

Инструменти за сравнение на цените и ценова прозрачност в цифровия сектор

Ползи за потребителите. Въздействие върху доставчиците и общ ефект върху конкуренцията

Иво Емануилов, LL.M
Научен сътрудник, KU Leuven
Асоцииран експерт, Фондация ЛИБРе

<http://www.constantproject.eu>

-
- Ценова прозрачност и конкурентноправни проблеми в електронната търговия
 - Инструменти за сравнение на цените



Ценова прозрачност и конкурентноправни проблеми в електронната търговия

Изводи от Окончателния доклад относно проучването в сектора на електронната търговия



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (1)



- Проучването в сектора на електронната търговия е част от стратегията за цифровия единен пазар
- Електронната търговия в ЕС нараства непрекъснато през последните години
- Проучването в сектора на електронната търговия позволи на ЕК да получи представа за преобладаващите пазарни тенденции и да събере доказателства за пречките пред конкуренцията, свързани с разрастването на електронната търговия



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (2)



■ Потребителски стоки

- Разрастването на електронната търговия през последното десетилетие е оказало значително въздействие върху дистрибуторските стратегии на дружествата и върху поведението на потребителите
- **Прозрачността на цените** се е увеличила с онлайн търговията
- Потребителите вече могат незабавно да получат и да сравнят онлайн информация за продуктите и цените и бързо да се прехвърлят от един канал (онлайн/офлайн) към друг
- Макар това да позволява на потребителите да открият най-добрите оферти онлайн, то може да доведе и до паразитизъм (free-riding): потребителите могат да използват предпродажбените услуги на традиционните магазини, а след това да закупят продукта онлайн; другата алтернатива е потребителите да търсят и сравняват продуктите онлайн, а след това да ги закупят в традиционните магазини
- Преодоляването на паразитизма и запазването на стимулите за търговците на дребно да инвестират във висококачествени услуги посредством създаването на равнопоставени условия на конкуренция между онлайн и офлайн търговията са решаващи съображения както за производителите, така и за търговците на дребно



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (3)

Потребителски стоки

- Възможността да се сравняват цените на продуктите в няколко онлайн магазина на дребно води до по-голяма **ценова конкуренция**, засягаща както онлайн, така и офлайн продажбите
- Въпреки че тази повишена ценова конкуренция има благоприятни последици за потребителите, тя може да окаже влияние и върху други параметри на конкуренцията, като например качество, търговска марка и иновации
- Въпреки че цената е ключов параметър на конкуренцията между търговците на дребно, качеството, имиджът на търговската марка и иновациите са важни в конкуренцията между марките
- Насърчаването на иновациите и качеството, както и упражняването на контрол върху имиджа и позиционирането на търговската марка, са от голямо значение за повечето производители, за да могат да гарантират жизнеспособността на своята стопанска дейност в средносрочен до дългосрочен план



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (4)



■ Потребителски стоки

- По-голямата прозрачност на цените дава възможност на дружествата да наблюдават по-лесно своите цени
- По-голямата част от търговците на дребно следят онлайн цените на конкурентите
- Две трети от тях използват автоматични софтуерни програми, които адаптират техните собствени цени въз основа на наблюдаваните цени на конкурентите
- С ценовия софтуер откриването на отклонения от „препоръчителните“ цени на дребно става за секунди и производителите все по-често могат да наблюдават и да оказват влияние върху определянето на цените от страна на търговците на дребно
- Наличността на ценова информация в реално време може също така да предизвика автоматизирано ценово координиране. Широкото използване на такива софтуери може в някои случаи, в зависимост от условията на пазара, да породи опасения за конкуренцията



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (5)



■ Потребителски стоки

- Алтернативните модели за онлайн дистрибуция, като онлайн пазарните платформи, са улеснили достъпа на търговците на дребно до клиентите.
- Малките търговци на дребно могат с ограничени инвестиции и усилия да станат видими и да продават продукти на голям кръг от клиенти и в няколко държави членки чрез платформи на трети страни.
- Това обаче може да влезе в противоречие със стратегиите за дистрибуция и за търговска марка на производителите



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (6)



