

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

MARGIN/PRICE SQUEEZE
“ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΘΕΩΡΙΑΣ & ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ
ΣΥΜΠΙΕΣΗΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ”

ΣΑΚΚΑ ΣΟΦΙΑ

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Σεπτέμβριος 2016

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN
ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY

MARGIN/PRICE SQUEEZE
“THEORY & CASES APPROACH”

By
SAKKA SOFIA

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, Greece, September 2016

*Στον σύζυγό μου Νίκο
& στον θείο μου Θανάση
μία σπάνια ευγενική ψυχή
που “έφυγε” νωρίς.*

Ευχαριστίες

Μετά την ολοκλήρωση των προσπαθειών για τη συγγραφή της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας και στην αρχή της δομικής της σύνταξης της είναι η στιγμή των ευχαριστιών των ατόμων που συνέβαλλαν με τη ψυχολογική και την ακαδημαϊκή τους υποστήριξη να ολοκληρώσω την προσπάθεια μου αυτήν.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Δημήτριο Γιαννέλη για την ευκαιρία που μου έδωσε να συνεργαστώ μαζί του και να διευρύνω τόσο τους ορίζοντες μου, όσο και την ακαδημαϊκή μου εκπαίδευση. Η συμβολή του στην εκπόνηση ήταν καταλυτική καθ' όλη τη διάρκειά της, τόσο σε επιστημονικό όσο και σε συμβουλευτικό επίπεδο.

Εν συνέχεια, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς και το σύζυγο μου στην συναισθηματική υποστήριξη αυτού του εγχειρήματος. Ένα μεγάλο «ευχαριστώ» στους γονείς που με άντεξαν και με στήριξαν σε όλη αυτή τη διάρκεια, στις κυκλοθυμικές μεταπτώσεις μου, στις «γκρίνιες» και στην μετά ωρών επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάστηκαν για την ολοκλήρωση αυτής της μεταπτυχιακής. Φυσικά, τη σκυτάλη αυτής της ψυχολογικής στήριξης κι ανοχής ανέλαβε ο Νίκος, που με στηρίζει κι με ωθεί να μη ξεχνώ τα όνειρα μου κι να μην αφήνω τα εμπόδια να σταματήσουν.

Εν κατακλείδι, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους Καθηγητές μου στο παρόν μεταπτυχιακό πρόγραμμα για τα πνευματικά και εκπαιδευτικά εφόδια, αναφορικά με την οικονομική και επιχειρησιακή στρατηγική και το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον.

MARGIN/PRICE SQUEEZE “ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΘΕΩΡΙΑΣ & ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΣΥΜΠΙΕΣΗΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ”

Σημαντικοί όροι: Συμπίεση Περιθωρίου Κέρδους, Margin/Price Squeeze, Πολιτική Ανταγωνισμού, Δίκαιο Ανταγωνισμού, Μεθοδολογία

Περίληψη

Η Πολιτική Ανταγωνισμού και το Δίκαιο του Ανταγωνισμού έχει απασχολήσει εντόνως τον τελευταίο μισό αιώνα τόσο τον ακαδημαϊκό χώρο όσο και την πολιτική και νομική προσέγγιση διάφορων χωρών κι ενώσεων χωρών. Στην παρούσα μεταπτυχιακή εργασία προσεγγίζεται η Πολιτική Ανταγωνισμού και η θεωρία αυτής, η μεθοδολογία κι η ιστορική αναδρομή της.

Επικεντρώνεται κυρίως στην παρουσίαση της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, καθώς και στην παρουσίαση διάφορων μοντέλων, που χρησιμοποιούν οι ρυθμιστικές αρχές κι δικαστήρια των χωρών για την διαπίστωση ύπαρξης αυτής. Επίσης, παρουσιάζονται διάφορες εκδικασμένες περιπτώσεις υποθέσεων συμπίεσης περιθωρίου κέρδους σε διάφορες χώρες και τα συμπεράσματα αυτών.

Η παρούσα εργασία συγκεντρώνοντας σε έναν τόμο τη θεωρία της Πολιτικής Ανταγωνισμού εν γένει, και επικεντρώνοντας στη συμπίεση περιθωρίου κέρδους, καθώς και τις εκφάνσεις της μέσα στον χρόνο μπορεί να θεωρηθεί ένα εργαλείο για οποιονδήποτε θελήσει να μελετήσει σε μεγαλύτερο βάθος την Πολιτική Ανταγωνισμού στον τομέα της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και μία βάση κατανόησης για κάθε μελλοντική εμπορική, οικονομική, ακόμα κι πολιτική εξέλιξη.

Τέλος, διάγοντας την εποχή της μετανεωτερικότητας έχει γίνει εμφανής η χρησιμότητα των επιστημόνων ή όπως αποκαλούνται στο χώρο της πολιτικής, των τεχνοκρατών, στο να ερμηνεύονται σε θεσμικό επίπεδο εξειδικευμένα επιστημονικά θέματα τα οποία μέσω θεσμικών οργάνων θα αποτελέσουν τη βάση των μελλοντικών κανονιστικών πλαισίων εντός των οποίων θα πορευθεί μία υγιής Πολιτική Ανταγωνισμού. Το θέμα της παρούσας εργασίας και με βάση την ιστορική βαρύτητα του ανταγωνισμού στα οικονομικά από τους κλασσικούς στοχαστές έως και σήμερα, θα αποτελέσει στο μέλλον σημείο αναφοράς στην αντιμετώπιση

της καταχρήσεως της οικονομικής ισχύος στο σύγχρονο καπιταλιστικό σύστημα από τις ρυθμιστικές αρχές είτε διεθνών οργανισμών είτε θεσμικών υποκειμένων του κάθε κράτους χωριστά.

MARGIN/PRICE SQUEEZE “THEORY & CASES APPROACH”

Keywords: Margin/Price Squeeze, Competition Policy, Competition Law, Methodology

Abstract

Competition Policy and Competition Law have considerable received over the past half century academic, political and legal approach for various countries and international constitutions and unions. In this approach Competition Policy and its theory, methodology and history.

This approach focuses mainly on the presentation of margin / price squeeze practice, and the presentation of various models used by regulatory authorities and national courts of countries for detection of such violations of Competition Law. Also, several cases of margin/price squeeze in various countries and their conclusions are presented.

This paper using the theory of Competition Policy in general and focusing on margin/price squeeze and its aspects through time combined, can be considered a tool for anyone who wants to study in greater depth the Competition Policy in the field of margin/price squeeze and a basis for understanding any future commercial, economic, even political development.

Finally, in the era of postmodernity, has become evident the usefulness of scientists or as they are called in the political arena, technocrats, to interpret specialized scientific issues at institutional level, which through state or international institutions will form the basis of future regulatory frameworks for a legit Competition Policy continuum. The subject of this study and regarding the historical importance of competition in economics from the classical thinkers until today will be the future benchmark in addressing the abuse of economic power in modern capitalism by the regulatory authorities of international organizations or institutions subordinate each State separately.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	ix
Abstract.....	xi
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	xvii
Κεφάλαιο 1 ^ο : Πολιτική Ανταγωνισμού.....	1
1.1 Εισαγωγή.....	1
1.2 Ιστορική Αναδρομή Της Πολιτικής Ανταγωνισμού.....	2
1.2.1 Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Η.Π.Α.)	3
1.2.2 Ευρώπη	5
1.2.2.1 Ηνωμένο Βασίλειο.....	6
1.2.2.2 Γαλλία.....	7
1.2.2.3 Γερμανία.....	8
1.2.2.4 Ελλάδα.....	9
1.2.3 Αυστραλία.....	11
1.3 Σύγχρονη Πολιτική Ανταγωνισμού	11
1.3.1 Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Η.Π.Α.)	12
1.3.2 Ευρώπη.....	12
1.3.3 Αυστραλία.....	13
1.3.4 Κίνα.....	14
1.4 Ανακεφαλαίωση.....	16
Κεφάλαιο 2 ^ο : Βασικές Έννοιες Πολιτικής Ανταγωνισμού.....	17

2.1 Εισαγωγή.....	3
2.2 Δεσπόζουσα Θέση	17
2.3 Essential Facilities	19
2.4 Τύποι Καταχρηστικών Πρακτικών	22
2.5 Συμπίεση Περιθωρίου Τιμών (Margin/Price Squeeze)	27
2.6 Προσεγγίσεις Συμπίεσης Περιθωρίου Τιμών	28
2.6.1 Είδη.....	29
2.6.2 Κίνητρα	31
2.6.3 Νομικές & Οικονομικές Συνθήκες	32
2.6.4 Θεωρητική Αντιμετώπιση της Συμπίεσης Περιθωρίου Κέρδους	34
2.6.5 Σύγκριση Συμπίεσης Περιθωρίου Κέρδους με άλλες Παραβάσεις	35
2.7 Ανακεφαλαίωση	38
Κεφάλαιο 3 ^ο : Μεθοδολογίες Πολιτικής Ανταγωνισμού.....	39
3.1 Εισαγωγή	39
3.2 Σχετική Αγορά	39
3.3 Εκτίμηση Οικονομικής Ισχύς	42
3.4 Εξέταση Επιπτώσεων	43
3.5 Έλεγχοι Για Συμπίεση Περιθωρίου Κέρδους	44
3.5.1 Υπό Καθεστώς Πλήρους Ρύθμισης	46
3.5.2 Υπό Καθεστώς Μερικής Ρύθμισης.....	47

