



IV warsztaty Ekonomia Prawa Konkurencji

Koncentracje wertykalne

Warszawa, 28 lutego 2018

Prezentacja

Ocena skutków pionowych w kontroli koncentracji

Przygotowane dla UOKiK

28 lutego 2018 r.



CONTENTS

1	Zwiększenie wydajności wynikające z integracji wertykalnej	2
2	Pionowe zamknięcie dostępu do rynku (wykluczenie)	8
3	Zamknięcie dostępu do czynników produkcji	11
4	Zamknięcie dostępu do rynków zbytu	18
5	TomTom – Tele Atlas	20

Zwiększenie wydajności
wynikające z integracji
wertykalnej



TYPOWE KWESTIE ZWIĄZANE Z INTEGRACJĄ WERTYKALNĄ

- Problem podwójnej marży

- Integracja wertykalna obniża ceny poprzez zmniejszenie (lub eliminację) podwójnej marży monopolistycznej.

- Problem „hold-up”

- Przykładowo, ryzyko *hold up* występuje, jeśli przedsiębiorca na rynku wyższego szczebla dokonuje znaczących inwestycji specyficznych dla relacji z danym klientem, na przykład w celu rozpoczęcia produkcji na specjalne zamówienie tego klienta.
- Integracja wertykalna pozwala na wyeliminowanie tego ryzyka.

- Efekt gapowicza (ang. *free-rider problem*)

- Na przykład, detalista może nie mieć motywacji, aby zainwestować w reklamę swoich produktów, jeśli obawia się, że inni sprzedawcy tego samego produktu mogą skorzystać z tej reklamy.
- Integracja wertykalna przywraca taką motywację, eliminując *efekt gapowicza*.

PROBLEM BRAKU KOORDYNACJI MIĘDZY PRZEDSIĘBIORSTWAMI

- Teoria organizacji oraz teoria organizacji przemysłowej skupiają się na korzyściach z integracji, wynikających z eliminacji problemu braku koordynacji między przedsiębiorcami.
- Integracja pozwala przedsiębiorcom na koordynację decyzji, które nie mogą być przedmiotem wcześniej podpisanego kontraktu (Hart & Holmstrom 2010, Legros & Newman 2013).
- Integracja łączy się również z utratą kontroli zarządczej.
 - Wdrażanie decyzji, z którymi zarządzający jednej z połączonych spółek nie zgadzają się jest kosztowne.
- Integracja powinna więc mieć miejsce jedynie wtedy, gdy pozytywne skutki zewnętrzne z niej wynikające (tj. zwiększenie wydajności) kompensują koszty integracji.
- W tradycyjnej teorii organizacji, przedsiębiorstwa zawsze mają motywację do integracji. Tymczasem, teoria organizacji identyfikuje naturalne siły niesprzyjające integracji, które nie były opisane wcześniej.

WYŻSZE CENY MOGĄ PROWADZIĆ DO WIĘKSZEJ KONCENTRACJI

- Integracja jest bardziej rentowna, jeśli problemy koordynacyjne są większe (co zwiększa koszty z nimi związane).
- Skupiając się na integracji wertykalnej, oznacza to, że istnieje odwrotny związek przyczynowo-skutkowy między ceną i integracją: wyższe ceny mogą powodować więcej integracji (a nie na odwrót).
 - Ponieważ w przypadku wyższych cen zyski z integracji są większe.
- W tym kontekście, gwałtowne zerwanie łańcucha wertykalnego nie służy konsumentom (interpretując ustalenia M. Slade z 1998 r.)

NIEPOŻĄDANE SKUTKI DEZINTEGRACJI WERTYKALNEJ

- W 1989 r., brytyjski urząd ds. monopolu i koncentracji (*Monopolies and Mergers Commission, MMC*) zalecił środki zaradcze, które skutkowały zbyciem 14 tys. pubów przez browarników.
- MMC twierdził, że ich zalecenia miały obniżyć ceny detaliczne i zwiększyć wybór dla konsumentów.
- Wręcz przeciwnie jednak doszło do wzrostu cen.
- Stało się tak ponieważ bary i browarnicy w konsekwencji zawierali umowy pionowe, które prowadziły do wzrostu cen.
- Inną przyczyną mógł być fakt, że integracja wertykalna była bardziej wydajna oraz istniał odwrotny związek przyczynowo-skutkowy między ceną i integracją.

DOWODY EMPIRYCZNE NA SKUTKI INTEGRACJI WERTYKALNEJ

Wynik 1

- Brak dowodów na szkodę dla konsumentów, nawet w przypadku wykluczenia z rynku.

10	Badań wertykalnie skoncentrowanych rynków
5	Przypadków wykluczenia z rynku
2/5	Zwiększenie wydajności przeważało nad szkodą
3/5	Brak analizy równowagi efektów rynkowych

Wynik 2

- Połączenia wertykalne są generalnie korzystne dla konsumentów.

16	Badań skutków integracji wertykalnej
13	Przypadków poprawy dobrobytu konsumentów
3	Wyniki niejednoznaczne
0	Przypadków pogorszenia dobrobytu konsumentów

Wynik 3

- Przedsiębiorstwa zdecydowały się na integrację w celu poprawy wydajności.

“konkretne inwestycje są ekonomicznie i statystycznie istotne w podejmowaniu decyzji o wewnętrznej produkcji produktów podstawowych (czynników produkcji).”

Lafontaine & Slade (2007)

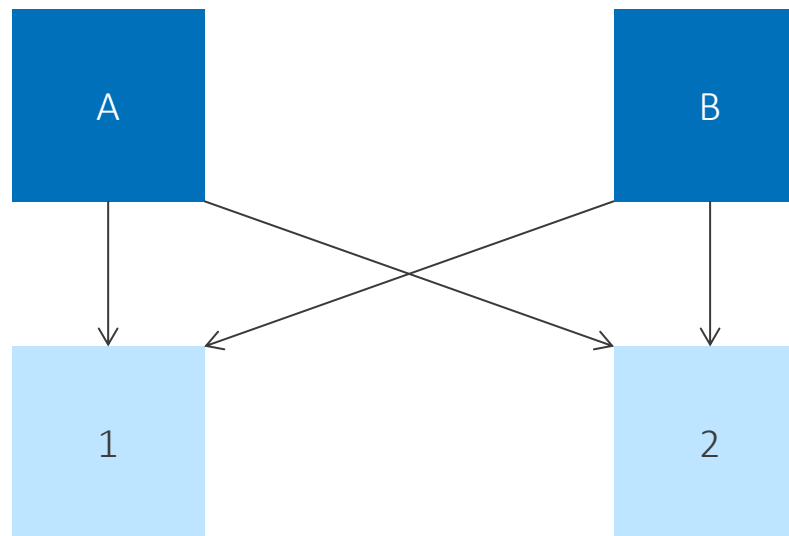
Pionowe zamknięcie dostępu do rynku (wykluczenie)



Teorie szkody w połączeniach pionowych

PIONOWE ZAMKNIĘCIE DOSTĘPU DO RYNKU (WYKLUCZENIE)

- W większości branży przemysłowych wymagane jest połączenie różnych dóbr (produktów podstawowych, stanowiących czynniki produkcji), w celu wyprodukowania dóbr, które mogą zostać sprzedane konsumentom końcowym (dobra konsumpcyjne).



- Założmy, że A oraz 1 się połączą. Może to doprowadzić do dwóch rodzajów potencjalnego całkowitego zamknięcia dostępu do rynku (wykluczenia):
 - Zamknięcie dostępu do czynników produkcji (z ang. *input foreclosure*): A sprzedaje jedynie do 1.
 - Zamknięcie dostępu do rynków zbytu (z ang. *customer foreclosure*): 1 kupuje jedynie od A.
- Wykluczenie może być również częściowe: warunki handlowe są wtedy pogorszone dla podmiotów zewnętrznych (B lub 2).