■ Потребителски стоки

- Тези пазарни тенденции оказват значително влияние върху стратегиите за дистрибуция и ценообразуване както на производителите, така и на търговците на дребно
- Като реакция на повишената ценова прозрачност и ценовата конкуренция, производителите се стремят към по-голям контрол върху дистрибуторските мрежи, за да могат да контролират по-добре цените и качеството
- Това води до засилено присъствие на производителите в сектора на търговията на дребно и по-често прибегване до споразумения или съгласувани практики между производителите и търговците на дребно („вертикални ограничения“), засягащи конкуренцията сред търговците на дребно, които продават същата марка („конкуренция в рамките на една марка“)



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (7)



■ Потребителски стоки - тенденции

- Голяма част от производителите са решили да продават продуктите си пряко на потребителите чрез онлайн магазини за продажба на дребно, като по този начин се конкурират във все по-голяма степен със своите собствени независими дистрибутори
- Широко използване на „селективни дистрибуторски системи“, при които производителите определят критериите, които търговците на дребно трябва да изпълнят, за да станат част от дистрибуторската мрежа, и при които са забранени всякакви продажби на неоторизирани търговци на дребно
- Член 1, буква д) от Регламента за групово освобождаване на вертикални споразумения („РГОВС“); Регламент (ЕС) No 330/2010 на Комисията от 20 април 2010 г. за прилагането на член 101, параграф 3 от ДФЕС относно категориите вертикални споразумения и съгласувани практики: *„Дистрибуторска система, в която доставчикът предприема продажба на договорните стоки или услуги, било пряко или косвено, само на дистрибутори, избрани въз основа на определени критерии, и в която тези дистрибутори не могат да продават такива стоки или услуги на неоторизирани дистрибутори на територията, на която доставчикът е решил да прилага тази система“*
- Увеличено използване на вертикални ограничения, които позволяват засилен контрол върху дистрибуцията на продуктите



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (8)



Цифрово съдържание

- Онлайн предаването (т.е. възможността за онлайн достъп на потребителите до цифрово съдържание) е променило начина, по който се осъществяват достъпът и потреблението на цифрово съдържание, като се предоставят нови възможности за стопанска дейност както за установените оператори, така и за новите участници.
- Онлайн предаването насърчава иновациите и експериментирането на пазарите за цифрово съдържание, което води до голямо разнообразие от нови услуги и бизнес модели
- Ключовият определящ фактор за конкуренцията на пазарите за цифрово съдържание е наличността на съответните права
- Онлайн предаването на цифрово съдържание, защитено с авторски права, изисква придобиването на права за законна търговия със съдържанието
- С течение на времето са се развили сложни лицензионни практики, които отразяват желанието на носителите на права да използват пълноценно правата, които притежават, и необходимостта на доставчиците на цифрово съдържание да запазят конкурентоспособността си, като предлагат привлекателно съдържание



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (9)



Цифрово съдържание

- Три основни елемента по отношение на обхвата на правата, които обикновено се използват в лицензионните споразумения:
 - Технологии и права на ползване
 - Права, свързани с пускане на продукта на пазара и времетраене
 - Географски права



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (10)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

■ Селективна дистрибуция

- Регламентът за групово освобождаване на вертикални споразумения („РГОВС“) освобождава споразуменията за качествена и количествена селективна дистрибуция от забраната по член 101, параграф 1 от ДФЕС, при условие че пазарните дялове както на доставчика, така и на купувача, не надхвърлят 30 %
- Селективната дистрибуция може да улесни изпълнението и наблюдението на определени вертикални ограничения, които биха могли да породят опасения за конкуренцията и трябва да бъдат подложени на контрол
- Пример: повече от половината от производителите изискват, в своите споразумения за селективна дистрибуция, поне за част от своите продукти, търговците на дребно да използват традиционен магазин, като по този начин от дистрибуцията на съответните продукти се изключват участниците, които осъществяват дейност само онлайн



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (11)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн - Ценови ограничения и препоръки
 - Производителите следва да не предприемат никакви действия, които засягат свободата на търговците на дребно да определят своите крайни цени за клиентите, като предложат препоръчителна продажна цена или максимална цена на дребно, равна на минимална или фиксирана цена.
 - Споразумения, в които се определят минимална или фиксирана препродажна цена или диапазон на цените на препродажба („поддържане на препродажната цена“), представляват ограничаване на конкуренцията като цел по силата на член 101, параграф 1 от ДФЕС и твърдо установено ограничение по смисъла на член 4, буква а) от РГОВС (*SPRL Louis Erauw-Jacquery срещу La Hesbignonne SC, 27/87, EU:C:1988:183, точка 15*)