3.5.3	Υπό Ελεύθερο Καθεστώς.....	48
3.5.4	Παράδειγμα σε Τηλεπικοινωνίες.....	50
3.5.4.1	Διάρκεια Και Κόστη	50
3.5.4.2	Ισοδύναμα Αποδοτικός Πάροχος (EEO)	51
3.5.4.3	Εύλογα Αποδοτικός Πάροχος (REO)	52
3.5.5	Μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz στην Ενσύρματη Τηλεφωνία	53
3.5.6	Efficient Component Price Rule (ECPR)	56
3.6	Ανακεφαλαίωση	58
Κεφάλαιο 4 ^ο : Υποθέσεις Συμπίεσης Περιθωρίου Κέρδους.....		59
4.1	Εισαγωγή	59
4.2	Υπόθεση 1975-1976: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά National Carbonizing Company	60
4.3	Υπόθεση 1988: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά British Sugar Company (BS)	61
4.4	Υπόθεση 1997-2000: Καταγγελία της Industrie des Poudres Sphériques SA κατά Pechiney Electro Metallurgie	62
4.5	Υπόθεση 1996-2003: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Deutsche Telekom AG	62
4.6	Υπόθεση 2002: Εθνικές Βρετανικές Αρχές κατά BSkyB	63
4.7	Υπόθεση 2003: Εθνικές Βρετανικές Αρχές κατά British Telecom (BT) ...	64
4.8	Υπόθεση 2001-2003: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Wanadoo Interactive...65	
4.9	Υπόθεση 2006-2007: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Telefónica	65

4.10 Υπόθεση 2004-2007: EETT κατά Ο.Τ.Ε.	67
4.11 Υπόθεση 2003-2009: LinkLine Communications, INC. κατά Pacific Bell Telephone CO. και DBA AT&T California	68
4.12 Υπόθεση 2009: Επιτροπή Εμπορίου Νέας Ζηλανδίας κατά Telecom Mobile Ltd	69
4.13 Ανακεφαλαίωση	69
Κεφάλαιο 5 ^ο : Εναλλακτική Προσέγγιση Μοντέλου Wolfgang, Gotz & Schwarz	71
5.1 Εισαγωγή	71
5.2 Προσωπική Προσέγγιση στο Μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz	71
5.3 Ανακεφαλαίωση	75
Συμπεράσματα.....	77
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	79

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 2.1: Διαγραμματική Απεικόνιση Οριακού, Μέσου Συνολικού, Μέσου Μεταβλητού και Μέσου Σταθερού Κόστους	24
Διάγραμμα 2.2: Διαγραμματική Απεικόνιση Ανάντης / Κατάντης αγοράς	29
Διάγραμμα 2.3: Διαγραμματική Απεικόνιση Σχέσεως $P_1 < P_2$	30
Διάγραμμα 2.4: Διαγραμματική Απεικόνιση Αντίστροφης Σχέσεως Ανάντης/Κατάντης Αγοράς	31
Διάγραμμα 3.1: Διαγραμματική Απεικόνιση Upstream & Downstream Αγορών	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

1.1 Εισαγωγή

Οι αγορές επιδιώκουν το βέλτιστο κοινωνικό πλεόνασμα και την όσο δυνατόν αποτελεσματικότερη κατανομή των πόρων τους. Η κοινωνική ευημερία των πολιτών συνδέεται τόσο με τον ρυθμό ανάπτυξης των αγορών, όσο και με την αποτελεσματικότητα τους. Κατά κύριο λόγο - στηριζόμενοι στο θεωρητική ανάλυση- η επίτευξη αυτή επιτυγχάνεται στις πλήρως ανταγωνιστικές αγορές και επί της ουσίας, στην απουσία μονοπωλιακών δυνάμεων. Ωστόσο, η ύπαρξη μονοπωλίων δεν δημιουργεί προβλήματα εξ' ορισμού, αλλά από τη στιγμή που εκπληρώνεται η κατάχρηση της μονοπωλιακής τους δύναμης, γεγονός που μπορεί να πραγματοποιηθεί και σε περιπτώσεις ελεύθερου ανταγωνισμού όπου υπάρχει ηγήτωρ επιχείρηση με τάσεις καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσης.

Η αναγκαιότητα της συνεργασίας των παραγόντων για την κατανομή των πόρων, καθώς και η ισορροπία των δυνάμεων της αγοράς, για την βελτιστοποίηση της κοινωνικής ευημερίας - τόσο από την πλευρά του πλεονάσματος των καταναλωτών όσο και του πλεονάσματος των παραγωγών - είναι ιδιαίτερος σημαντική, διότι η ανωτέρω προσπάθεια έρχεται σε σύγκρουση με την εκάστοτε ατομική ωφέλεια και προσωπικό συμφέρον. Ως εκ τούτου, μέσω της συνεργασίας και της ενημέρωσης των πραγματικών προτιμήσεων των ενεργούντων, με τη χρήση της ορθής πληροφόρησης, καθίσταται εφικτή η λειτουργία της αγοράς κι η μη οδήγηση της σε αποτυχία. Οι εσωτερικότητες⁽¹⁾ (διαφοροποίηση του δημόσιου/ιδιωτικού οριακού κέρδους από μη άμεσα εμπλεκόμενους με τις συναλλαγές είτε ως παραγωγοί είτε ως καταναλωτές), οι μονοπωλιακές δυνάμεις, οι ολιγοπωλιακές δυνάμεις και η ελλιπής/ασύμμετρη πληροφόρηση είναι μερικοί μόνο παράγοντες για την μη επίτευξη της ισορροπίας και αύξησης της κοινωνικής ευημερίας. Επιχειρήσεις που επιδιώκουν τη δημιουργία ή συγκέντρωση, μέσω διαφόρων ενεργειών, μονοπωλιακής δύναμης με σκοπό την κατάχρηση της για να πλήξουν τη λειτουργία του ανταγωνισμού, μειώνοντας το πλεόνασμα του καταναλωτή, τίθενται στο επίκεντρο των κρατικών ή μη θεσμών για τον έλεγχο δράσης και λειτουργίας τους.

(1). ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΤΗΤΕΣ: (externalities) Μία επιχείρηση που δεν λαμβάνει υπόψη το κοινωνικό κόστος και παράγει προϊόντα που μολύνουν το περιβάλλον, δημιουργεί κοινωνικό κόστος που δεν αποζημιώνεται σχηματίζοντας αρνητική εσωτερικότητα κι το αντίστροφο.

Εδώ πρέπει να τονισθεί ότι μία μονοπωλιακή δύναμη (καταχρηστική δύναμη), που δεν μειώνει το πλεόνασμα του καταναλωτή, αλλά αντισταθμίζει την δράση της προς όφελος της κοινωνικής ευημερίας δεν αντιμετωπίζεται ως αρνητική και δεν διώκεται. Παράδειγμα τέτοιας κινήσεως, λογίζεται η δράση μίας εταιρίας μονοπωλιακής δράσεως, που χρησιμοποιεί την τεχνογνωσία και τη δύναμη της, για τη δημιουργία νέων προϊόντων και την αύξηση της κοινωνικής ευημερίας μέσω της ανάπτυξης τεχνολογιών πιο φιλικών στο περιβάλλον. Στόχος είναι η διατήρηση του πλεονάσματος του καταναλωτή κι όχι ή διατήρηση της συνάρτησης της κοινωνικής ευημερίας, διότι η συνάρτηση της κοινωνικής ευημερίας παραμένει σταθερή κι όταν μειώνεται η ωφέλεια του καταναλωτή κι αυξάνεται ισόποσα του παραγωγού. Οι θεσμοθετημένοι και μη οργανισμοί, χρησιμοποιώντας τις αρχές Πολιτικής Ανταγωνισμού, θέτουν υπό μελέτη τις διάφορες δράσεις των επιχειρήσεων, υπό το πρίσμα της ωφελείας του καταναλωτή. Οι δράσεις των επιχειρήσεων που δύναται να δημιουργήσουν πλήγμα είναι: α) οι ενέργειες κατάχρησης Κυρίαρχης ή Δεσπόζουσας Θέσης, β) οι εναρμονισμένες ενέργειες μεταξύ εταιρειών και γ) οι συγχωνεύσεις και εξαγορές μεταξύ εταιρειών. Οι ανωτέρω πρακτικές ελέγχονται ως προς την εν δυνάμει αύξηση σε μακροχρόνιο επίπεδο των τιμών ή/και τη μείωση της ποιότητας των προϊόντων, καθώς και την ευρύτερη μείωση της κοινωνικής ευημερίας μέσω της ρυπάνσεως του περιβάλλοντος.

1.2 Ιστορική Αναδρομή Της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Η βιομηχανική επανάσταση αποτέλεσε θεμέλιο λίθο του καπιταλισμού καθώς κι ακρογωνιαίου λίθο του νεοφιλελευθερισμού. Η ραγδαία εξέλιξη, οι οικονομικές κρίσεις, τα δυσμενή αποτελέσματα μετά τους Παγκοσμίου Πολέμους και τη μεγάλη βιομηχανική ανάπτυξη, οδήγησαν στη δημιουργία μεγάλων μονοπωλιακών δυνάμεων, με μεγάλη οικονομική ισχύ, έχοντας αρνητικές επιπτώσεις στους καταναλωτές.

Η κάθε χώρα σταδιακά κλήθηκε να επέμβει στην καταστρατήγηση των μονοπωλιακών αρνητικών επιπτώσεων στην κοινωνία, καθώς και στη δημιουργία νομοθεσιών και μεθοδολογιών για την αντιμετώπιση, τον έλεγχο και τη πρόληψη παρόμοιων συμπεριφορών. Υπάρχει μία διαφορετική εξέλιξη ανάμεσα στην γηραιά ήπειρο και στις «νέες» χώρες, ωστόσο όλοι σταδιακά συγκλίνουν σε κοινές συμπεριφορές και νομοθεσίες. Ακολούθως θα αναπτυχθούν οι ιστορικές προσεγγίσεις σε διαφορετικά κράτη.

1.2.1 Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Η.Π.Α.)

Με την εισαγωγή των καινοτομιών της τεχνολογίας καθώς και με την απελευθέρωση των αγορών, από τις αρχές του 19^{ου} αιώνα, αρχίζουν να εμφανίζονται τα πρώτα μεγάλα μονοπώλια στις Η.Π.Α.. Οι παράγοντες που συνετέλεσαν στη δημιουργία τους δεν περιορίζεται μόνο στους ανωτέρω δύο παράγοντες, αλλά παράλληλα στις αγορές τις εποχής διαφαίνεται η εντατική ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς, η αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων και φυσικά η εκμετάλλευση των ευκαιριών οικονομίας κλίμακας.

