

Soutěžní ekonomie

Nehorizontální fúze

Milan Brouček*

Daniel Donath*

ESF MU, Brno, 15. listopadu 2012

* Tato prezentace vyjadřuje výhradně názory autorů, které se nemusejí nutně shodovat s postoji Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ani Charles River Associates.

Osnova

I. Úvod

II. Vertikální fúze

II.1 nekoordinované účinky

- omezení přístupu ke vstupům
- omezení přístupu k zákazníkům

II.2 koordinované účinky

II.3 případy

III. Konglomerátní fúze

Shrnutí

I. Úvod

- Pokyny Komise k nehorizontálním fúzím z roku 2008 („Pokyny“)
- Rámec analýzy
 - „... Za tímto účelem musí Komise podle čl. 2 odst. 2 a 3 posoudit, zda by spojení **nemohlo zásadně narušit účinnou hospodářskou soutěž, zejména v důsledku vzniku nebo posílení dominantního postavení na společném trhu nebo na jeho podstatné části.**“ [bod 1 Pokynů]
- Postup analýzy
 - Vymezení relevantních trhů
 - Určení tržní síly
 - Ohodnocení teorií újmy
 - Ohodnocení zvýšení efektivnosti

I. Úvod

Co jsou to nehorizontální fúze

- **Vertikální fúze**

- Podniky působí na různých úrovních dodavatelského řetězce (předcházející trh/*upstream*, navazující trh/*downstream*)

- **Konglomerátní fúze**

- Podniky působí na úzce souvisejících trzích (např. komplementární výrobky, výrobky patřící do téhož výrobního sortimentu)

I. Úvod

Vertikální integrace a ekonomická teorie

- **Významně nižší potenciál negativních účinků ve srovnání s horizontálními fúzemi**
 - Rozdílné podněty podniků
 - Absence unilaterálních efektů
- Značný potenciál zvýšení efektivity
 - Argument Chicagské školy
- Negativní efekty pravděpodobné u podniků s významnou tržní silou
 - Vytváření bariér vstupu

I. Úvod

Zvýšení efektivnosti

- Internalizace *double marginalization*
- Snížení transakčních nákladů
- Lepší koordinace vertikální struktury
 - Internalizace *Retail Free Riding*
 - Internalizace *Hold Up*
 - Rozložení risku
- *One-stop shopping*

I. Úvod

Zvýšení efektivnosti – *double marginalization*

- 2 firmy - každá má tržní (nabídkovou) sílu ($P > MC$)
- Vertikální fúze - *upstream* cena se transferuje na úrovni MC

I. Úvod

Soutěžní obavy

- Vytvoření nebo posílení dominantního postavení, uzavření trhu a snížení schopnosti/podnětu konkurovat
 - Zvyšování nákladů konkurentů
- Nekoordinované efekty
 - Omezení přístupu konkurentů ke vstupům
 - Fúze vede ke zvýšení nákladů konkurentů na *downstream* trhu
 - Omezení přístupu konkurentů k zákazníkům
 - Fúze omezuje přístup konkurentů na *upstream* trhu k zákazníkům
- Koordinované efekty
 - Změna konkurenčního prostředí a usnadnění koordinace (tacitní či explicitní koluze)

I. Úvod

Soutěžní obavy

- Přenos monopolní síly (*monopoly leveraging*) a uzavření trhu
- „před“ Chicago
 - Podnik s monopolní silou na jednom trhu má motivaci a schopnost přenést tuto sílu na jiné trhy
- Chicagská škola
 - *Single monopoly profit*: monopol obvykle nemá motiv přenášet svoji sílu, zhoršil by svoji situaci
- Post-Chicago
 - IO: matematické modely, které za určitých okolností vysvětlují motiv