WARUNKI ZWIĘKSZAJĄCE PRAWDOPODOBIENSTWO SZKODY

- Nie jest jednak oczywistym, że połączenie pionowe doprowadzi do antykonkurencyjnego wykluczenia z rynku.
- Po pierwsze, przedsiębiorcy muszą mieć możliwość (ang. *ability*) wertykalnego zamknięcia dostępu do rynku.
- Po drugie, przedsiębiorcy muszą mieć motywację (ang. *incentive*), aby zamknąć (lub utrudnić) dostęp do rynku.
- Jeśli te warunki są spełnione, wykluczenie jest prawdopodobne, jednak to nadal nie oznacza, że wykluczenie ma charakter antykonkurencyjny.
- W dalszej części omówimy najpierw kwestie związane z zamknięciem dostępu do czynników produkcji, a później z zamknięciem dostępu do rynków zbytu.

Zamknięcie dostępu do czynników produkcji



ZDOLNOŚĆ DO PODNIESIENIA CEN

- Przedsiębiorcy mogą mieć motywację do zamknięcia dostępu do czynnika produkcji, kiedy na rynku dotyczącym tego czynnika występuje wysoki stopień siły rynkowej.
- Szczególnie istotne jest zrozumienie ograniczeń takiej siły rynkowej:
 - Jednym z ograniczeń jest obecność na rynku zamiennych czynników produkcji, do których mają dostęp producenci dóbr końcowych.
 - Możemy to zaobserwować szczególnie w sektorach, gdzie dany czynnik produkcji stanowi tylko jeden komponent zestawu czynników produkcji używanego przez producentów dóbr końcowych.
 - Poprzez zamianę jednego z czynników, wytwórcy produktów końcowych mogą zróżnicować swój produkt, co może prowadzić do wyższych zysków i zwiększonej użyteczności ekonomicznej dla konsumentów.
 - Nawet jeśli czynniki produkcji są używane w ściśle ustalonych proporcjach i możliwości substytucji są niewielkie, producent danego czynnika może być ograniczony w swojej polityce cenowej poprzez zagrożenie wejściem na rynek innych podmiotów posiadających technologię wymaganą do produkcji tego czynnika.

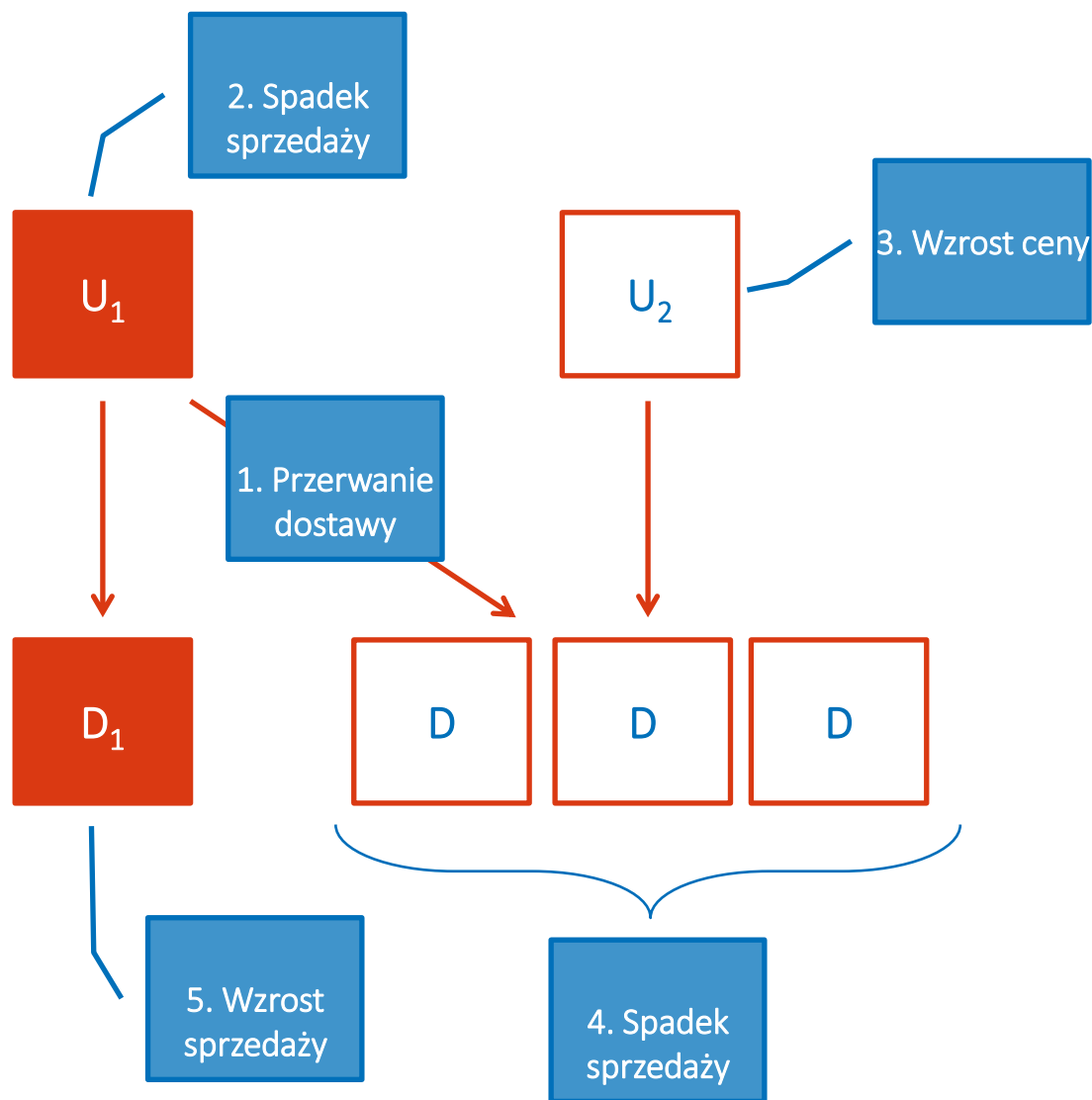
BRAK MOTYWACJI DO PODNIESIENIA CEN – SZKOŁA CHICAGOWSKA

- Monopolista na rynku czynników produkcji może zmaksymalizować swoje zyski bez rozszerzania swojej siły rynkowej na rynek sąsiedni, tj. rynek produktów końcowych (Bork 1993; Posner 1976).
- Taki wniosek oparty jest na dwóch intuicyjnych argumentach:
 - Jeśli rynek niższego szczebla jest konkurencyjny, monopolista może skorzystać z całej nadwyżki poprzez ustalenie ceny monopolistycznej za czynnik produkcji.
 - Na rynku konkurencyjnym, cena produktu końcowego zostanie doprowadzona do kosztów krańcowych jego produkcji przez siły konkurencyjne.
 - W związku z tym, nadwyżka, która może być wygenerowana na rynku niższego szczebla jest zmaksymalizowana.
 - Monopolista może wtedy skorzystać z całej nadwyżki ustalając koszt krańcowy zakupu tego dobra na rynku czynników produkcji na poziomie monopolistycznym (lub ustalając cenę czynnika produkcji równą krańcowym kosztom produkcji tego czynnika, korzystając z całej nadwyżki przy użyciu taryfy stałej).
 - Jeśli na rynku niższego szczebla występują różnice w poziomie produktywności między producentami dóbr końcowych, dostawca czynników produkcji nie ma motywacji do wykluczenia z rynku bardziej wydajnych producentów, nawet jeśli jest wertykalnie zintegrowany z mniej wydajnym producentem.
 - Dostawca czynnika produkcji jest zainteresowany jedynie maksymalizacją nadwyżki na rynku niższego szczebla, ponieważ zawsze może z niej skorzystać poprzez efektywne negocjacje kontraktowe.