Μετά τον εμφύλιο του 1865⁽²⁾ στις Η.Π.Α. επικρατεί αστάθεια αγοράς και πόλεμος τιμών, το κλίμα της αγοράς επιδεινώνεται κατά το 1873-1896⁽³⁾ με την χρηματοπιστωτική κρίση , που έχει ως απαρχή την Ευρώπη κι την απώλεια της διακοπής ροής κεφαλαίου προς τις Η.Π.Α, ευνοώντας τις συνθήκες κερδοσκοπίας, αλλά και στην περίπτωση της πολιτικής ανταγωνισμού, της δημιουργία μεταξύ των επιχειρήσεων καρτέλ και συμφωνιών για τη διατήρηση των τιμών σε υψηλά επίπεδα.

Λόγω των έντονων αρνητικών επιπτώσεων τόσο στους καταναλωτές όσο και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (κι στους αγρότες της εποχής), η αμερικάνικη πολιτική ηγεσία ψηφίζει το πρώτο αντί-μονοπωλιακό νόμο το 1890. Το Κογκρέσο μετά από κοινωνικές πιέσεις των ανωτέρω ομάδων στις 02-07-1890 νομοθετεί τον νόμο «Sherman Act»⁽⁴⁾, διατηρώντας τον εν ισχύει έως και σήμερα. Στα πρώτα δύο άρθρα του καταδικάζει κάθε συμφωνία που αντιτίθεται στον ελεύθερο ανταγωνισμό και κηρύττει παράνομη κάθε πράξη καταχρήσεως της μονοπωλιακής θέσεως/δεσπόζουσας θέσης. Στα πρώτα χρόνια εφαρμογής

(2). Η.Π.Α. 1865: Ο Αμερικάνικος Εμφύλιος (1861-1865) θεωρείτε μέχρι και σήμερα ως ο πλέον καταστροφικός πόλεμος των Η.Π.Α. με σημαντικό αντίκτυπο τόσο στην αμερικάνικη κοινωνία/πολιτική, όσο και στην αμερικάνικη οικονομία. «Οι απώλειες στις μάχες ξεπέρασαν τις 600.000, οι θάνατοι στον πληθυσμό τις 500.000, ενώ καταστράφηκε περίπου το 40% της εθνικής οικονομίας. Ο πόλεμος αυτός ήταν αποτέλεσμα κυρίως των πολύ σοβαρών οικονομικών διαφορών μεταξύ των πολιτειών αλλά και του πολιτειακού συστήματος των τότε ΗΠΑ, κατά το οποίο η θέση του προέδρου είχε μικρή επίδραση στην καθοδήγηση του συνόλου της οικονομίας των πολιτειών. Η τελική επικράτηση του Βορρά, διατήρησε το κράτος των ΗΠΑ με την μορφή (αν κι όχι ακριβώς με την ίδια έκταση) που γνωρίζουμε σήμερα. Επιπλέον, με τη Διακήρυξη Χειραφέτησης που υπογράφηκε το 1862/63 και κυρίως τη 13η τροπολογία του Συντάγματος το 1865, περίπου 3,5 εκατομμύρια Αφροαμερικανοί — 40% του πληθυσμού των βόρειων πολιτειών προπολεμικά — απέκτησαν την ελευθερία τους, ενώ η θέση τους στην αμερικανική κοινωνία απασχόλησε έντονα τη χώρα κατά την περίοδο της ανασυγκρότησης των ΗΠΑ (π. 1863-77).»

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CE%95%CE%BC%CF%86%CF%8D%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CF%82_%CE%A0%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CF%82

(3). Στις 9-05-1873 με τη πτώση των τιμών του χρηματιστηρίου στη Βιέννη βλέπουμε να συμπαράσφρονται οι τιμές των χρηματιστηρίων τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική. Τράπεζες και επιχειρήσεις πτωχεύουν, οι τιμές πέφτουν και η ανεργία εξαπλώνεται, δημιουργώντας μία από τις πιο έντονες και διαρκείς κρίσης σε Ευρώπη και Αμερική (μια εικοσενταετή Μεγάλη Ύφεση).

του νόμου, υπήρξαν προβλήματα ερμηνείας και εφαρμογής, διότι παρ' όλο που περιελάμβανε περιπτώσεις συμφωνιών τιμής και κοινής πρακτικής, δεν κάλυπτε περιπτώσεις συγχωνεύσεων. Ωστόσο για λόγους διασφάλισης του διαπολιτειακού εμπορίου και αντιμετώπισης των συγχωνεύσεων (μονοπωλιακές τάσεις και συνθήκες) στις σιδηροδρομικές υπηρεσίες, νομοθετούνται οι νόμοι "Clayton Act"⁽⁵⁾ και "Federal Trade Commission Act"⁽⁶⁾.

Κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου (1923-1940) είναι ευνόητο ότι υπήρξε μία στασιμότητα στην αντιμονοπωλιακή νομοθεσία/πρακτική των Η.Π.Α., ωστόσο το ζήτημα επανακάμπει με την υπόθεση "Socony-Vacuum Oil" (υπόθεση No 310 U.S. 150 // 06-05-

(4). Ο νόμος Sherman (1890) νομοθετεί κατά όλων των συμφωνιών που περιορίζουν το διαπολιτειακό και εξωτερικό εμπόριο και οι παραβάτες αντιμετωπίζουν κατηγορίες που εκδικάζονται ως ποινικά κακούργηματα. Όπως αναφέρεται «*An unlawful monopoly exists when one firm controls the market for a product or service, and it has obtained that market power, not because its product or service is superior to others, but by suppressing competition with anticompetitive conduct*, <https://www.justice.gov/atr/antitrust-laws-and-you>), ένα μονοπώλιο λογίζεται ως παράνομο όταν μία επιχείρηση ελέγχει την αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, και έχει λάβει την ισχύ στην αγορά, όχι γιατί το προϊόν ή την υπηρεσία τους είναι ανώτερη από τους άλλους, αλλά από την καταστολή του ανταγωνισμού με αντί-ανταγωνιστικές συμπεριφορές και τονίζει ότι δεν υπάρχει παραβίαση όταν μία επιχείρηση έχει υψηλότερες/χαμηλότερες τιμές από τους ανταγωνιστές διότι λειτουργεί αναποτελεσματικά/πιο αποτελεσματικά σε σχέση με αυτούς. Ακολούθως αναφέρονται τα δύο πρώτα άρθρα του νόμου, άνευ μεταφράσεως για την αποφυγή παρερμηνείας του νόμου:

Section 1. Trusts, etc., in restraint of trade illegal; penalty

"Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among the several States, or with foreign nations, is declared to be illegal. Every person who shall make any contract or engage in any combination or conspiracy hereby declared to be illegal shall be deemed guilty of a felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$10,000,000 if a corporation, or, if any other person, \$350,000, or by imprisonment not exceeding three years, or by both said punishments, in the discretion of the court."

Section 2. Monopolizing trade a felony; Penalty

"Every person who shall monopolize, or attempt to monopolize, or combine or conspire with any other person or persons, to monopolize any part of the trade or commerce among the several States, or with foreign nations, shall be deemed guilty of a felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$10,000,000 if a corporation, or, if any other person, \$350,000, or by imprisonment not exceeding three years, or by both said punishments, in the discretion of the court." (Cornell University Law School, www.law.cornell.edu)

(5). Clayton Act: Ο νόμος ψηφίστηκε στις 15-10-1914 και αποτελεί μέρος της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας των Η.Π.Α. έως και σήμερα. Σκοπός του νομοθέτη ήταν η συμπλήρωση του καθεστώτος του νόμου Sherman Act (1890) και η αποτροπή αντί-ανταγωνιστικών πρακτικών όπως οι συγχωνεύσεις και οι εξαγορές των επιχειρήσεων. Στο νόμο αυτό δεν φέρονται ποινικές κυρώσεις, αλλά επισημαίνεται ότι συγχωνεύσεις ή εξαγορές εταιρειών από ένα μέγεθος κι πάνω πρέπει να αναφέρονται και να εξετάζονται από την Αντί-μονοπωλιακή και Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου, με σκοπό να αποφεύγονται οι πιθανότητες να δημιουργηθούν μονοπώλια και ακολούθως να αυξηθούν οι τιμές των προϊόντων. Ο νόμος απαγορεύει επίσης άλλες επιχειρηματικές πρακτικές που μπορούν να βλάψουν τον ανταγωνισμό υπό ορισμένες συνθήκες.

(6). "Federal Trade Commission Act": Ο νόμος αυτός απαγορεύει τις αθέμιτες μεθόδους ανταγωνισμού σε διαπολιτειακό εμπόριο, αλλά δεν επιβάλλει ποινικές κυρώσεις στους παραβάτες του. Ουσιαστικά πρόκειται για ένα νόμο που το 1914 ιδρύει την ανεξάρτητη αρχή "Federal Trade Commission (FTC)". Με σκοπό τον έλεγχο των παραβιάσεων του νόμου. Η ανεξάρτητη αρχή αποτελούνταν από πέντε μέλη που διορίζονταν από τον πρόεδρο των Ηνωμένων Πολιτειών για επτά έτη, τα μέλη θα ήταν και των δύο παρατάξεων. Η "Federal Trade Commission" εξουσιοδοτήθηκε να εκδίδει νόμους για τον έλεγχο των εταιρειών για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που πλήττουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό και την κοινωνικό-οικονομική ευημερία των αμερικάνικων πολιτών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

1940), η οποία εκδικάστηκε με την κατηγορία συνωμοσίας περί καθορισμού των τιμών. Από τότε και μέχρι τα μέσα του 1970, η αμερικάνικη αντιμονοπωλιακή πρακτική εμφανίζει έντονη δράση για τον περιορισμό των δραστηριοτήτων που «αντιτίθεντο» στον ελεύθερο ανταγωνισμό.