I. Úvod

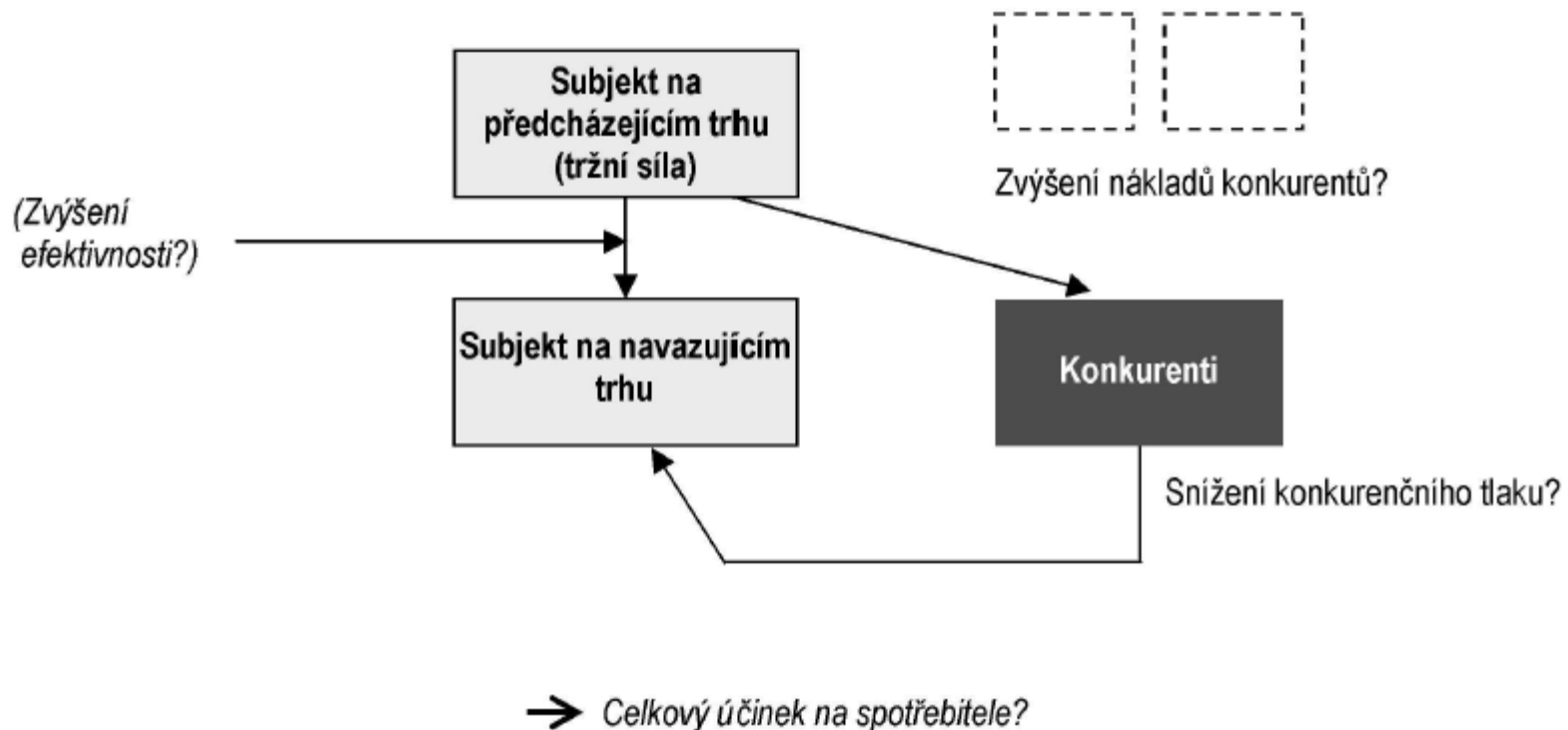
Safe harbour

- Bod 25 Pokynů:

„Komise pravděpodobně nezjistí problémy (ať už v podobě koordinovaných nebo nekoordinovaných účinků) v případě nehorizontálních spojení, je-li podíl nového subjektu na trhu po spojení na každém z dotčených trhů **nižší než 30 % a HHI (Herfindahl-Hirschmanův index) po spojení je nižší než 2000.**“