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (12)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн - Ценови ограничения и препоръки
 - Практиката на препоръчване на цена на препродажба или изискваща от търговеца на дребно да спазва максимална цена на препродажба е освободена от РГОВС при условие, че праговете за пазарните дялове, определени в посочения регламент, не са надвишени, и че препоръката не се равнява на минимална или фиксирана препродажна цена в резултат на заплахи, натиск или стимули
 - Както производителите, така и търговците на дребно често следят цените на дребно онлайн, често чрез ценови софтуер. В резултат на това сега е по-лесно да бъдат откривани отклонения от препоръките за ценообразуването на производителите.
 - Нарасналата онлайн ценова прозрачност може също така да улесни или засили тайните споразумения в ущърб на трета страна между търговците на дребно, като спомогне за разкриването на отклоненията от тайното споразумение



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн - Ценови ограничения и препоръки
 - Критики спрямо двойното ценообразуване - забрана на производителите да начисляват различни цени на едро за едни и същи продукти за един и същ търговец на дребно (хибриден търговец) в зависимост от това дали продуктите са предназначени за продажба онлайн или офлайн
 - Двойното ценообразуване за един и същи (хибриден) търговец обикновено се счита за твърдо установено ограничение съгласно РГОВС
 - Възможност за освобождаване на споразуменията за двойно ценообразуване съгласно член 101, параграф 3 от ДФЕС на индивидуална основа, например когато споразумение за двойно ценообразуване би било необходимо за справяне с проблема на паразитизма



Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн – Ограничения върху продажбите на онлайн пазарни платформи
 - Значението на пазарните платформи като канал за продажби варира значително в зависимост от големината на търговците на дребно, засегнатите държави членки и засегнатите продуктови категории
 - Забраните на пазарни платформи обикновено не представляват de facto забрана на продажби онлайн или не ограничават ефективното използване на интернет като канал за продажби, независимо от засегнатите пазари
 - (Абсолютните) забрани на пазарни платформи не следва да се считат за твърдо установени ограничения по смисъла на член 4, буква б) и член 4, буква в) от РГОВС



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (15)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн – Географски ограничения за продажбата и рекламирането онлайн
 - Блокиране на географски принцип – отлики от мерките за „филтриране на географски принцип“, т.е. търговски практики, при които онлайн търговците на дребно позволяват на потребителите да имат достъп до и да купуват стоки или услуги зад граница, но предлагат различни срокове и/или условия, ако клиентът е в друга държава членка
 - Мерките за блокиране на географски принцип въз основа на едностранни решения на дружества, които нямат господстващо положение, попадат извън обхвата на член 101 от ДФЕС, докато мерките за блокиране на географски принцип въз основа на споразумения или съгласувани практики между различни предприятия могат да попаднат в обхвата на член 101 от ДФЕС



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (16)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн – Географски ограничения за продажбата и рекламирането онлайн
 - СЕС: споразумения или съгласувани практики, насочени към разделяне на пазарите според националните граници или които правят по-трудна взаимната свързаност на националните пазари, по-специално тези, които целят да забранят или да ограничат паралелния износ, имат за своя цел ограничаването на конкуренцията съгласно член 101, параграф 1 от ДФЕС (Établissements Consten S.à.R.L. and Grundig-Verkaufs-GmbH срещу Комисия на Европейската икономическа общност, 56/64 и 58/64 и решение Football Association Premier League и др., C-403/08 и C-429/08, EU:C:2011:631, т. 139)
 - Договорните ограничения на територията, на която дистрибуторът може да продава съответните стоки, по принцип се считат за твърдо установено ограничение на конкуренцията по силата на РГОВС, с ограничен брой изключения



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (17)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Ограничения върху продажбата и рекламирането онлайн – Географски ограничения за продажбата и рекламирането онлайн
 - Териториалните ограничения на възможността търговците на дребно да продават активно и пасивно на клиенти извън тяхната държава членка също могат да породят опасения



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (18)



■ Опасения за конкуренцията – потребителски стоки

- Използване на данни в областта на е-търговията
 - Данните – ценен актив, а анализирането им - източник на значителни ползи под формата на по-качествени продукти и услуги
 - Обменът на чувствителна от гледна точка на конкуренцията информация, като например касаеща цените и продадените количества, между пазарните платформи и трети лица — продавачи, или между производители със собствени магазини и търговци на дребно, може да доведе до проблеми за конкуренцията, когато едни и същи участници се конкурират пряко за продажбата на определени продукти или услуги