1.2.2 Ευρώπη

Στην Ευρώπη η πρώτη νομοθεσία που αφορά την πολιτική ανταγωνισμού εμφανίζεται το 1923 στην Γερμανία και ακολουθούν το 1925 η Σουηδία και το 1926 η Νορβηγία. Η Μεγάλη Ύφεση «οδηγεί» στο να τεθούν στον πάγο οι ανωτέρω κινήσεις. Με το πέρας της Μεγάλης Υφέσεως, μετά των κοινωνικών πιέσεων, καθώς και τους παραδείγματα των Η.Π.Α., η Μεγάλη Βρετανία κι η Γερμανία πραγματοποιούν ξανά προσπάθειες θεσμοθετήσεων.

Επιπρόσθετα, στην Ευρώπη διαφαίνεται ένα διττό δίκαιο περί της πολιτικής ανταγωνισμού. Αρχικά έχουμε το εθνικό δίκαιο, όπου εκάστη χώρα νομοθετεί και εφαρμόζει τους δικούς της κανόνες και αρχές για την νομοθεσία προστασίας ή μη του ελεύθερου ανταγωνισμού των αγορών της. Με την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Άνθρακα και Χάλυβα (1952, μετά την υπογραφή της «Συνθήκης του Παρισιού» το 1951) αρχίζει η ένωση των ευρωπαϊκών χωρών σε οικονομικό και πολιτικό, όπου σταδιακά θα τεθούν τα θεμέλια και θα ενταθεί η προσπάθεια για κοινή πολιτική και νομοθεσία στους κανονισμούς πολιτικής ανταγωνισμού, οδηγώντας και στη δημιουργία του υπερεθνικού επιπέδου πολιτικής ανταγωνισμού.

Η «Συνθήκη του Παρισιού» απαγόρευε τα εμπόδια στο εμπόριο καθώς και τις διάφορες πρακτικές διάκρισης, που θα μπορούσαν να περιορίσουν τον ανταγωνισμό ανάμεσα στους υπογράφοντες της συνθήκης. Είναι άξιο να σημειωθεί ότι κάποια άρθρα του σημερινού δικαίου του ανταγωνισμού της Ε.Ε. έχουν ρίζες στα άρθρα της «Συνθήκης του Παρισιού», όπως το άρθρο 65 που απαγόρευε τις συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, που θα διαστρέβλωναν ή θα περιόριζαν άμεσα/έμμεσα τον ανταγωνισμό στην κοινή τους αγορά, και το άρθρο 66 που αναφερόταν στην αποδοκιμασία και στον περιορισμό της κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης.

Με τη «Συνθήκη της Ρώμης» το 1957 ιδρύεται η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.). Στο 3^ο άρθρο της αναφέρει: «απαιτείτε ένα σύστημα που θα διαβεβαιώνει ότι ο ανταγωνισμός στην εσωτερική αγορά δεν θα διαστρεβλώνεται», λαμβάνοντας μέτρα

Πολιτικής Ανταγωνισμού (άρθρα 91 έως και 89), χωρίς όμως να περιλαμβάνονται οι περιπτώσεις εξετάσεως των συγχωνεύσεων εταιρειών.

Στη συνέχεια αναλύεται η ιστορική αναδρομή μερικών χωρών της Ευρώπης, εκ των οποίων μερικές μέχρι προσφάτως δεν είχαν οργανωμένο θεσμικά δίκαιο της πολιτικής ανταγωνισμού.

1.2.2.1 Ηνωμένο Βασίλειο

Το Ηνωμένο Βασίλειο το 1919 μετά την εξέταση της υποθέσεως για την υψηλή τιμολόγηση στον τομέα της καπνοβιομηχανίας, έκρινε αναγκαίο με την ψήφιση του νόμου “Profiteering Act (1919)” να θεσμοθετήσει μία επιτροπή που θα ήλεγχε τα κέρδη των εταιρειών για την αποφυγή της αισχροκέρδειας, αυτό όμως δεν αποτελεί μια νομοθετική παρέμβαση αλλά ίδρυση μίας θεσμικής επιτροπής εξετάσεως περιπτώσεων και καταγγελιών. Το πρώτο μέτρο της διαδικασίας αποτελούσε η λήψη των δεδομένων κέρδους και κόστους με σκοπό να συγκριθούν με τα προπολεμικά δεδομένα. Επιδίωξη τους ήταν: αφενός η πάταξη της αισχροκέρδειας, αφετέρου η αποφυγή του περιορισμού του εμπορίου, που μεταπολεμικά ήταν αναγκαία κι επιτακτική η ανάπτυξη του για την ευημερία της χώρας.

Με τη λήξη του Βου Παγκοσμίου Πολέμου το βρετανικό κοινοβούλιο καλείτε να αντιμετωπίσει τόσο τις υλικές ζημιές όσο και την οικονομική δυσχέρεια του λαού, λόγω του πολέμου. Η ανεργία παραμένει εντόνως σε υψηλά ποσοστά, με την αντίληψη ότι η προώθηση του ανταγωνισμού θα οδηγήσει στην βελτίωση των αγορών και στην αύξηση της απασχολήσεως, το 1948 ψηφίζεται ο νόμος “Monopolies and Restrictive Practices/Inquiry and Control”, δημιουργείτε έτσι η Επιτροπή Ανταγωνισμού που ελέγχει υποθέσεις εταιρειών. Το 1964 εξετάζονται υποθέσεις τιμών μεταπωλήσεως και το 1965 εισάγεται για πρώτη φορά στα βρετανικά δεδομένα ένα σύστημα ελέγχου συγχωνεύσεων. Ωστόσο μέχρι το 1973, όπου το Ηνωμένο Βασίλειο εντάσσεται στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα (Ε.Κ.), συνεχίζουν να υπάρχουν πολλά καρτέλ λόγω ελλείψεως ελέγχου. Με την είσοδο του Ηνωμένου Βασιλείου στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα δημιουργείται η θεσμική θέση του “Director General of Fair Trading” και με τη σταδιακή εναρμόνιση στα άρθρα 85 & 86 της Ε.Κ. , επιτυγχάνεται η μείωση του ποσοστού των καρτέλ από 33% σε 25% εντός του ίδιου έτους. (σελ. 405-410 του “Cases & Material on UK & EC Competition Law, 2nd edition, Oxford University Press”).

Ωστόσο πρέπει να σημειωθεί ότι ιστορικά οι στόχοι του Ηνωμένου Βασιλείου για την Πολιτική Ανταγωνισμού ποτέ δεν ήταν ξεκάθαροι. Επικρατεί μία απουσία συστήματος κι

εργαλείων επιβολής ποινών για τις έκνομες πράξεις εταιρειών. Ως εκ τούτου στην οικονομική ιστορία του υπήρξαν αρκετές περιπτώσεις ληστρικών πρακτικών ή συμπαιγνιών, που αποτέλεσαν μία ευθεία αμφισβήτηση των πολιτικών πρακτικών επί των αγορών.

1.2.2.2 Γαλλία

Η πολιτική ανταγωνισμού στην Γαλλία ιχνηλατείται στην Γαλλική Επανάσταση, όταν υπογράφηκε ο γαλλικός ποινικός κώδικας το 1791 κατά τη διάρκεια της Συντακτικής Συνέλευσης, όπου απαγορευόταν να υπάρχουν συμφωνίες κοινού σκοπού σε μέλη της ίδια εμπορικής αγοράς (*the Loi Chapelier of 1791 prohibited members of the same trade from assembling to regulate their "common interest."*) . Επιπρόσθετα, η ακολουθία αυτής της αρχής παρέμεινε και με την αναθεώρηση του το 1810 από τον Ναπολέοντειο Ποινικό Κώδικα, όπου απαγορευόταν ο καθορισμός των τιμών πέραν από αυτές που «ελεύθερα» καθορίζονται από τους νόμους του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η ισχύς του άρθρου 419 διήρκεσε για περίπου 176 χρόνια, όπου το 1926 δικαστικώς αποφασίστηκε η κατάργησή του, ακολουθούμενη το «πνεύμα» της εποχής ότι δύναται να υπάρχουν συμφωνίες/καρτέλ που δεν πλήττουν απαραίτητως το κοινό όφελος, αλλά μάλιστα συντελούν στην πολιτική σταθερότητα. (Mr. Michael Wise, France - The Role of Competition Policy in Regulatory Reform, OECD, 2003).

Παρ' όλο που το 1927 η γαλλική αντιπροσωπείηση στην Παγκόσμια Οικονομική Διάσκεψη παρουσίασε ένα προσχέδιο για τον έλεγχο των συμπράξεων, η Γαλλία δεν θέσπισε νομοθεσία περί ανταγωνισμού. Όπως αναφέρθηκε ήδη από τα μέσα του 1930 τα καρτέλ γινόντουσαν αποδεκτά ως μέσα σταθερότητας της οικονομίας και οι κυβερνήσεις συχνά τα προωθούσαν. Τα δικαστήρια στη Γαλλία που αντιμετώπιζαν περιπτώσεις αθέμιτου ανταγωνισμού, δημιούργησαν δόγματα ιδιωτικού δικαίου απλούστερης τροποποιημένης μορφής του ναπολεόντειου άρθρου.

Με Διάταγμα, το 1945 δημιουργήθηκε μια πρώιμη μορφή πολιτικής ανταγωνισμού για την αντιμετώπιση περιπτώσεων διακρίσεως τιμών κι άλλων παράνομων πρακτικών, καθώς και θέσπιση κανόνων για οργανισμούς που είναι υπεύθυνοι για τον έλεγχο των τιμών. Το 1953 επιχειρήθηκε να ψηφιστεί από το κοινοβούλιο μία γενική νομοθεσία περί πολιτικής ανταγωνισμού, με αρνητικό αποτέλεσμα, για αυτό η κυβέρνηση επικαιροποίησε το Διάταγμα του 1945. Το 1963 υπήρξε επέκταση του διατάγματος για να συμπεριλάβει και την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης. Το 1977 και 1978 υπήρξε ενίσχυση του δικαίου του

ανταγωνισμού διευρύνοντας τον έλεγχο των συγκεντρώσεων και περί τα μέσα του 1980 υπήρξαν προσπάθειες για την ενίσχυση του δικαίου του ανταγωνισμού.