MOTYWACJA DO PODNIESIENIA CEN – SZKOŁA POST-CHICAGOWSKA

- Według podejścia post-chicagowskiego, przedsiębiorstwa *mogą* mieć motywację do antykonkurencyjnego wykluczenia rywali z rynku ze względu na niedoskonałości w procesie negocjacyjnym między dostawcami i producentami dóbr końcowych (Rey & Tirole 1986; Hart & Tirole 1988).
- Intuicyjnie, monopolista nie może w pełni skorzystać z zysków monopolistycznych, jeśli umowy między dostawcami i producentami dóbr konsumpcyjnych są ustalane w ramach tajnych i dwustronnych negocjacji.
 - Wynika to faktu, że dostawca nie jest w stanie zobowiązać się do niesprzedawania do żadnego innego przedsiębiorcy w momencie, kiedy zaoferował optymalny kontrakt monopolistyczny jednemu z producentów na rynku niższego szczebla.
 - Dostawca zawsze ma motywację do odstąpienia od swojego zobowiązania do kontraktu monopolistycznego z jednym z producentów dóbr końcowych, co producenci są w stanie przewidzieć i w konsekwencji odmówić podpisania optymalnej umowy.
 - Integracja wertykalna może stanowić element zobowiązania niezbędny do przywrócenia monopolistycznej pozycji dostawcy.

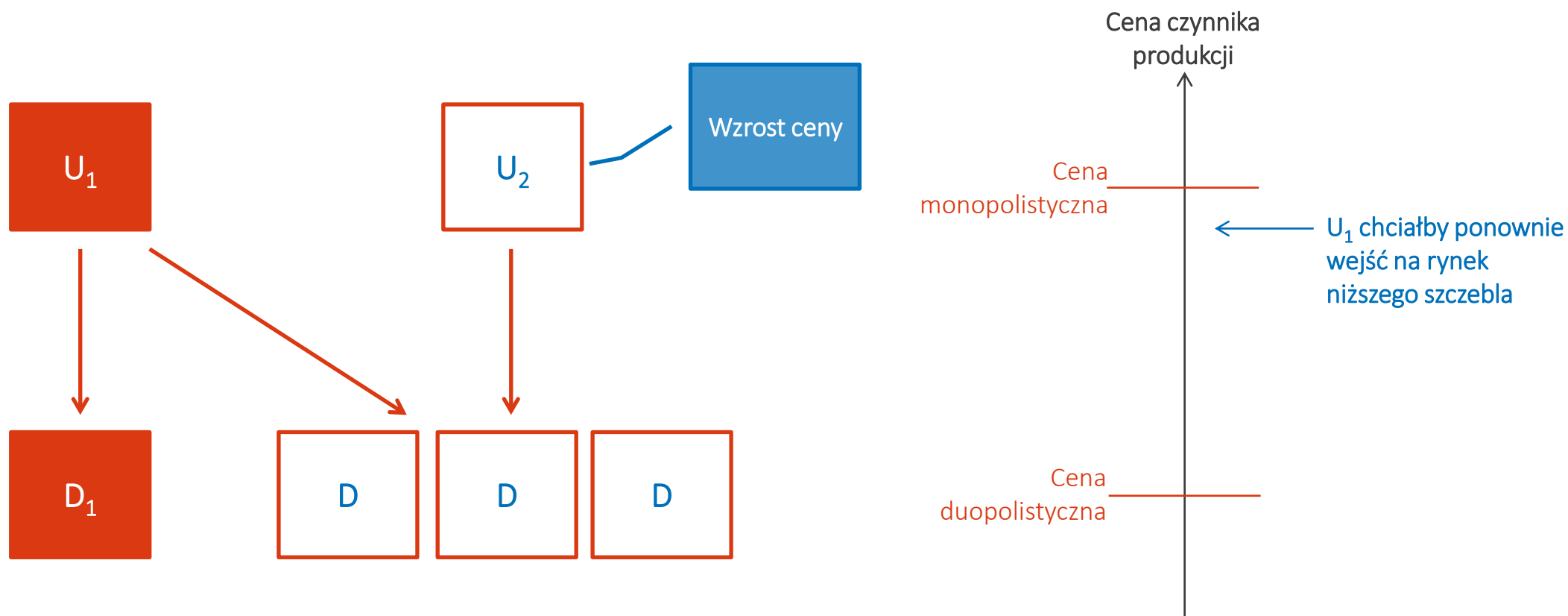
CAŁKOWITE WYKLUCZENIE Z RYNKU: MOTYWACJA



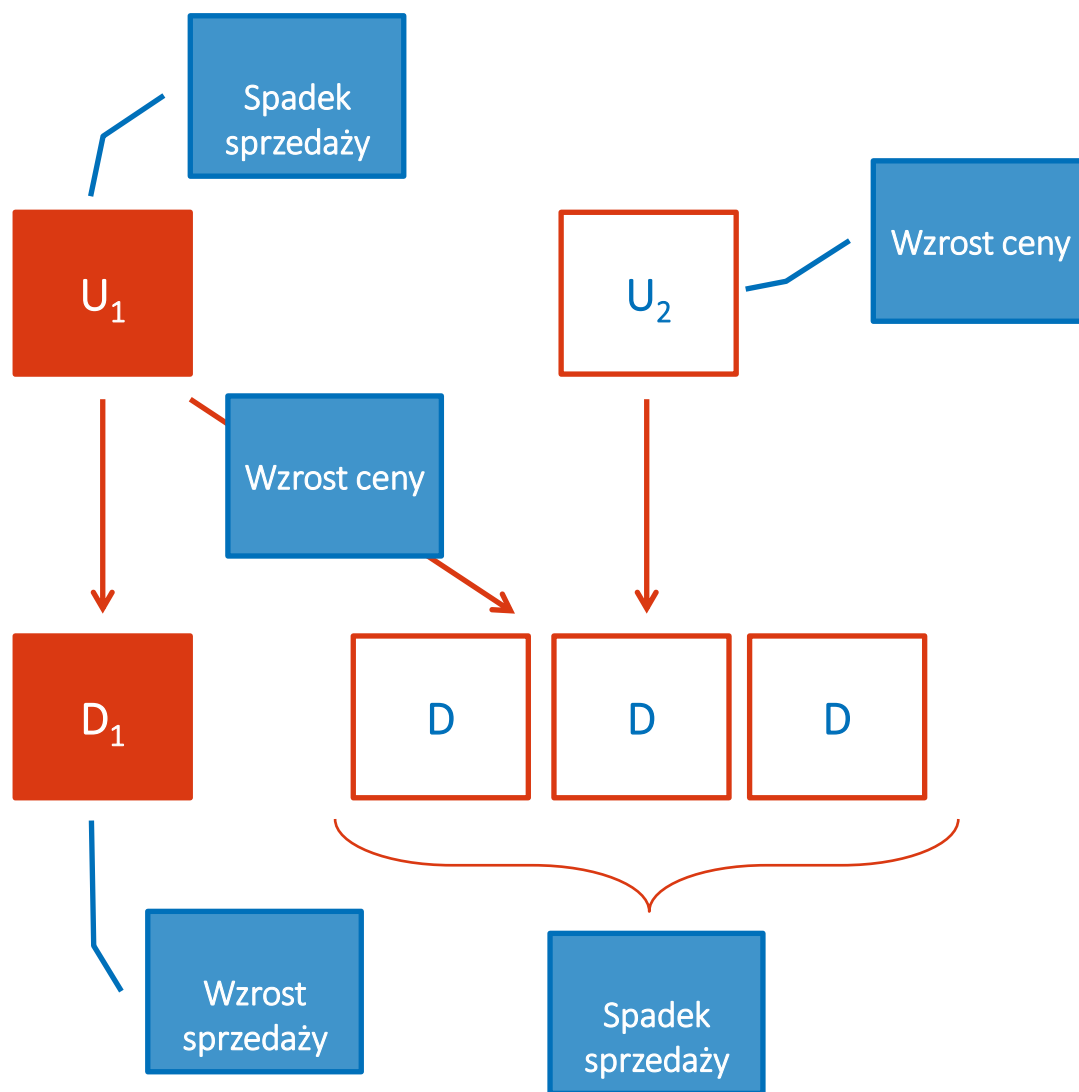
Zdolność: jedynie jeśli producent zobowiąże się nie wchodzić ponownie na rynek wyższego szczebla oraz w przypadku braku taryf dwuczęściowych (Hart Tirole 1990)