II.1 Vertikální fúze - nekoordinované účinky

Omezení přístupu ke vstupům



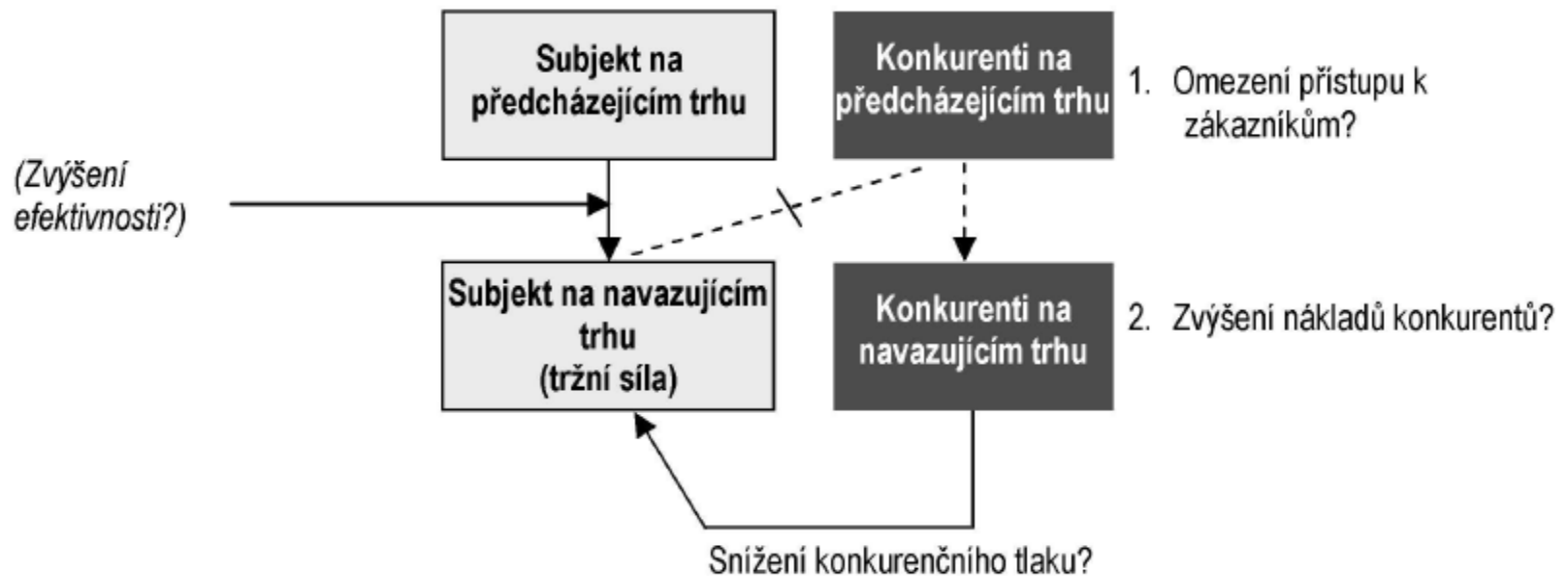
II.1 Vertikální fúze - nekoordinované účinky

Omezení přístupu ke vstupům - test

1. Má spojující se subjekt **schopnost omezit přístup ke vstupům**?
 - Nutnost existence významné tržní síly na *upstream*
 - Nezbytnost vstupu, nákladová významnost vstupu, diferenciací produktu, kritická komponenta
 - Kapacitní omezení konkurentů, míra diferenciací produktu, exkluzivní kontrakty, vývoj *in-house*
 - Změna tržní síly konkurentů na *upstream*
2. Má spojující se subjekt **motiv k omezení přístupu ke vstupům**?
 - Ziskovost strategie - analýza marží (*upstream, downstream*)
 - Blízkost konkurence na *downstream*
 - Kapacitní omezení spojujícího se subjektu
3. Mělo by uzavření trhu **negativní dopad na soutěž na trhu a na spotřebitele**?