Περί τα μέσα της δεκαετίας του 1980, η γαλλική κυβέρνηση επιδιώκοντας να προωθήσει τον ανταγωνισμό, διόρισε μία επιτροπή εμπειρογνομόνων για την διερεύνηση και τη δημιουργία ενός ισχυρότερου πλαισίου δικαίου ανταγωνισμού. Σταδιακά και με το νόμο του 1986 η Γαλλία είναι από τις πρώτες χώρες που εναρμονίζεται με το άρθρα 81 & 82 (πρώην 85 & 86) της Ε.Ε..

1.2.2.3 Γερμανία

Στη Γερμανία μετά την οικονομική κρίση του 1873, διαφαίνεται μία τάση προστατευτισμού και χρήσεις των συνεργασιών με στόχο την σταθεροποίηση των αγορών και την αποτροπή σμίκρυνσης του βιομηχανικού όγκου της Γερμανίας με το κλείσιμο των επιχειρήσεων. Για σχεδόν άνω του μισού αιώνα υπάρχει η «εποχή του καρτέλ», όπου οι επιχειρήσεις με συμφωνίες και κρατικές παρεμβάσεις προστατεύονται από τον εισαγόμενο ανταγωνισμό, δημιουργώντας μία των ισχυρότερων βιομηχανιών της Ευρώπης

Πριν από το 1923 η μόνη γενική διάταξη καταστατικού νόμου, που αφορούσε το δίκαιο του ανταγωνισμού, ήταν το άρθρο 1 του νόμου Trade του 1869⁽⁷⁾, το οποίο προέβλεπε τα εξής: *«Όλο το εμπόριο είναι ανοικτό σε όλους, εκτός και αν αυτό το καθεστώς προβλέπει εξαιρέσεις από/ή περιορισμούς κατά αυτόν τον κανόνα»* ("All trade is open to everyone, unless this statute provides exceptions from or limitations upon this rule.") κι αποτελεί το προοίμιο του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού/εμπορίου. Κατόπιν τούτου, τέθηκε το ερώτημα: κατά πόσον η διάταξη αυτή ισχύει για περιορισμούς του εμπορίου που προκαλούν οι συμπράξεις, οι οποίες είχαν ήδη αυξηθεί και αποκτήσει μεγάλη δύναμη κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι ετών του δέκατου ένατου αιώνα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα για την πεποίθηση του “καλού” καρτέλ είναι η περίπτωση «Woodpulp» του 1897 όπου αποφασίστηκε από το Reichsgericht (πρώην γερμανικό Ανώτατο Δικαστήριο) υπέρ “Saon Woodpulp Manufacturers Ass'n” για τη συμφωνία να πωλούν όλοι μέσω ενός κεντρικού πρακτορείου πωλήσεων σε συγκεκριμένη τιμή, η υπόθεση αυτή αποτέλεσε τη βάση όλων των μετέπειτα δικαστικών αποφάσεων. (σελ.625-629, τόμος 105, University of Pennsylvania Law Review, Μάρτιος 1957, «ANTITRUST LEGISLATION AND POLICY

(7). Trade Act 1869: Ο νόμος αυτός νομοθετήθηκε από το Reichstag της Νότιας Γερμανικής Συνομοσπονδίας και υιοθετήθηκε στον Κανονισμό Εμπορίου του Ράιχ το 1871 [Reichsgewerbeordnung]. Αποτελεί μία τυποποίηση και απλούστευση των κοινά αποδεκτών πρακτικών για μία επιχείρηση.

IN GERMANY-A COMPARATIVE STUDY, Ivo E. Schwartz»).

Ο Ομοσπονδιακός Υπουργός Οικονομικών στις 14 Φεβρουαρίου 1956 εξέδωσε μια διαταγή παύσης και παράλειψης κατά τριών κορυφαίων επιχειρήσεων του κλάδου της φωτογραφίας/φιλμ (Agfa, Perutz και Schleussner), οι οποίες είχαν αυξήσει τις σταθερές τιμές μεταπώλησης των προϊόντων τους ταυτόχρονα κατά το ίδιο ποσό. Αν και δεν ήταν σαφές ότι αυτή η αύξηση των τιμών οφειλόταν σε συμφωνία ή απλώς παράλληλης δράσης, ο Υπουργός απαγόρευσε στις επιχειρήσεις να συνεχίσουν την ανωτέρω δράση τους, βάσει του νόμου αρ.56/78/96. Ωστόσο ο νόμος αριθ. 56/78/96 ούτε απαγορεύει τις συγχωνεύσεις ούτε απαιτεί έγκριση των σχεδιαζόμενων συγχωνεύσεων, δημιουργώντας τη δυνατότητα δημιουργίας συγκεντρώσεων σε επιχειρήσεις όπως στην κινηματογραφική βιομηχανία, σε μεγάλες τράπεζες και διαδικασίας Krupp (διαδικασία διαχωρισμού / επεξεργασίας μεταλλευμάτων).

Μετά την ήττα των δυνάμεων του Άξονα κατά τον Βο Παγκόσμιο Πόλεμο οι Σύμμαχοι με κύριο φορέα την Αμερική επιχείρησαν να νομοθετηθεί στην Γερμανία νομοθεσία κατά των συνεργασιών και συμφωνιών. Το 1957 συντάσσεται η νομοθεσία περί ανταγωνισμού και το επόμενο έτος στις 15-01-1958 ιδρύεται η “Bundeskartellamt” η Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Συμπράξεων (FCO), που αποτελεί τη γερμανική αρχή ανταγωνισμού έως και σήμερα και τον κυριότερο φορέα για την αντιμετώπιση τιμολογιακών συμφωνιών κι άλλων αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών.

Παρ’ όλο που από το 1973 ακολούθησαν πληθώρα παρεμβάσεις κι αναθεωρήσεις του δικαίου του ανταγωνισμού, η πολιτική ανταγωνισμού της χώρας κινείται στα πλαίσια της προστασίας της οικονομικής ελευθερίας.

1.2.2.4 Ελλάδα

Στην ελληνική επικράτεια στην προσπάθεια της οργάνωσης του κράτους μετά κι μέσω πολέμων κι εμφυλίων, δεν διαφαίνονται ανησυχίες δημιουργίας και προώθησης της πολιτικής ανταγωνισμού, αντιθέτως δημιουργούνται και προωθούνται τα κρατικά μονοπώλια. Οι ιδιώτες που δραστηριοποιούνται στα δύο μεγάλα στοιχεία της Ελλάδος, γη και νερό, προσπαθούν κι επεκτείνουν τις δραστηριότητες στον τομέα της γης και της ναυτιλίας, σταδιακά εμφανίζονται οι πρώτες βιοτεχνίες κι βιομηχανίες, χωρίς όμως κάποιο νομοθετημένο καθορισμό ή έλεγχο δράσης τους από το κράτος. Η κρατική δράση επικεντρώνεται στη δημιουργία τεχνικό-οικονομικών υποδομών, όπως η δημιουργία κι επέκταση της τηλεφωνικής επικοινωνίας (η εγκατάσταση κι λειτουργία του πρώτου

τηλεγράφου πραγματοποιήθηκε το 1859 κι συνέδεε Αθήνα με Πειραιά, το 1892 ψηφίστηκε ο Νόμος ΒΖΝ «περί τηλεφωνικής επικοινωνίας» κατοχυρώνοντας το κρατικό μονοπώλιο και εγκαινιάζοντας την εγκατάσταση τηλεφώνων). Το 1914 ψηφίζεται ο νόμος 146/1914⁽⁸⁾ με τίτλο «Περί Αθέμιτου Ανταγωνισμού» κι περιέχει νομοθεσία για τον αθέμιτο ανταγωνισμό και τις πτωχεύσεις.

Η Ελλάδα είναι από τις χώρες που συμμετείχαν νωρίς σε προσπάθειες ενωμένου διεθνούς εμπορίου, όπως είναι η συμμετοχή στην Ε.Ο.Κ. Από το 1961 το Εμποροβιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών εξέδωσε ανακοίνωση για την προσπάθεια από μέρους της Ελλάδας να εισαχθεί στην ΕΟΚ⁽⁹⁾ (είχε προτιμηθεί η Ε.Ο.Κ.- Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα- κι όχι η Ε.Ζ.Ε.Σ.⁽¹⁰⁾- Ευρωπαϊκή Ζώνη Ελευθέρων Συναλλαγών, συνεργασία υπό βρετανικής ηγεσίας), διότι η Ελλάδα δεν διέθετε βαριά βιομηχανία κι η Ε.Ο.Κ. έδινε έμφαση στο ζήτημα αγροτικών προϊόντων.

Με τις προσπάθειες (οι οποίες αναστάθηκαν την περίοδο της Δικτατορίας των Συνταγματαρχών) ψήφισε τον νόμο 703/1977 “Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού” και οι τροποποιήσεις του αποτελούν τη νομική βάση για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού στην Ελλάδα, με άρθρα που είναι όμοια με αυτά του δικαίου του ανταγωνισμού της Πολιτικής Ανταγωνισμού της ΕΟΚ. Τελικά η Ελλάδα έγινε πλήρες μέλος της ΕΟΚ την 01-01-1981 επί πρωθυπουργίας Κωνσταντίνου Καραμανλή και μετά της υπογραφής της Σύμβασης Προσχώρησης το 1979. Εκ τότε η Ελλάδα συμπορεύεται κι εναρμονίζεται με τα άρθρα κι τις διαβουλεύσεις της Ε.Ο.Κ. κι μετέπειτα Ε.Ε.

(8). Ο νόμος 146/1914, Περί Αθέμιτου Ανταγωνισμού νομοθετήθηκε στις 27-01-2014 και είχε άμεση ισχύ. Το πρώτο άρθρο αναφέρει:

«Απαγορεύεται κατά τας εμπορικές ή γεωργικές συναλλαγάς, πάσα προς τον σκοπόν ανταγωνισμού γινομένη πράξις, αντικειμένη εις τα χρηστά ήθη. Ο παραβάτης δύναται ναεναχθή προς παράλειψιν και προς ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.»