Zdolność	X Rzadko
Motywacja	? Czasami
Szkoda	? Czasami

CAŁKOWITE WYKLUCZENIE – ZDOLNOŚĆ DO ZOBOWIĄZANIA



CZĘŚCIOWE WYKLUCZENIE



Zdolność	✓ Często
Motywacja	✓ Często
Szkoda	X Rzadko

Szkoda występuje jeżeli koszt związany z wyższą ceną czynnika produkcji jest wyższy niż korzyści ze zwiększenia efektywności przez eliminację podwójnej marży (*Church report 2006*)

Zamknięcie dostępu do rynków zbytu



UTRUDNIENIE DOSTĘPU DO RYNKÓW ZBYTU

Rys. 2

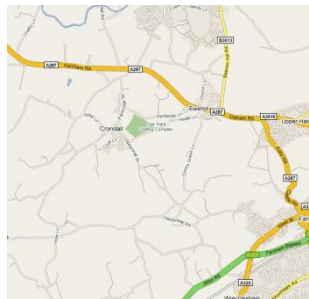
Utrudnienie dostępu do rynków zbytu



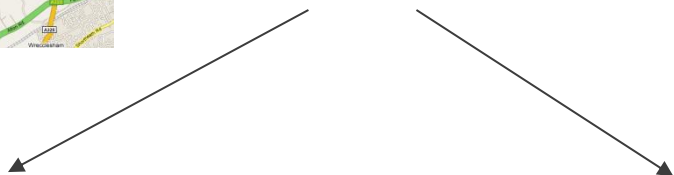
TomTom – Tele Atlas



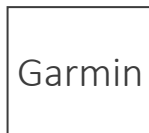
TOMTOM/TELE ATLAS



Mapy
cyfrowe



Nawigacja
satelitarna



Smartfony

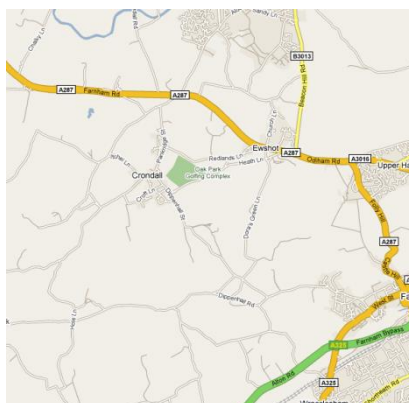


ZWIĘKSZENIE WYDAJNOŚCI W ZAKRESIE INWESTYCJI

Obecna technologia Tele Atlas



Mapy cyfrowe Tele Atlas



Dane zbierane przez TomTom

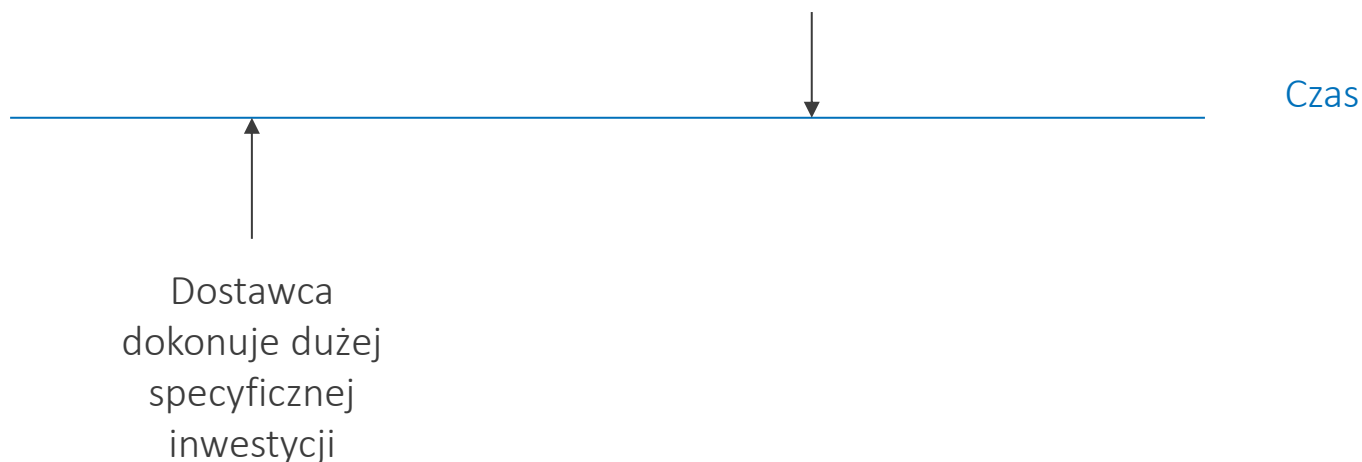


Dane pomiarowe

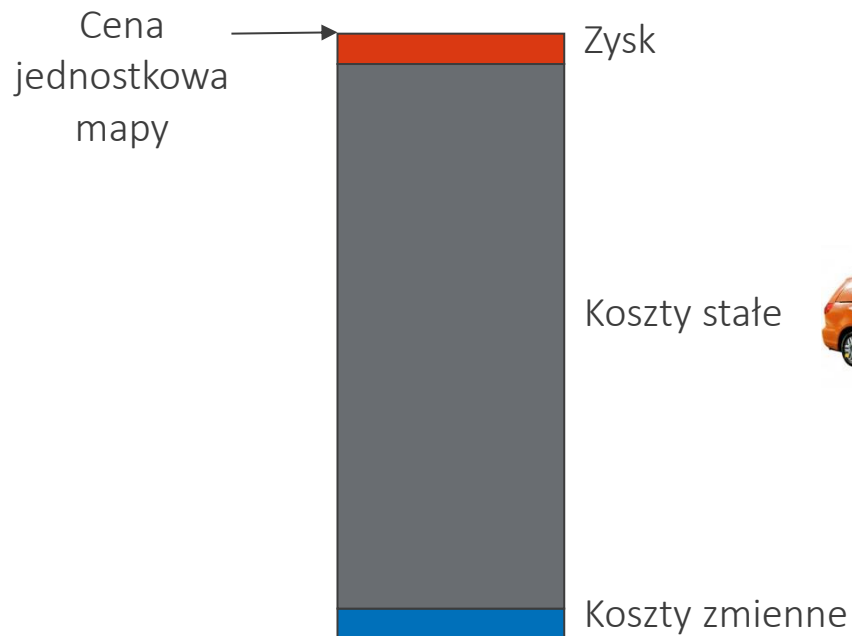
KORZYŚCI ZWIĄZANE ZE ZWIĘKSZENIEM WYDAJNOŚCI MUSZĄ BYĆ CHARAKTERYSTYCZNE DLA POŁĄCZENIA

Niepełne kontrakty

Dostawca i klient
negocjują zyski



KORZYŚCI WYNIKAJĄCE Z WYELIMINOWANIA PODWÓJNEJ MARŻY



Czy korzyści te są charakterystyczne dla połączenia?

