренции высокие
- Повышение рисков сговора и согласованных действий
- Необходимы специальные меры для сохранения на рынке фирмы в статусе фирмы-индивидуалиста (пример – предписание о продаже активов следующему по величине конкуренту)

## **В части коллективного доминирования:**

- Фирма-индивидуалист по определению не доминирует в составе коллективного доминирования => перед ней можно ставить «отсечку», определяя состав коллективного доминирующих субъектов