Ograniczenia wertykalne - ustalanie cen odsprzedaży

Gergely Dobos

Ekonomista, członek Rady ds. Konkurencji

Węgierskie Biuro ds. Konkurencji / GVH

„ Ograniczenia wertykalne ”

UOKIK & CECI

Warszawa, Polska

5 kwietnia 2011

Zastrzeżenie

Wyrażone tu poglądy są poglądami autora i niekoniecznie muszą odzwierciedlać poglądy Biura ds. Konkurencji.

Podstawowe wyniki modelu Cournota

- Model oligopolu Cournota- substytuty
  - Horyzontalne efekty zewnętrzne
  - Zbyt niskie P / zbyt wysokie Q z punktu widzenia zysku
  - Sprawdza się także w konkurencji cenowej
  - Wspólna wycena podnosi cenę
- Model Cournota- uzupełnienia
  - („Wertykalne”) efekty zewnętrzne – jak „podwójny znacznik”
  - Cena *zbyt wysoka z punktu widzenia zysku*
  - Sprawdza się także w inwestycjach (Holmström 1982)
  - Wspólna wycena obniża cenę

  → *„łączenie substytutów jest złe, łączenie uzupełnień jest dobre, o ile nie wykazano inaczej” (O’Brien 2008)*

Podstawowy wynik podwójnego znacznika

- Jakościowo zbliżone efekty zewnętrzne w modelu „kolejnych monopoli”
- Sekwencyjne ustalanie cen

  (w przeciwieństwie do jednoczesnego)
- Rozwiązaniami są tu: integracja wertykalna, dwuczęściowa taryfa, ustalanie maksymalnych cen odsprzedaży
- Spengler 1950

„Synteza chicagowska”

- Wertykalna kontrola przy ustalonych proporcjach jest korzystna jedynie przy władzy rynkowej na niższych szczeblach obrotu
- Pomaga firmom na wyższych szczeblach obrotu ⇔ pomaga społeczeństwu
  - (Z wyjątkiem negatywnych konsekwencji horyzontalnych)
- Brak władzy rynkowej: „wynajem jednego monopolu”
- Bez podwójnego znacznika, zatem
- Brak wyjaśnienia dla ograniczeń wertykalnych / integracji wertykalnej gdy rynki wyższego lub niższego szczebla obrotu są konkurencyjne
- …wyłączność terytoriów, ustalanie minimalnych cen odsprzedaży niewyjaśnione
- Praca Bork, Spengler i Director (lata 50.)

Efekty zewnętrzne w nie-cenowych decyzjach detalicznych

- *Dlaczego firma na wyższym szczeblu miałaby ograniczać konkurencję na niższym szczeblu? (ustalanie minimalnych cen odsprzedaży, ET?)*
- Detaliści dokonują kosztownych pozakontraktowych posunięć na rzecz zwiększenia (łącznego) popytu

  (= niewłaściwa działalność rynkowa / efekt gapowicza)
  - Dwuczęściowe taryfy nie są wystarczające, potrzebne ustalanie minimalnych cen odsprzedaży
- Brak efektu gapowicza (pokusa nadużycia na niższym szczeblu obrotu): potrzebne min. ustalanie cen odsprzedaży (Mathewson i Winter 1984)
  - *Efekt gapowicza niepotrzebny do wyjaśnienia ograniczeń wertykalnych*
- Konkurencja detaliczna → marża na niższym szczeblu obrotu niewystarczająca do przyciągnięcia inwestycji → pożądana jest mniejsza konkurencja
- *Wątpliwe skutki dla dobrobytu czy cen*
- Telser 1960, Mathewson i Winter 1984, 1993