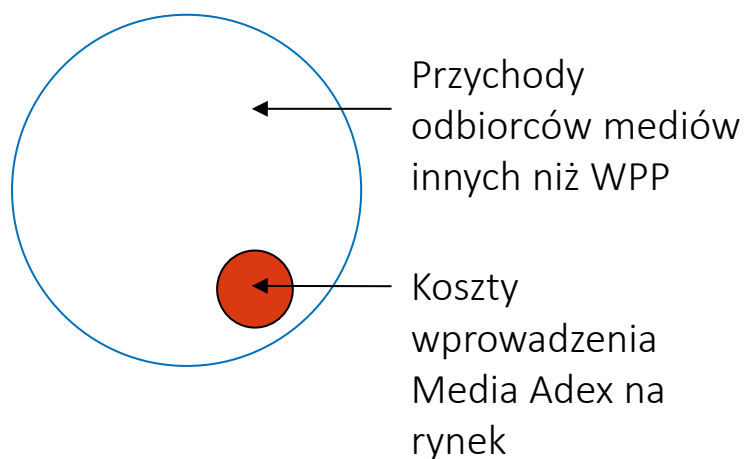


CAŁKOWITE WYKLUCZENIE

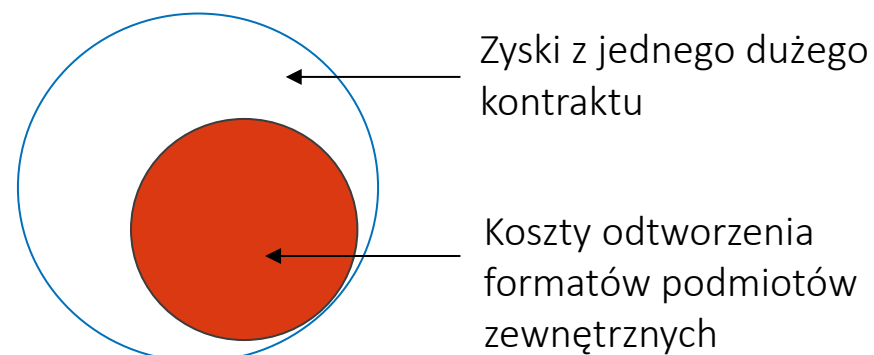
Czy są jakieś skargi?