(9). ΕΟΚ: Η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) ιδρύθηκε την 1η Ιανουαρίου 1958, αφού το προηγούμενο έτος στη Ρώμη στις 25-03-1957 είχε υπογραφεί η «Συνθήκη περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας», από τις αντιπροσωπείες των κρατών μελών Βέλγιο, Δυτική Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία. Έτσι δημιουργούταν ένας οργανισμός που θα εγκαθίδρυε και θα συντόνιζε την Κοινή Αγορά: *η οποία θα επέτρεπε την ελεύθερη διακίνηση εμπορευμάτων, προσώπων, υπηρεσιών και κεφαλαίων, κατά τα πρότυπα του Διαφωτισμού και της επιγραμματικής εκφράσεως laissez faire, laissez aller, laissez passer.*

(10). ΕΖΕΣ: Η Ευρωπαϊκή Ζώνη Ελευθέρων Συναλλαγών (ΕΖΕΣ) ιδρύθηκε το 1960 από ευρωπαϊκά κράτη με σκοπό την προώθηση του ελεύθερου εμπορίου και της οικονομικής ολοκλήρωσης προς όφελος των μελών του. Ιδρυτικά μέλη ήταν επτά χώρες: Αυστρία, Δανία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, Νορβηγία, Πορτογαλία και Σουηδία. Αργότερα έγιναν μέλη η Φινλανδία (συνδεδεμένο μέλος το 1961 και πλήρες το 1986), η Ισλανδία (1970) και το Λίχενσταϊν (1991). Οι χώρες που έγιναν μέλη της ΕΟΚ και αργότερα της ΕΕ σταδιακά αποχώρησαν (η Δανία και το Ηνωμένο Βασίλειο το 1972, η Πορτογαλία το 1985, η Αυστρία, Σουηδία και Φινλανδία το 1995). Το 1994 τέθηκε σε ισχύ ο Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος που συνέδεσε τις αγορές των μελών της ΕΖΕΣ με την ενιαία αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σήμερα μέλη της ΕΖΕΣ είναι τέσσερις χώρες: η Ελβετία, η Ισλανδία, το Λίχενσταϊν και η Νορβηγία.

1.2.3 Αυστραλία

Το Δίκαιο του Ανταγωνισμού στην Αυστραλία χρονολογείται από το 1906 με το νόμο «Australian Industries Preservation Act»⁽¹¹⁾, ο συγκεκριμένος νόμος έχει χρονική διάρκεια περίπου εξήντα χρόνια και καταργείται το 1965 μετά από πολλές τροποποιήσεις. Είναι άξιο να σημειωθεί ότι το κράτος επιχείρησε με τέσσερα δημοψηφίσματα (1913, 1919, 1929 & 1944) να τροποποιήσει το Σύνταγμα με σκοπό η Κοινοπολιτεία να ασχολείται άμεσα με τις περιπτώσεις μονοπωλίων και συγχωνεύσεων, αλλά με αρνητικά αποτελέσματα.

Μετά από κριτικές και εξωτερικές πιέσεις στην κυβέρνηση της Κοινοπολιτείας, τόσο χωρών, όπως των Η.Π.Α. και του Ηνωμένου Βασιλείου, όσο και της Βασιλικής Επιτροπής Συμπράξεων Εμπορίου (WA)⁽¹²⁾ το 1958 και το Βασιλικό Επίτροπο, ψηφίστηκε ο νόμος “Trade Practices Act” το 1965 με αρχή εφαρμογής την 01-09-1967. Για θέματα συνταγματικής εξουσίας κι εσωτερικών ρυθμίσεων ο νόμος αντικαταστάθηκε από το «Restrictive Trade Practices Act» 1971, που ρυθμίζει τις εξουσίες επιβολής κι ελέγχου των μονοπωλίων, συγχωνεύσεων και αντί-ανταγωνιστικών πράξεων. Το 1974 καθοριστικό κι ο τελικός νόμος ο (Trade Practices Act-TPA) που έχει εφαρμογή με ελαφρές τροποποιήσεις έως κι σήμερα και περιόρισε τα περισσότερα από τα πολλά αντί-ανταγωνιστικά κενά των προηγούμενων νόμων.

1.3 Σύγχρονη Πολιτική Ανταγωνισμού

Σταδιακά η προσέγγιση του δίκαιου του ανταγωνισμού από τις κρατικές νομοθεσίες τείνουν να συγκλίνουν. Στο τελευταίο μισό αιώνα που διανύουμε κι μετά την αντιμετώπιση διάφορων υποθέσεων, η Πολιτική Ανταγωνισμού αναπτύχθηκε ραγδαία κι τέθηκαν ισχυρά θεμέλια στη νομοθεσία και στις ρυθμιστικές αρχές των χωρών.

(11). Australian Industries Preservation Act (1906): αποτελεί την πρώτη ομοσπονδιακή περιοριστική νομοθεσία της Αυστραλίας κι είχε επηρεαστεί από το νόμο “Sherman Act” των Η.Π.Α. Με το νόμο αυτόν απαγορευόταν οι συμφωνίες και τα μονοπώλια που αφορούν το εμπόριο και το περιορισμό αυτού. Δύο εκ των άρθρων του (άρθρα 5 & 8 περί συνδυαστικών πράξεων που εμποδίζουν το εμπόριο) κηρύχθηκαν το 909 αντισυνταγματικά και καταργήθηκαν από το Ανώτατο Δικαστήριο της Αυστραλίας. Μετά από αρκετές τροποποιήσεις, ο νόμος καταργήθηκε κι αντικαταστάθηκε από το “Trade Practices Act” (1965). (<http://www.australiancompetitionlaw.org/>)

(12). Βασιλική Επιτροπή Συμπράξεων Εμπορίου (Royal Commission on Restrictive Trade Practices (WA)): Η Βασιλική Επιτροπή συγκαλούταν για μία επίσημη δημόσια έρευνα σε ένα καθορισμένο θέμα σε μερικές μοναρχίες. Ιστορικά μερικές χώρες που έχουν διεξαχθεί είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστραλία, η Νέα Ζηλανδία, ο Καναδάς και η Σαουδική Αραβία. Είναι παρόμοια σε λειτουργία με την Commission of Enquiry (or Inquiry) που υπάρχουν σε χώρες όπως η Ιρλανδία και το Χονγκ Κονγκ. Κατέχει εξουσία μεγαλύτερη κι από του δικαστή κι περιορίζεται στους όρους της εντολής που την έχει δημιουργήσει. Καλείται από τον αρχηγό τους κράτους σε αντίθεση με άλλες έρευνες, από τη στιγμή που έχει αρχίσει δεν μπορεί να διακοπεί. Κατά συνέπεια, οι κυβερνήσεις είναι συνήθως πολύ προσεκτικές σχετικά με τη διαμόρφωση των όρων αναφοράς και περιλαμβάνουν γενικά σε αυτά μια ημερομηνία κατά την οποία η Επιτροπή πρέπει να τελειώσει, διότι πολλές επιτροπές έχουν διαρκέσει πολλά χρόνια και, συχνά, μια διαφορετική κυβέρνηση άφησε να ανταποκριθούν στα ευρήματα. Η Βασιλική Επιτροπή καλείται να εξετάσει θέματα μεγάλης σημασίας και συνήθως διαμαχών. Αυτά μπορεί να είναι θέματα όπως η δομή της κυβέρνησης, η μεταχείριση των μειονοτήτων, τα γεγονότα μεγάλης ανησυχίας των πολιτών ή οικονομικά ζητήματα.

1.3.1 Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Η.Π.Α.)

Στην πιο σύγχρονη περίοδο των αμερικάνικων εκδικασμένων υποθέσεων, διαφαίνεται μία συγκεκριμένη εικόνα ως προς τον προανατολισμό της πολιτικής ανταγωνισμού. Στις δεκαετίες του 1960 μέχρι 1980 υπάρχουν κινήσεις παρεμβατισμού καθώς και οι άκρως αντίθετες απόψεις/κινήσεις «αφήστε όλα ελεύθερα/laissez - fair»⁽¹³⁾.

Η αντιμονοπωλιακή νομοθεσία των Η.Π.Α. την τελευταία εικοσιπενταετία έχει ενισχυθεί και ενταθεί, οι τρεις προαναφερθείσες νόμοι (The Sherman Antitrust Act, The Clayton Act & The Federal Trade Commission Act) αναπτύσσονται στην επίσημη σελίδα δικαιοσύνης των Η.Π.Α. (www.justice.gov/atr/antitrust-laws-and-you), όπου μπορεί ο κάθε χρήστης διαδικτύου να καταγγέλλει κατά των πρακτικών των επιχειρήσεων. Σύγχρονες περιπτώσεις όπως της “U.S. v. Microsoft Corp.”, “U.S. v. American Airlines [2004]” και “U.S. v. Pacific Telesis Group and Communications Industries, Inc;”, αποδεικνύουν μία εντατική και δυναμική πολιτική ανταγωνισμού κατά των καρτέλ και των συμφωνιών.

1.3.2 Ευρώπη

Σταδιακά οι ευρωπαϊκές χώρες μετά των υπογραφών διάφορων Συνθηκών, δημιουργούν μία Πολιτική Ανταγωνισμού για την «ενοποίηση» των αγορών τους. Η έλλειψη του 1957 για τη ρύθμιση των συγχωνεύσεων μεγάλων επιχειρήσεων καλύφθηκε το 1989, με τον ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ (ΕΟΚ) «αριθ. 4064/89 ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 21ης Δεκεμβρίου 1989 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων».

Τα άρθρα 85 & 86 που αφορούν την Πολιτική Ανταγωνισμού της «Συνθήκης της Ρώμης» (1957) αντικαταστήθηκαν με τα άρθρα 81 & 82⁽¹⁴⁾ της «Συνθήκης του Άμστερνταμ» (1997) και τέθηκαν σε ισχύ από τη 01-05-1999. Η «Συνθήκη του Άμστερνταμ» τροποποίησε ορισμένες διατάξεις της συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση, διατάξεις για την ίδρυση των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και ορισμένες συναφείς πράξεις, με την ενίσχυση των οικονομικών δικαιωμάτων των πολιτών, την ανάπτυξη Κοινής Εξωτερικής Πολιτικής και Πολιτικής Ασφάλειας (ΚΕΠΠΑ) και τη βελτίωση της λειτουργίας των θεσμικών οργάνων.