Inne teorie ustalanie cen odsprzedaży

- ustalanie cen odsprzedaży a zmowa na wyższym szczeblu
  - ustalanie cen odsprzedaży - zobowiązanie do ceny detalicznej (Telser 1960)
  - Jullien&Rey 2007 – lepsze sygnały
- ustalanie cen odsprzedaży a zmowa na niższym szczeblu obrotu
- Dzielenie się ryzykiem (Rey & Tirole 1986)
- Zaangażowanie się firmy z władzą rynkową na wyższym szczeblu obrotu w sytuacji braku kontraktów (O'Brien&Shaffer 1992)
- Podwójna pokusa nadużycia (Romano 1994) – niewystarczające ustalanie cen odsprzedaży
- I niektóre inne…
- *Skutki dla dobrobytu niejasne i złożone*

Dalsze kwestie

- Powodowane przez klienta ograniczenia wertykalne, w tym ustalanie cen odsprzedaży
- Umowy agencyjne a „umowy agencyjne”
- Więcej ograniczeń wertykalnych w tym samym czasie
- Teorie równoległe, takie jak konkurencja platformy

Nowe wytyczne i rozporządzenie dot. wertykalnych wyłączeń grupowych

  - Podkreślają podniesienie efektywności / więcej skutków
  - Odwrócony ciężar dowodzenia w najpoważniejszych praktykach ale
  - Zdecydowanie otwarte do dyskusji na temat artykułu 101(3)
- Kto jest lepiej przygotowany do wyjaśnienia ograniczeń wertykalnych niż firma ubiegająca się?

Urządzenia PDA PNA

- Vj-026/2006. Navi-Gate (grudzień 2007)
  - Sprzedawca hurtowy urządzeń i programów nawigacyjnych
  - Silna pozycja na rynku (wyłączny sprzedawca hurtowy Garmin i sprzedawca hurtowy I-Go)
  - Proste klauzule ustalające cen odsprzedaży w każdej umowie
  - Przypadki aktywnego stosowania
  - Kara w wysokości około 165.000 EUR
- Vj-166/2006. LCP & Mitac (wrzesień 2009)
  - Mitac, Qtec i inne urządzenia GPS /PNAs
  - Istotne udziały w rynku
  - Udokumentowana praktyka ustalania cen odsprzedaży mimo braku odpowiednich postanowień umownych
  - Aktywne wdrażanie cenników e-mailowych
  - Kara w wysokości około 400.000 EUR

Napoje energetyczne

- Vj-164/2006 Büki Kft (maj 2008)
  - Producent gazowanych napojów energetycznych
  - 300+ umów wertykalnych z HoReCa
  - (na 40-60 tys. punktów sprzedaży na Węgrzech)
  - Niewiele umów dot. ustalania cen odsprzedaży, a także innych OW
  - Ceny ~ 1 – 4 EUR stosowane wybiórczo (segmenty)
  - Umowy pokryły <10% HoReCa (<2% ogółem)
  - Wielu nowych uczestników
  - „badanie nie wykazało efektów” – zamknięte postępowanie

Oleje silnikowe

- Vj-7/2008 Castrol (marzec 2009)
  - Sprzedawca hurtowy olejów silnikowych
  - 15-30% w handlu detalicznym olejami silnikowymi na stacjach benzynowych, podobnie na szerszym rynku hurtowym
  - Ustalanie minimalnych cen odsprzedaży
  - Wyłączne dostawy zwolnione na mocy 101(3), z wyjątkiem ich trwania (>5 lat)
  - Przyjęte zobowiązania dotyczące ustalanie cen odsprzedaży i czasu trwania
  - Uwzględniono przypadki braku wdrożenia

Produkty farmaceutyczne

- Vj-57/2008 Hungaropharma (grudzień 2008)
  - Hurtowy sprzedawca produktów farmaceutycznych (37%)
  - Apteki (22% placówek detalicznych)
  - Zbiorowe okresy promocyjne ze zobowiązaniem do zastosowania cen określonych przez HPh (>6 rocznie)
  - Informowanie o wszelkich innych promocjach
  - Nie przyznawano zwolnień ze względu na nieproporcjonalność ustalanie cen odsprzedaży
  - ustalanie maksymalnych cen odsprzedaży wystarczające
  - Brak kary, dzięki pełnej współpracy, przyjęto mniej restrykcyjne klauzule

GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL

Dziękuję za uwagę!