Art. 102

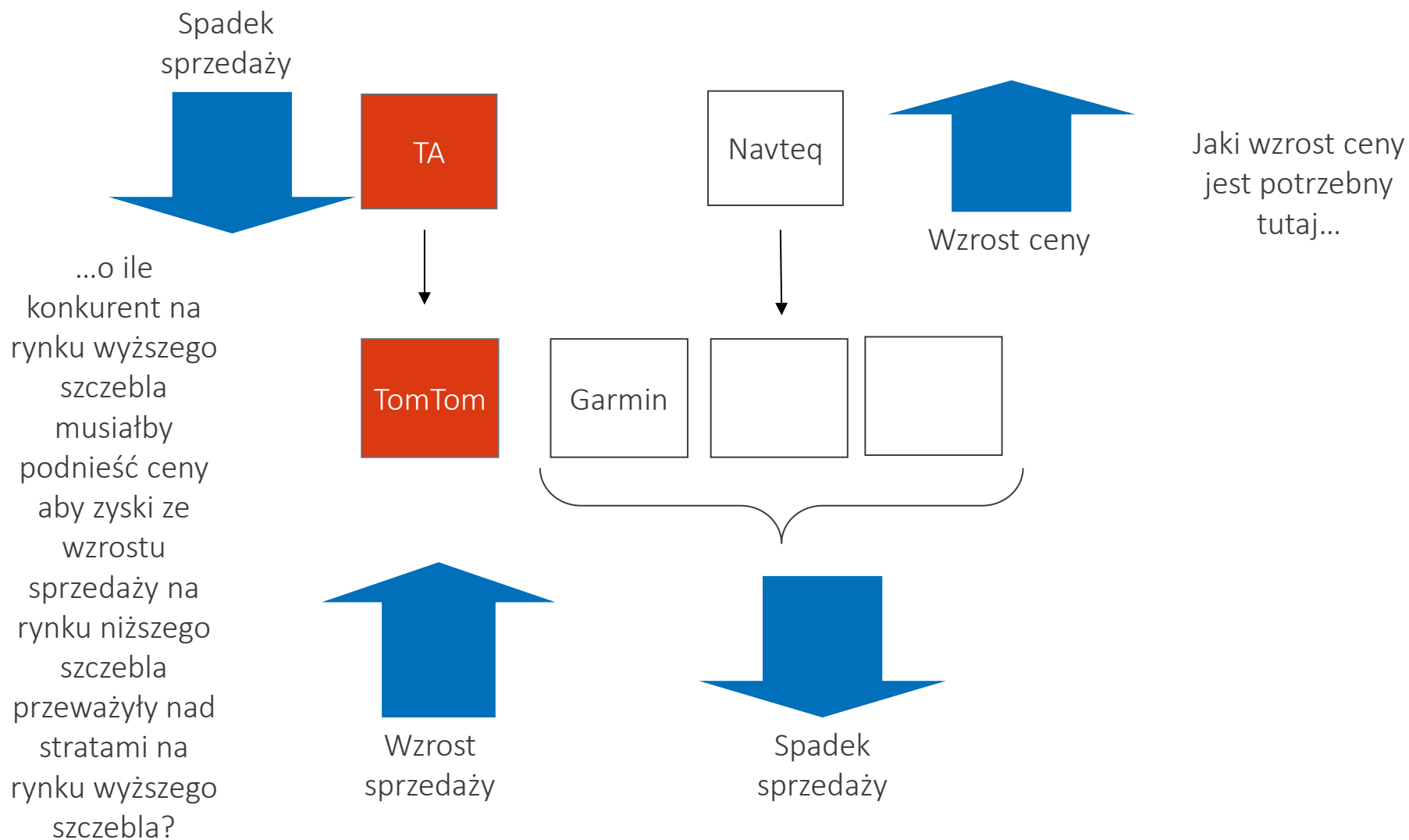
Strategie przeciwdziałania



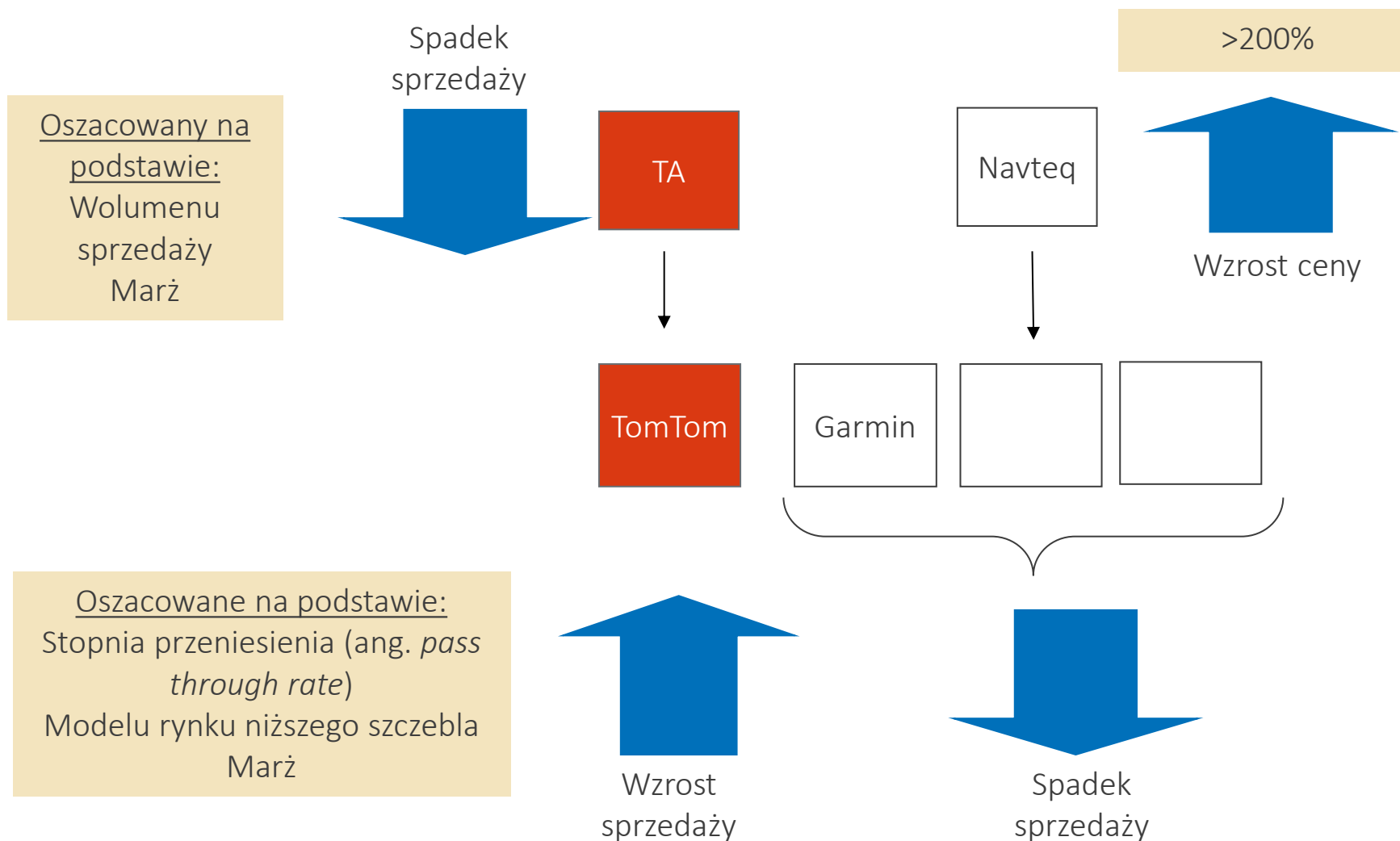
Zobowiązanie



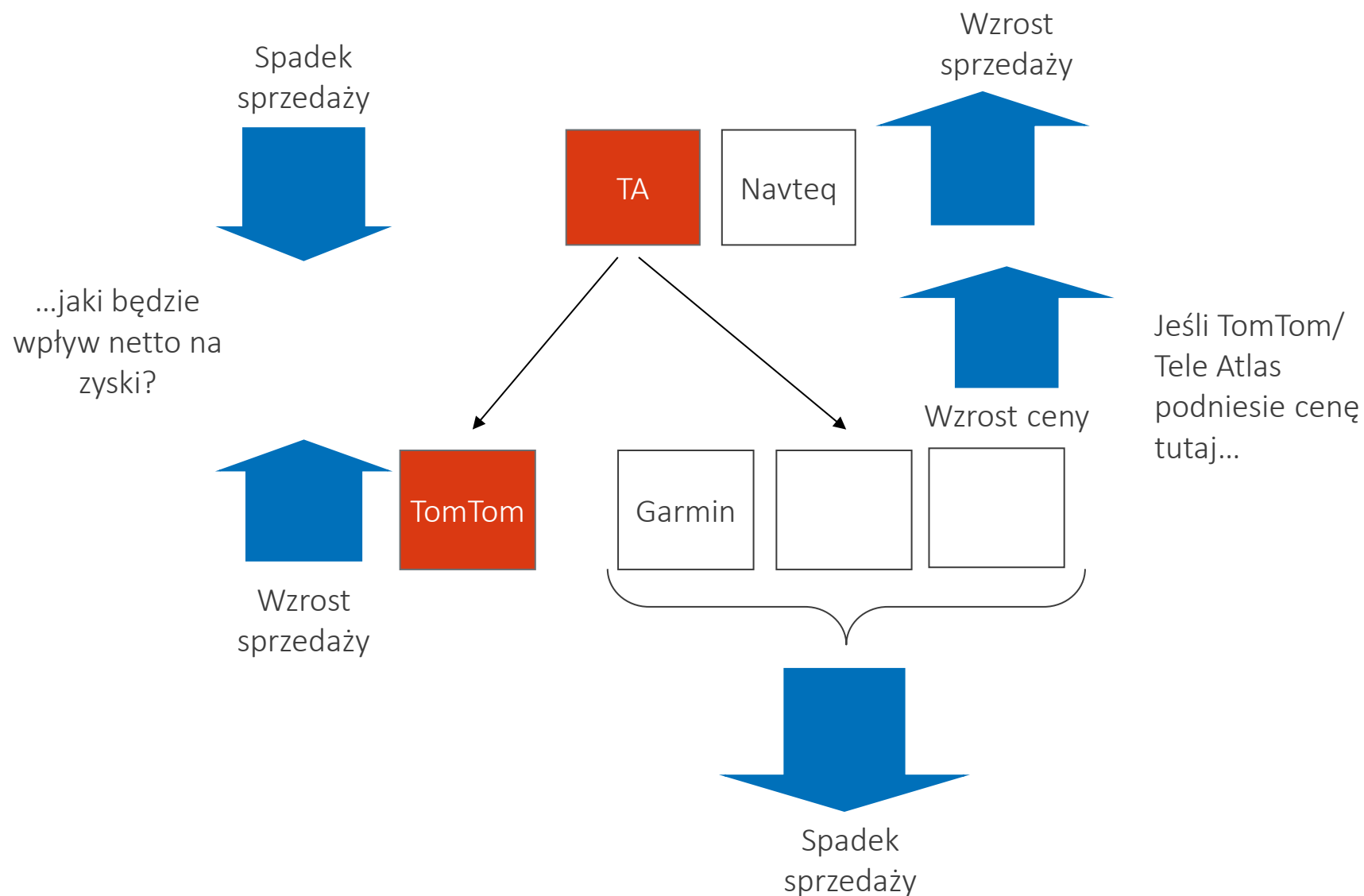
MOTYWACJA: KRYTYCZNY WZROST CENY



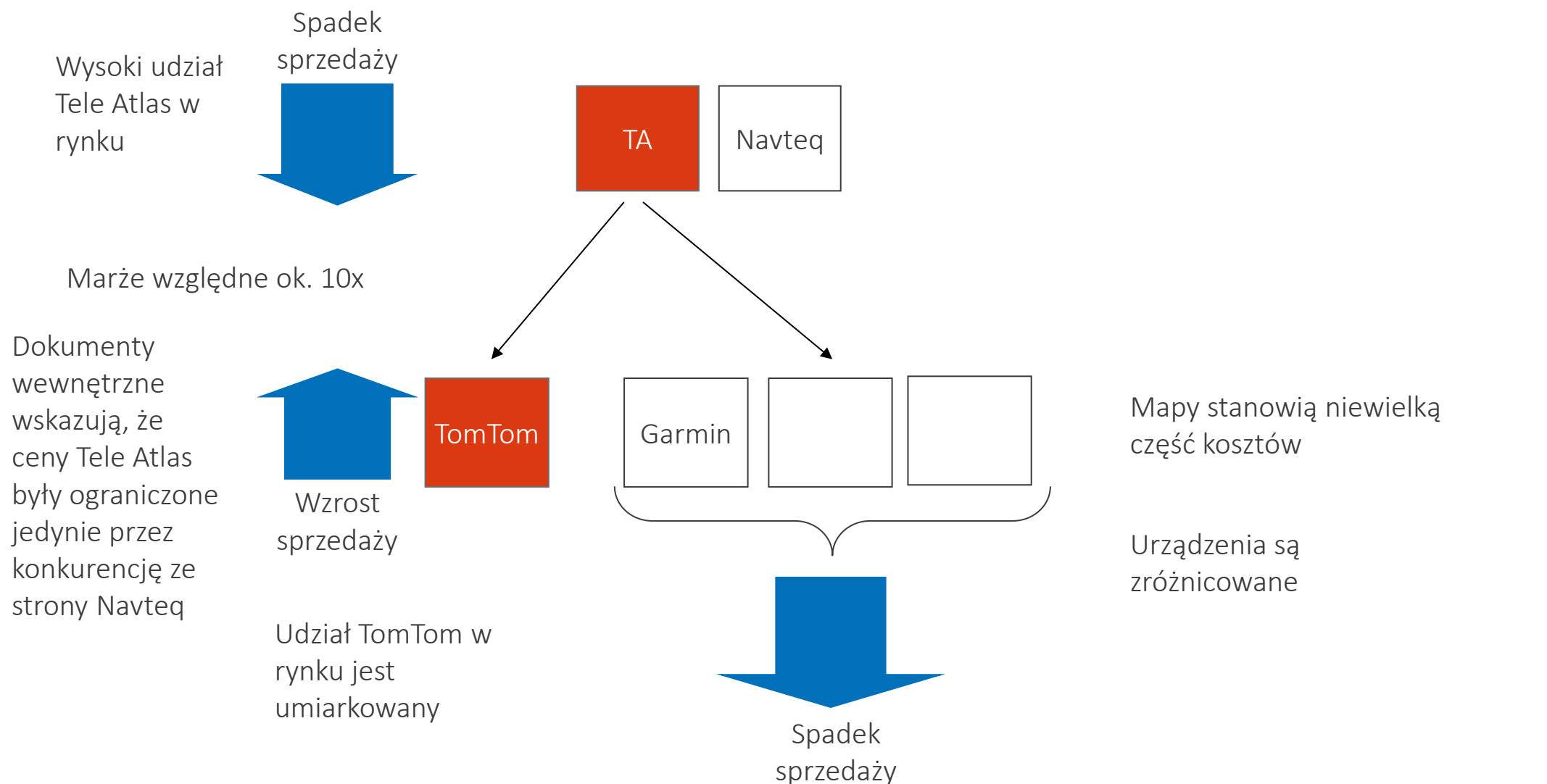
KRYTYCZNY WZROST CENY: ANALIZA ILOŚCIOWA



CZĘŚCIOWE WYKLUCZENIE: WZROST CENY