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (19)



- **Опасения за конкуренцията – цифрово съдържание – обхват на лицензирани права**
 - Един от определящите фактори за конкуренцията на пазарите за цифрово съдържание е достъпът до лицензионни права за съдържанието, и по-специално за привлекателно съдържание
 - Основни проблеми: определени договорни ограничения в лицензионните споразумения
 - Обхват на лицензираните права – носителите на права имат склонност да ги подразделят на няколко компонента и да лицензират част или всички тях на различни доставчици на съдържание в различни държави членки; често се среща и групирането на права върху технологии
 - Групирането на права за онлайн предаване с права за други технологии за предаване защитава изключителните права за продукт с цифрово съдържание и по този начин предоставя на един-единствен доставчик на съдържание възможността да ги използва във връзка със същия продукт
 - Групирането на онлайн права обаче може да попречи на действащи и новонавлизащи оператори да се конкурират и да разработват нови новаторски услуги, което на свой ред може да ограничи избора на потребителя



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (20)



- Опасения за конкуренцията – цифрово съдържание – териториални ограничения и продължителност на лицензионните споразумения
 - Онлайн правата до голяма степен се лицензират на национална основа или за територията на ограничен брой държави членки с общ език
 - Продължителността на лицензионните споразумения, заедно с техния технологичен и териториален обхват, е съществен елемент от лицензирането на права
 - Фактът, че страните често решават да сключат отново договор или да подновят или удължат действащите лицензионни споразумения вместо да сключват договори с нови страни, може да затрудни навлизането на нови участници на пазара



Окончателен доклад относно проучването в сектора на електронната търговия (21)



- **Опасения за конкуренцията – цифрово съдържание – платежни структури и показатели**
 - Докато платежните структури за съдържание, което не се числи към високия клас (като например новинарски или нехудожествени телевизионни филми), се различават значително, носителите на права, лицензиращи привлекателно съдържание, са склонни да използват платежни структури, като например авансови плащания и минимални гаранции и фиксирани такси за всеки продукт, независимо от броя на ползвателите
 - При всяко оценяване на някои лицензионни практики по правилата на ЕС за конкуренция трябва да се вземат предвид особеностите на пазара на съдържание, правният и икономически контекст на лицензионната практика и/или характеристиките на съответните продуктови и географски пазари



Инструменти за сравнение на цените

Изводи от проучването на СМА (УК)



- Имат за цел да помогнат на потребителите чрез обединяване на редица продукти или услуги, предлагайки различни начини да им помогнат да избират между опциите и понякога да правят поръчки за покупки или да изберат друг доставчик
- Две предимства:
 - Спестяват време и усилия, като търсят и сравняват по-лесно и по-привлекателно, особено за домакинските услуги, които често са сложни и не са особено интересни за хората.
 - Насърчават доставчиците да се конкурират, за да осигурят по-ниски цени и по-добър избор на потребителите



Договорни ограничения

- Широка MFN клауза - забранява на доставчика да предлага по-евтино своите продукти на собствения си уебсайт или на друг ИСЦ – намаляват стимулите за ИСЦ да се конкурират и да създават иновативни продукти
- Тясна MFN клауза - забранява на доставчика да предлага по-евтино своите продукти на своя уебсайт, но му позволява да го направи чрез други ИСЦ / канали за продажба - могат да навредят на конкуренцията чрез намаляване / премахване на конкуренцията от собствения уебсайт на доставчика
- Ограничения за поставяне на реклами в Google Search - опасения за конкуренцията, тъй като някои споразумения между ИСЦ и доставчиците - особено в сектора на широкополетовите услуги - ограничават способността на доставчиците да рекламират на търсачката на Google
- Non-resolicitation клауза - забраняват на ИСЦ да се свърже с клиент, който е закупил продуктите на доставчика от този ДСТ, по отношение на същия продукт, за определен период от време - могат да намалят конкуренцията между доставчиците и да намалят иновациите при ИСЦ





Благодарим за вниманието!



Legal notice: The contents of this presentation are the sole responsibility of the authors and the implementing beneficiary - LIBRe Foundation, and can in no way be taken to reflect the views of the European Commission. More information for LIBRe Foundation or contact details, can be found at <http://libresearchgroup.org>