II.1 Vertikální fúze - nekoordinované účinky

Omezení přístupu k zákazníkům



II.1 Vertikální fúze - nekoordinované účinky

Omezení přístupu k zákazníkům - test

1. Má spojující se subjekt **schopnost omezit přístup na *downstream* trh omezením svých nákupů od konkurentů na *upstream* trhu?**
 - Důležitý zákazník s významnou tržní silou na *downstream*
 - Úspory z rozsahu a měřítka (a MES), síťové efekty na straně poptávky
 - Možnosti jiného uplatnění vstupu, vliv na investice a R&D
2. Má spojující se subjekt **motiv k omezení dodávek od konkurentů na *upstream* trhu?**
 - Ziskovost strategie
 - Možnost zvýšení cen na *upstream* a *downstream* (tržní podíl na *downstream*)
 - Ztráty z neodběru vstupu (kapacity, diferenciací, nižší efektivnost)
3. Měla by strategie omezení dodávek od konkurentů **negativní dopad na soutěž na trhu a na spotřebitele?**

II.2 Vertikální fúze – koordinované účinky

- Fúze vede k usnadnění koordinace na trhu (tacitní, explicitní)
- Test
 - Dosažení podmínek koordinace
 - Sledování odchylek od koordinace
 - Odrazující mechanismus
 - Reakce nezúčastněných subjektů

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Fakta

- Fúze největšího producenta přenosných navigačních zařízení (TomTom s tržním podílem 30-50 %) s největším producentem navigačních map (Tele Atlas s tržním podílem 50-70%)
- Pouze 2 producenti navigačních map - duopol (Tele Atlas, NAVTEQ)
- Navigační mapy jsou nezbytným vstupem pro produkci přenosných navigačních zařízení
- TomTom lídr na trhu v Evropě
- Technologické trhy charakteristické rychlým rozvojem a komplexností - obtížné předpovídat vývoj trhu

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Fakta

- Zařízení TomTom využívali mapy od Tele Atlas
 - Komplementární produkty
- Spojení mělo umožnit integraci map Tele Atlas do zařízení TomTom a zrychlit proces vytváření map a zlepšit jejich kvalitu (argument zvýšení efektivnosti)
- EK se pečlivě zabývala motivy chování spojujícího se subjektu a zřetelně definovala teorie újmy
 - Na základě formálního přístupu by fúze byla považována za velmi problematickou

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Teorie újmy

- Nekoordinované efekty
 - Hlavní obava – omezení přístupu ke vstupům a uzavření trhu konkurentům TomTom na downstream
- Koordinované efekty
 - Zvyšuje se pravděpodobnost dosažení koordinace na trhu?

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Nekoordinované efekty – omezení přístupu ke vstupům

- SCHOPNOST - ne
 - Existuje další konkurenceschopný dodavatel (NAVTEQ)
- MOTIV
 - Tele Atlas by mohl prodávat mapy konkurentům TomTom za vyšší ceny (ztratit část prodejů, ale dosáhnout vyšší marže na ostatních)
 - TomTom by mohl zvýšit cenu, aniž by ztratil zákazníky (jeho konkurenti by měli vyšší náklady)
 - 2 protichůdné efekty
 - Benefit: i) zvýšení ceny vstupu a dosažení vyšší marže, ii) potenciálně vyšší cena a vyšší tržní podíl na *downstream*
 - Ztráta: snížení prodejů na *upstream*
 - Zpracovány modely chování za účelem zjištění, zda by měl spojující se subjekt motivaci zvyšovat náklady konkurentů

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Nekoordinované efekty - omezení přístupu ke vstupům

- MOTIV – ne
 - Marže na *upstream* značně nižší než marže na *downstream* (nasvědčuje motivaci, relativně malé ztráty na upstream)
 - Nízký podíl vstupu na nákladech finálního produktu (i relativně vysoké zvýšení ceny map by mělo relativně nízký dopad na zvýšení nákladů konkurentů)
 - Nízké křížové elasticity na *downstream* (TomTom by získal relativně málo prodejů)
 - Konkurenti na *downstream* měli uzavřeny dlouhodobé kontrakty se stanoveným cenovým vzorcem (ochrana proti zvýšení ceny)
 - Možnost eliminace *double marginalization*
 - Nízké náklady na přechod zákazníků na *upstream*

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Nekoordinované efekty - omezení přístupu k zákazníkům

- Omezení přístupu k dostatečnému množství zákazníků konkurentům na *upstream*
- TomTom byl dlouhodobě exkluzivní zákazník Tele Atlas
- NAVTEQ úspěšný globální hráč

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Koordinované efekty

- *Downstream* - TomTom je lídr
- *Upstream* - duopol, agresivní konkurence
 - Snížení míry konkurence z důvodu koordinace?