Με τη «Συνθήκη του Μάαστριχτ» , υπογραφείσα στις 07-02-1992 και τελεί σε ισχύ από 01-11-1993, ολοκληρώθηκε η Ευρωπαϊκή Ένωση ως σύγχρονος θεσμός. Η Ευρωπαϊκή

(13). Laissez-fair (αφήστε ελεύθερα): αποτελεί μία θρυλική φράση του Γάλλου υπουργού Οικονομικών Ζαν Μπατίστ Κολμπέρ που εικάζεται ότι διατυπώθηκε το 1681 σε μία συνάντηση του με Γάλλους επιχειρηματίες. Η φράση “αντιτίθεται” στον έντονο κρατικό παρεμβατισμό.

Ένωση δεν ασχολείται με όλες τις υποθέσεις του δικαίου ανταγωνισμού των χωρών μελών της, αλλά κάθε χώρα αποφασίζει και αναλύει τις δικές της υποθέσεις με τις δικές της εθνικές αρχές και κανονισμούς που συμβαδίζουν της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Περιπτώσεις μεγάλων επιχειρήσεων με ισχυρή παρουσία σε πολλές χώρες εξετάζονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση κι τους θεσμούς της.

Σταδιακά όλες οι χώρες κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης εναρμονίζουν το εθνικό δίκαιο ανταγωνισμού τους με την Πολιτική Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως για παράδειγμα το 2001 βλέπουμε τη συμπόρευση του εθνικού δικαίου της Γαλλίας με της Ε.Ε..

1.3.3 Αυστραλία

Στις τρεις προηγούμενες προσπάθειες σύνταξης νόμου στην Αυστραλία διαπιστώνεται μία

(14). Η Πολιτική Ανταγωνισμού της Ε.Ε. διαρκώς βελτιώνεται. Τα δύο θεμελιώδη άρθρα των ευρωπαϊκών διατάξεων, άρθρο 85 και 86 της «Συνθήκης της Ρώμης»(1957), επαναριθμήθηκαν ως άρθρα 81 και 82 με τη «Συνθήκη του Άμστερνταμ»(1997) κι τώρα με την αναθεωρημένη «Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ)»(2007) αναφέρονται ως άρθρα 101 (που νομοθετεί κατά των συμπράξεων και των αντί-ανταγωνιστικών συμφωνιών) και το άρθρο 102 (που αφορά την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης).

Άρθρο 101:

“1. Είναι ασυμβίβαστες με την εσωτερική αγορά και απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της εσωτερικής αγοράς, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται: α) στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, β) στον περιορισμό ή στον έλεγχο της παραγωγής, της διαθέσεως, της τεχνολογικής αναπτύξεως ή των επενδύσεων, γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού, δ) στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδυνάμων παροχών, έναντι των εμπορικών συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, ε) στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.

2. Οι απαγορευμένες δυνάμει του παρόντος άρθρου συμφωνίες ή αποφάσεις είναι αυτοδικαίως άκυρες.

3. Οι διατάξεις της παραγράφου 1 δύνανται να κηρυχθούν ανεφάρμοστες: - σε κάθε συμφωνία ή κατηγορία συμφωνιών μεταξύ επιχειρήσεων, - σε κάθε απόφαση ή κατηγορία αποφάσεων ενώσεων επιχειρήσεων, και - σε κάθε εναρμονισμένη πρακτική ή κατηγορία εναρμονισμένων πρακτικών, η οποία συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, εξασφαλίζοντας συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει, και η οποία: α) δεν επιβάλλει στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις περιορισμούς μη απαραίτητους για την επίτευξη των στόχων αυτών και β) δεν παρέχει στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού επί σημαντικού τμήματος των σχετικών προϊόντων.”

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:12008E101&from=EN>

Άρθρο 102:

“Είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της.

Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως: α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δικαίων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διαθέσεως ή της τεχνολογικής αναπτύξεως επί ζημιά των καταναλωτών, γ) στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικών συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ) στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.”

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:12008E102&from=EN>

πολιτική που επέτρεπε μία σειρά από αντί-ανταγωνιστικές εμπορικές πρακτικές, γι' αυτό το εμπορικό τοπίο ήταν γεμάτο με καρτέλ και άλλους μονοπωλιακούς οργανισμούς που συμμετείχαν ενεργά στον καθορισμό των τιμών και στη δημιουργία εμποδίων για την είσοδο στην αγορά. Το 1974 θεωρείται η χρονολογία ορόσημο για τη νομοθεσία της Πολιτικής Ανταγωνισμού της Αυστραλίας.

Η Αυστραλιανή Επιτροπή Καταναλωτών και Ανταγωνισμού (Australian Competition and Consumer Commission / ACCC) ιδρύθηκε το 1995 με τη συγχώνευση της αυστραλιανής Επιτροπής Πρακτικών Εμπορίου (Australian Trade Practices Commission / TPC) και της Εποπτεύουσας Αρχής Τιμών (Prices Surveillance Authority, επιτροπή είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση κι εφαρμογή του νόμου Trade Practices Act του 1974). Η εντολή της από το αυστραλιανό κράτος είναι να προστατεύσει τα δικαιώματα των καταναλωτών, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των επιχειρήσεων, τη ρύθμιση της βιομηχανίας, την παρακολούθηση των τιμών και την πρόληψη της παράνομης αντί-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς.

Μετά από τροποποιήσεις, κριτικές, προτάσεις κι μεταρρυθμίσεις η Πολιτική Ανταγωνισμού της Αυστραλίας προβλέπει αυξημένες αστικές, οικονομικές και ποινικές κυρώσεις για συγχωνεύσεις, δημιουργία καρτέλ, καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσης και εκνόμων πρακτικών. Ο σημερινός νόμος Competition and Consumer Act 2010 πρόκειται για μετονομασία του νόμου Trade Practices Act.

1.3.4 Κίνα

Κινέζοι φιλόσοφοι (συχνά κρατικοί υπάλληλοι των δυναστειών Χαν (206 π.Χ. - 220 μ.Χ.), Τανγκ (618 μ.Χ. - 907 μ.Χ.), Σονγκ (960 μ.Χ. - 1279 μ.Χ.) και Μινγκ (1368 μ.Χ. - 1644 μ.Χ.)) εξέτασαν τον βαθμό, στον οποίο το κράτος πρέπει να επεμβαίνει στην οικονομία, όπως με το να καθορίζει μονοπώλια σε επικερδείς βιομηχανίες και να καθορίζει ελέγχους τιμών. Κατά τις δυναστείες των Χαν και Τανγκ, μερικές φορές οι αυτοκράτορες καθιέρωναν κυβερνητικά μονοπώλια σε καιρό πολέμου, τα οποία και καταργούσαν μετά, όταν είχε περάσει η οικονομική κρίση. Κατά τη δυναστεία Μαντσού Τσινγκ, τα κρατικά μονοπώλια καθιερώθηκαν ξανά και το κράτος επενέβαινε πολύ έντονα στην οικονομία.

Καθεστώς που διήρκεσε μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 80. Το 1976 έχουμε την πρώτη εξέγερση στην πλατεία Τιεν Αν Μεν την ημέρα της «Γιορτής των Νεκρών» και μετά από 13 χρόνια (1989) αργότερα τη δεύτερη μεγάλη εξέγερση στην ίδια πλατεία, αυτές οι ημερομηνίες είναι ορόσημο για την απαρχή της δημιουργίας οικονομικών

ελέγχων/νομοθεσιών με σκοπό την αντιμετώπιση του μεγάλου οικονομικού προβλήματος που υφίστατο η χώρα.

Η νομοθεσία αντιμονοπωλιακής πρακτικής στην Κίνα αρχίζει να επεξεργάζεται τον Αύγουστο του 1987, όταν το Συμβούλιο της Επικρατείας συντάσσει ομάδα έρευνας για την δημιουργία κανονισμών AML⁽¹⁵⁾. Το Συμβούλιο είχε ήδη κινηθεί μεταξύ 1980-1986 με κανόνες που προωθούσαν την οικονομική μεταρρύθμιση κι τη διαχείριση και προώθηση του ανταγωνισμού, γενικώς υπήρχαν πολλές διατάξεις σχετικά με τη μονοπωλιακή συμπεριφορά και του περιορισμού του ανταγωνισμού, διασκορπισμένα σε διάφορες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις, στα υπάρχοντα νομικά κείμενα της Κίνας, ως εκ τούτου, δεν υπήρχαν αντιμονοπωλιακοί κανόνες.

Η χρονική περίοδος από το 1978 μέχρι το 1992 εφαρμόζει ένα πρόγραμμα όπου επιτρέπεται να πραγματοποιηθεί ένας περιορισμένου τύπου ανταγωνισμός. Το 1997 θεσπίζεται ο νόμος «The Price Law of the People's Republic of China», που περιέχει κυρώσεις και κανόνες για τις συμπράξεις, τη ληστρική τιμολόγηση και τη διάκριση τιμών. Από τις αρχές του 2000 επιχειρείται και νομοθετείται η διάλυση των μονοπωλίων (κι των κρατικών μονοπωλίων) όπως για παράδειγμα στις τηλεπικοινωνίες επισημαίνεται: *«η εποπτεία και η διαχείριση των τηλεπικοινωνιών πρέπει να διενεργείται σύμφωνα με τις αρχές του διαχωρισμού μεταξύ της κυβέρνησης και των επιχειρήσεων, διάλυση των μονοπωλίων, ενθάρρυνση του ανταγωνισμού, και την προώθηση της ανάπτυξης, της διαφάνειας, της δικαιοσύνης και της αμεροληψίας»*, και καταδικάζεται ο προστατευτισμός στο εμπόριο.

