

Wykorzystanie metod ilościowych w postępowaniach antymonopolowych z zakresu kontroli koncentracji

Porównanie praktyki polskiego i brytyjskiego
organu antymonopolowego

Justyna Matuszczak-Piasta

Comper Fornalczyk i Wspólnicy sp. j.

Konferencja CARS i UOKiK

Warszawa, 14.10.2015 r.

Ekonomizacja prawa ochrony konkurencji

- Badania i analizy
 - pozycja i siła rynkowa
 - warunki rynkowe i otoczenie konkurencyjne
- Metody ilościowe
 - nadużywanie pozycji dominującej
 - kontrola koncentracji
- Analiza antymonopolowa
 - wyznaczanie rynków właściwych
 - analiza skutków działań rynkowych

Zakres analizy

- Kontrola koncentracji (07.2013-07.2015)
 - Decyzje Prezesa UOKiK
 - 323 decyzje
 - 52 z uzasadnieniem (16%)
 - Decyzje brytyjskiego organu (CMA, OFT, CC)
 - 132 decyzje
 - 119 w fazie I, 13 w fazie II
 - 116 z uzasadnieniem (88%)

Decyzje Prezesa UOKiK

- Opis działalności uczestników transakcji
- Zaczerpnięcie definicji
 - z orzecznictwa Komisji Europejskiej
 - z wcześniejszych decyzji Prezesa UOKiK
 - z praktyki innych organów ochrony konkurencji
- Regulacje prawne
- Ankietowanie innych uczestników rynku
 - odpowiednia interpretacja informacji!
- Raporty branżowe

Decyzje Prezesa UOKiK

- Metody ilościowe
 - analiza struktury rynku w czasie
 - wykorzystanie mocy produkcyjnych
 - analiza cenowa
 - znaczenie importu i eksportu
 - koszty transportu
 - faktyczny zasięg sprzedaży

Decyzje CMA

- Przed 1 kwietnia 2014 r. Office of Fair Trading i Competition Commission
- Dobrowolny charakter zgłoszenia
- Kontrola z urzędu
- Postępowania dwuetapowe
 - faza I: ocena wstępna
 - faza II: sprawy skomplikowane

Decyzje CMA – Faza I

- Opis działalności uczestników koncentracji
- Test SSNiP
- Zaczerpnięcie definicji
 - z orzecznictwa Komisji Europejskiej
 - z wcześniejszych decyzji CMA (OFT i CC)
- Dokumenty wewnętrzne stron
- Regulacje prawne
- Raporty branżowe (w tym raporty CC)
- Ankietowanie innych uczestników rynku
(ang. *market investigation/market testing*)
- Analiza informacji od stron trzecich
(ang. *third parties views/third parties evidence*)

Decyzje CMA – Faza I

- Metody ilościowe:
 - analiza struktury rynku w czasie
 - analiza cenowa
 - faktyczny zasięg sprzedaży

Decyzje CMA – Faza II

- Sprawa Cineworld/City Screen
 - wyznaczanie rynków właściwych
 - 21 797 ankiet i 345 rozmów telefonicznych
 - szczegółowe badanie rynku
 - test SSNiP
 - analiza cenowa (model ekonometryczny) – faktyczny wpływ lokalnej konkurencji na ceny
 - szczegółowe badanie możliwości wejścia na rynek
 - historia wejść
 - bariery wejścia
 - potencjalna presja konkurencyjna

Decyzje CMA – Faza II

- Sprawa Optimax Clinics/Ultralase
 - geograficzny zasięg rynku – faktyczny zasięg sprzedaży usług
 - badanie stanu konkurencji na rynku
 - badanie efektów lokalnej konkurencji (analiza PCA – model ekonometryczny)
 - zmienna objaśniana – cena usług okulistycznych
 - szczegółowe dane dotyczące
 - pacjentów
 - wszystkich klinik (rynku)
 - lokalnej konkurencji
 - zmienne kontrolne

Źródła danych

- Uczestnicy koncentracji
- Niezależne źródła
 - raporty branżowe
 - badania rynku
- Inni uczestnicy rynku
 - badania ankietowe

Zakres danych

- Dane od uczestników koncentracji
 - wartość i wielkość sprzedaży
 - moce produkcyjne
 - szczegółowe dane cenowe
 - informacje o rynku
 - informacje o odbiorcach
 - bariery wejścia na rynek
 - historia wejść i wyjść z rynku
 - dane szacunkowe
 - wielkość i wartość rynku
 - produkcja i konsumpcja
 - import i eksport

Zakres danych

- Dane z innych źródeł
 - dane cenowe
 - stopień dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia
 - realna możliwość zmiany dostawcy
 - bariery dla zmiany źródła zaopatrzenia
 - moce produkcyjne
 - zwyczaje i preferencje odbiorców/konsumentów
 - dane ekonomiczno-socjologiczne dotyczące regionu

Konkluzje

- Różnice w wykorzystaniu metod ilościowych
 - Prezes UOKiK – podstawowe narzędzia
 - CMA – narzędzia podstawowe i zaawansowane
- Zakres informacji pozyskiwanych na potrzeby postępowania
- Czasochłonność prowadzonych analiz
 - postępowania dwuetapowe
 - liczba rozpatrywanych spraw

Dziękuję za uwagę