II.3 Vertikální fúze - TomTom/Tele Atlas (EK)

Koordinované efekty

- Nepravděpodobné, že fúze povede k tacitní koluzi na *upstream*
 - Nízká transparentnost cen na trhu
 - Relativně malý počet zákazníků, z nichž každý má vysokou hodnotu
 - Nízké mezní náklady
 - Složité koordinovat (geografická či zákaznická segmentace)
 - Rychlé inovace a snižování cen (i přes zvyšování poptávky)
 - Dosavadní agresivní konkurence
 - Argument zvýšení efektivnosti

II.3 Vertikální fúze - vybrané případy ÚOHS

- Eurovia/Tarmac
- UPC/SloanePark
- Český Aeroholding (ČSA/Letiště Praha)

III. Konglomerátní fúze

- Fúze, která nemá horizontální aspekt (stejný relevantní trh), ani vertikální aspekt (vztah dodavatel-odběratel)
- Ve většině případů nejsou tyto fúze problematické
- Soutěžní obava – omezení přístupu k trhu
 - Přenos tržní síly prostřednictvím vázání prodejů (*tying, bundling*) či jiných vylučovacích praktik
- Test stejný jako v případě vertikálních fúzí

III. Konglomerátní fúze - GE/Amersham (EK)

Fakta

- GE mimo jiné producent diagnostických zařízení (zdravotnictví)
- Amersham producent léků používaných ke zlepšení kvality snímků
- Komplementární produkty
- Zákazníci jsou především nemocnice
 - Pořizují oba produkty za účelem poskytování služeb pacientům
- Konglomerátní fúze

III. Konglomerátní fúze - GE/Amersham (EK)

Teorie újmy

- Uzavření trhu - přenos tržní síly - vázáním prodejů (*tying, bundling*)
 - *Mixed bundling*
 - Balíček produktů prodáváný se slevou
 - Technický *tying*
 - Kompatibilita vlastních produktů, inkompatibilita vůči ostatním

III. Konglomerátní fúze - GE/Amersham (EK)

Mixed bundling

- Ani jeden subjekt nemá dostatečně silnou tržní pozici (EEA)
 - Vázání zmíněných produktů nebylo zákazníky požadováno
 - Rozdíly ve vypisování tendrů na uvedené produkty
 - Nemocnice u obou produktů upřednostňují spíše kvalitu než cenu
 - Existence konkurentů, kteří by mohli použít obdobnou strategii
 - Nízké bariéry vstupu
-
- Závěr: implementace strategie by nevedla k uzavření trhu konkurentům

III. Konglomerátní fúze - GE/Amersham (EK)

Technický *tying*

- De facto neexistuje možnost technologického a exkluzivního propojení mezi uvedenými produkty
- Neexistuje problém interoperability a nelze jej očekávat ani v budoucnu (zákazníci, konkurenti)
- Nejednalo by se o optimální strategii, spojující se subjekt by ztratil část instalované zákaznické báze
- Závěr: negativní dopad na soutěž je nepravděpodobný

Shrnutí

- Nehorizontální fúze jsou výrazně méně problematické než horizontální fúze
- Vertikální fúze mají značný potenciál zvýšení efektivity
- Soutěžní obavou je především přenos tržní síly a uzavření přístupu na trh
- Schopnost uzavřít přístup na trh mohou mít jen podniky s významnou tržní silou

Děkuji Vám za pozornost.

Milan Brouček

milan.broucek@antimon.gov.sk

Daniel Donath

ddonath@crai.co.uk