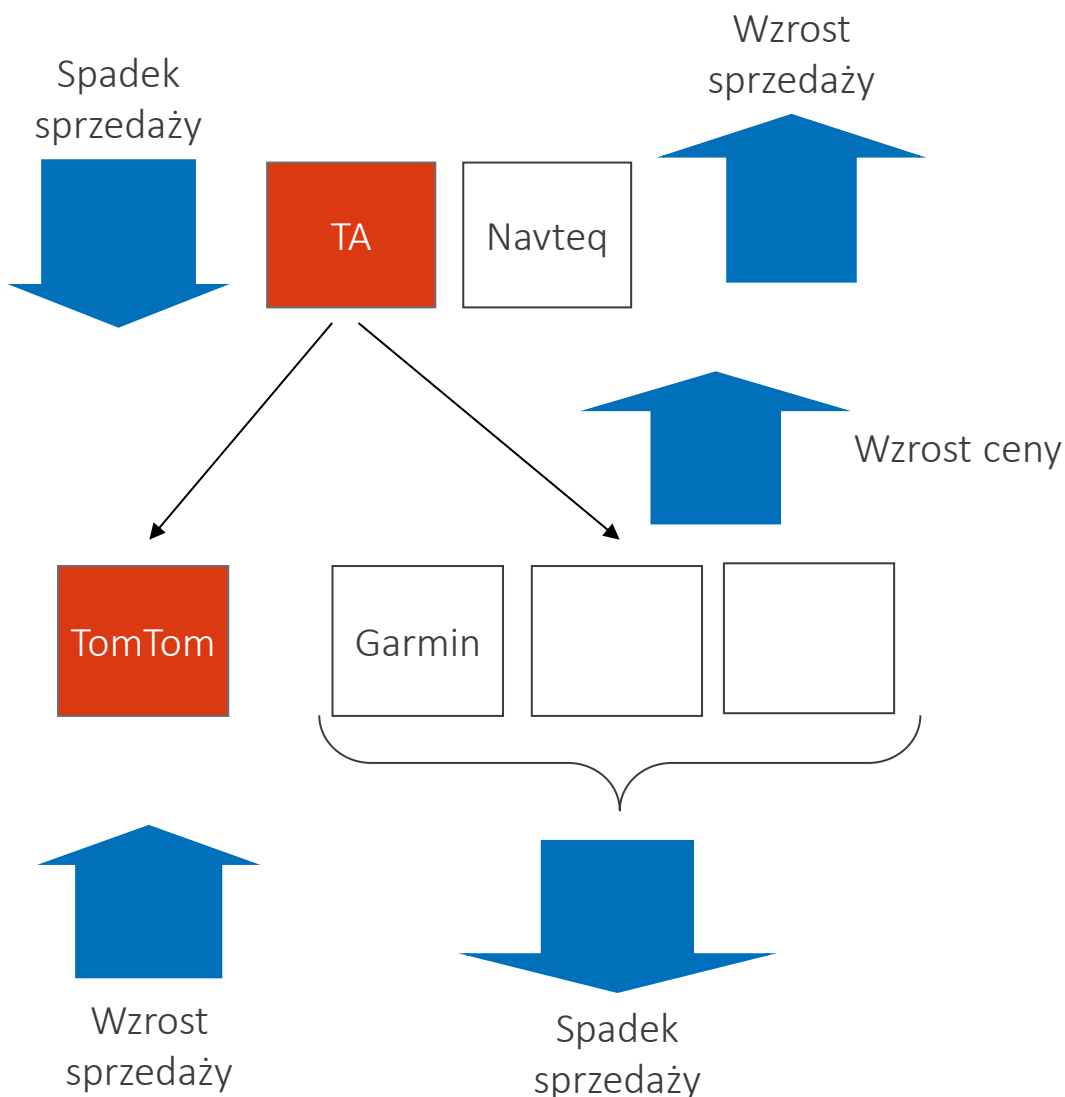
ZYSKI Z PODNIESIENIA CENY O 10%: OCENA JAKOŚCIOWA



ZYSKI Z PODNIESIENIA CENY O 10%: OCENA ILOŚCIOWA

Oszacowane na podstawie:
Modelu popytu na rynku
wyższego szczebla
Marż

Oszacowane na podstawie:
Stopnia przeniesienia (ang. *pass through rate*)
Modelu rynku niższego szczebla
Marż
Założeń dotyczących Navteq



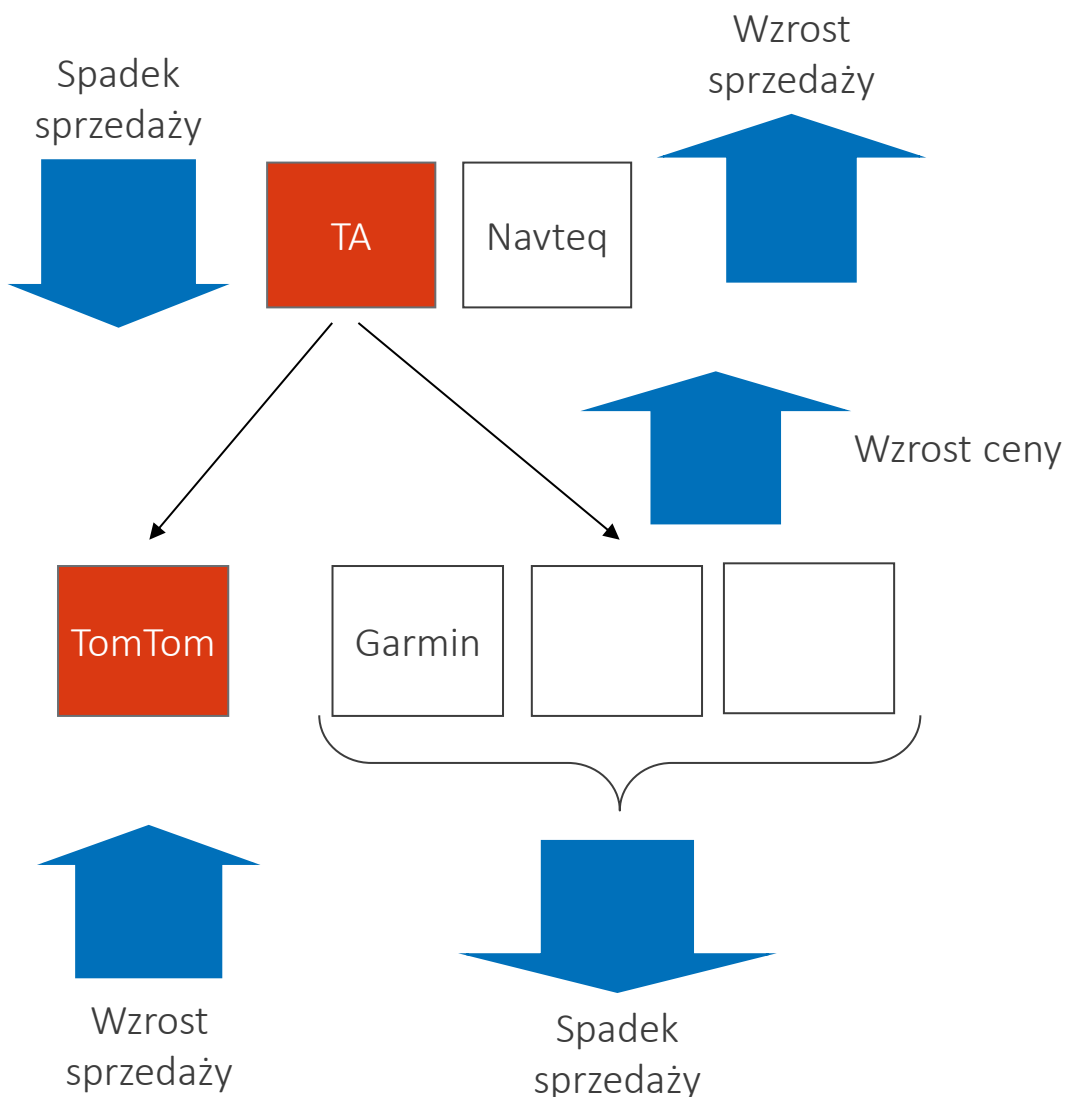
ZYSKI Z PODNIESIENIA CENY O 10%: OCENA ILOŚCIOWA

Wyniki

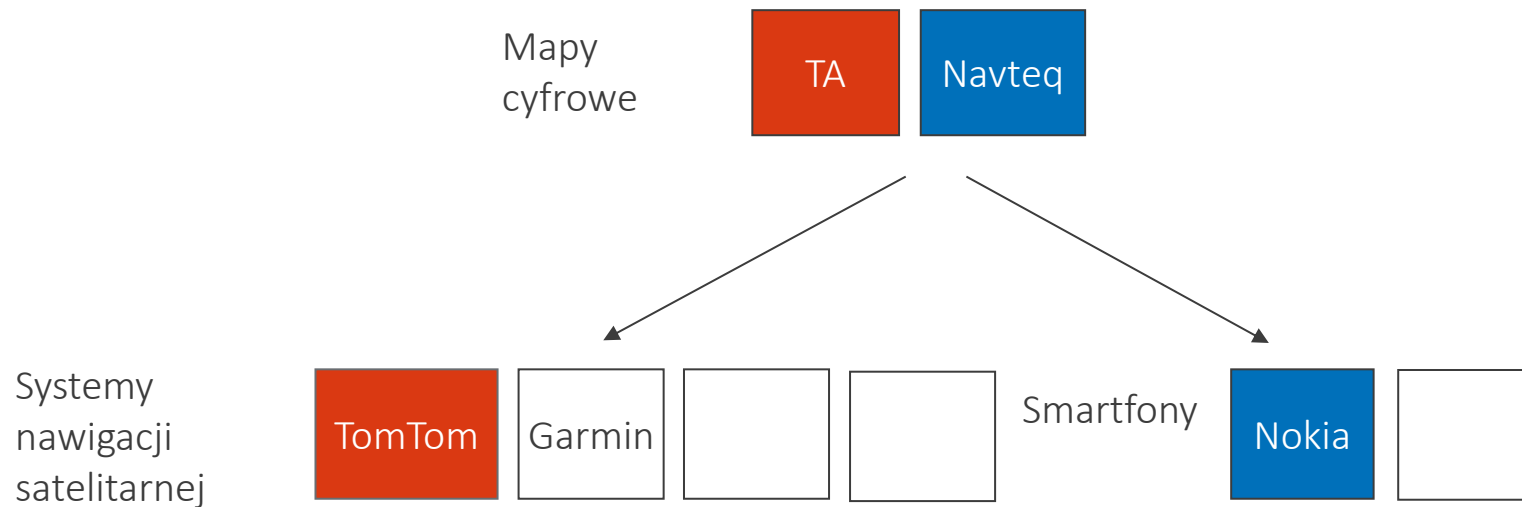
Wzrost ceny o 10% nie byłby rentowny

Średnie ceny detaliczne spadną przy zwiększeniu efektywności cenowej

Stosunek utraconej sprzedaży map do utraconej sprzedaży urządzeń: 23:1



PODSUMOWANIE



Aspekty pozytywne

- Niższa cena po integracji stanowi korzyść ze zwiększenia efektywności
- Integracja wertykalna może wpłynąć na zwiększenie wydajności w zakresie inwestycji
- Ilościowa ocena motywacji do wykluczenia
- Wzrost ceny czynnika produkcji o mniej niż 10% jest akceptowalny
- Zauważenie problemu z zobowiązaniem

Aspekty niewyjaśnione

- Czy korzyści wynikające ze zwiększenia wydajności mogą być kluczowe przy wydaniu zgody na koncentrację?
- Jak istotne są zobowiązania?

Dziękuję za uwagę!



Aleksandra Boutin

Senior Consultant
(partner level)

T: +32 487541337

aboutin@compasslexecon.com