Με τον διεθνή ανταγωνισμό να διαδραματίζει έναν ολοένα αυξανόμενο ρόλο στην οικονομία της Κίνας, οι αντιμονοπωλιακές νομοθετικές προσπάθειες επιταχυνθήκαν, με σκοπό την ενίσχυση της εγχώριας οικονομίας. Ειδικά από το 2004, η ψήφιση του AML τέθηκε υψηλά στην κρατική agenda, προκειμένου να περιοριστεί περαιτέρω η μονοπωλιακή συμπεριφορά, να προωθηθεί η προστασία του θεμιτού ανταγωνισμού, να διασφαλισθεί η οργάνωση της οικονομίας της αγοράς και η υγιής ανάπτυξη της σοσιαλιστικής οικονομίας. Μετά από 13 χρόνια συνεχούς ανάπτυξης, αρχής γενομένης από το 1994, ο νόμος AML της

(15). Αντί-μονοπωλιακή νομοθεσία της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας (AML): Όπως αναφέρεται κι στο άρθρο 1 του νόμου, πρόκειται: *«Ο νόμος αυτός έχει θεσπιστεί για το σκοπό της πρόληψης και περιορισμού των μονοπωλιακών συμπεριφορών, την προστασία του θεμιτού ανταγωνισμού στην αγορά, ενισχύοντας την οικονομική αποτελεσματικότητα, διασφαλίζοντας τα συμφέροντα των καταναλωτών και το δημόσιο συμφέρον και την προώθηση της υγιούς ανάπτυξης της σοσιαλιστικής οικονομίας της αγοράς.»*. Ο νόμος ψηφίστηκε στις 30 Αυγούστου 2007 κι έχει ισχύει από τη 1^η Αυγούστου το 2008, αποτελεί την πρώτη οργανωμένη προσπάθεια Πολιτικής Ανταγωνισμού της Κίνας.

Κίνας τελικά πέρασε τον Αύγουστο του 2007. (Antitrust in China – a Constantly Evolving, Φεβρουάριος 2009, Shang Ming).

1.4 Ανακεφαλαίωση

Συγκεντρώνοντας τις ανωτέρω πληροφορίες διαπιστώνεται η μεγάλη διαφοροποίηση στην προσέγγιση της Πολιτικής Ανταγωνισμού, κυρίως όσον αφορά της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Η Γηραιά Ήπειρος (Ευρώπη) με διαφορετική κουλτούρα και ιστορία στην αντιμετώπιση, διαφέρει απτά σε σχέση με την αμερικάνικη προσέγγιση, καθώς κι αυτών που συγκλίνουν μαζί της, όπως η Αυστραλία κι η Κίνα.

Η Ευρωπαϊκή προσέγγιση νομοθετεί κατά τη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, με σκοπό την προάσπιση του ελευθέρου ανταγωνισμού. Αντίθετα, στην αμερικάνικη προσέγγιση η συμπίεση περιθωρίου κέρδους δεν αποτελεί αυτοτελώς παράβαση, αλλά μόνο όταν ζημιώνει άμεσα τους καταναλωτές κι την κοινωνική ευημερία κι εξέλιξη, διότι θεωρεί ότι μία εκ των προτέρων περιοριστική δράση στην λειτουργία των επιχειρήσεων θα απομάκρυνε το πεδίο εφαρμογής της αντιμονοπωλιακής δράσης και νομοθεσίας.

Τέλος, η Πολιτική Ανταγωνισμού στο ευρύτερο πλαίσιο τον τελευταίο μισό αιώνα συνεχώς εξελίσσεται κι δημιουργείται ισχυρή νομοθεσία για την καθιέρωση των κανόνων και των αρχών της. Κάθε χώρα δημιούργησε θεσμούς, που να προασπίζουν το δίκαιο του ανταγωνισμού, να θέτουν όρια και να ελέγχουν τις αγορές εκδικάζοντας κι ορίζοντας κανόνες ή/και να επιβάλλουν κυρώσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

2.1 Εισαγωγή

Μετά την ιστορική αναδρομή της Πολιτικής Ανταγωνισμού και πριν την ανάλυση της μεθοδολογίας για την εξεύρεση ύπαρξης παραβάσεως, στο παρόν κεφάλαιο θα αναπτυχθούν βασικές έννοιες της Πολιτικής Ανταγωνισμού, καθώς και πρακτικών αυτής.

Σύμφωνα με την προσέγγιση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, η συμπίεση περιθωρίου κέρδους δεν πρέπει να απασχολεί τις ρυθμιστικές αρχές αυτούσιως, αλλά μόνο εάν πράττει με άρνηση προσβάσεως ή εάν η τιμολογιακή πολιτική της πλήττει άμεσα τους καταναλωτές, δεν ασχολείται δηλαδή με υπερτιμολογήσεις στην ανάντη αγορά που «επηρεάζουν» καθαρά τις ανταγωνίστριες εταιρείες. Η άποψη αυτή διατυπώθηκε από το Ανώτατο Δικαστήριο των ΗΠΑ κατά τη διάρκεια της υποθέσεως *LinkLine*. Αναφέρεται ότι το αμερικάνικο δίκαιο δεν αποτελείται από λεπτομερείς κανονισμούς και νόμους, αλλά στηρίζεται στα δεδικασμένα. Από την άλλη πλευρά, η Ευρωπαϊκή Ένωση προσεγγίζει τη περίπτωση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους θεωρώντας την μία αυτόνομη έκνομη πρακτική καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσης. Η ΕΕ εστιάζει στη διαφορά των τιμών στην ανάντη και κατάντη αγορά, λογιζόμενη κι τη δυνατότητα επιβίωσης των ανταγωνιστριών εταιρειών στην κατάντη αγορά, με στόχο τη διαρκή και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του ελεύθερου ανταγωνισμού κι της κοινωνικής ευημερίας.

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναπτυχθούν βασικές έννοιες και μορφές παραβάσεων στην κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσεως με σκοπό τη διαφοροποίηση τους. Οι έννοιες αυτές θα χρησιμοποιηθούν και στο 3^ο κεφάλαιο όπου θα πραγματοποιηθεί η ανάλυση τύπων και μέτρων εξεύρεσης έκνομων πρακτικών επιχειρήσεων.

2.2 Δεσπόζουσα Θέση

Η Δεσπόζουσα θέση λογίζεται όταν μία επιχείρηση κατέχει την πλειοψηφία του μεριδίου της αγοράς, συνήθως άνω του 50%. Ωστόσο αυτό δεν πρέπει να λογίζεται σαν κανόνας, μιας και σε μία αγορά με πολλές ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, που κατέχουν ένα πολύ μικρό ποσοστό της αγοράς έκαστη και μίας μεγάλης που κατέχει ένα μεγάλο (μικρότερο του 50%), πάλι θεωρούμε ότι υπάρχει ηγήτωρ επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, χαρακτηριστικό παράδειγμα

αποτελεί η υπόθεση United Brands⁽¹⁶⁾, που με ποσοστό μεριδίου αγοράς 45% θεωρήθηκε ότι κατείχε δεσπόζουσα θέση.

Γενικώς, θεωρούμε ότι μία επιχείρηση διατηρεί δεσπόζουσα θέση, όταν δύναται να επηρεάζει προς οποιαδήποτε κατεύθυνση επιθυμεί τις τιμές, την ποιότητα και ποσότητα των προϊόντων, καθώς και το δείκτη της καινοτομίας, σε επίπεδα που δεν συμβαδίζουν με τα επίπεδα που θα υφίσταντο σε συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της (μιας και είναι πολύ μικροί για να την απειλήσουν), τους προμηθευτές και τους καταναλωτές της. Αυτό πραγματοποιείται διότι μη έχοντες εναλλακτικές είναι υποχρεωμένοι να συνεργαστούν με αυτή. Η Δεσπόζουσα Θέση πρόκειται για μία οικονομική ισχύ της επιχείρησης έναντι των ανταγωνιστών της να κινείται ανεπηρέαστη από τις δικές τους αντιδράσεις.

Το επίπεδο ανεξαρτησίας μίας επιχείρησης υποδηλώνει οικονομική ισχύ και κατ' επέκταση κατοχή δεσπόζουσας θέσης. Η δυνατότητα μίας επιχείρησης να αυξάνει τις τιμές της πάνω του οριακού κόστους, χωρίς επιπτώσεις, καθώς και να καθορίζει τι τιμές κι οι υπόλοιποι να ακολουθούν, είναι στοιχεία υπάρξεως δεσπόζουσας θέσης. Ακόμη, η διάρθρωση της αγοράς σε ποικιλία υποκατάστατων προϊόντων ή μη ύπαρξη αυτών, ο δείκτης καινοτομίας, οι υφιστάμενοι φραγμοί εισόδου, καθώς και ο υφιστάμενος ανταγωνισμός⁽¹⁷⁾ αποτελούν μερικά κριτήρια για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μίας επιχείρησης στην αγορά.

Πρέπει να σημειωθούν δύο βασικά πράγματα. Πρώτον: μία επιχείρηση είναι δυνατόν να δημιουργήσει και να διατηρήσει οικονομική ισχύ στο κλάδο χωρίς έκνομες συμπεριφορές, όπως με τη χρήση καινοτόμων πρακτικών, αλλά και η ύπαρξη αυτής δεν είναι αυτοτελής παράβαση ή συνθήκη περιορισμού τη ευημερίας του καταναλωτή, αλλά προβλήματα δημιουργούνται με την κατάχρηση της θέσεως της. Δεύτερον, για ποσοστό κάτω του 40% του μεριδίου της αγοράς, για να μπορεί να δημιουργηθεί οικονομική ισχύ στην επιχείρηση δεσπόζουσας θέσης, θα πρέπει να συντρέχουν κι άλλοι λόγοι, όπως περιορισμοί στην είσοδο

(16). Η υπόθεση 27/76 (14-02-1978) United Brands Company (εισαγωγέα της μπανάνας μάρκας Chiquita της Λατινικής Αμερικής) κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, αφορούσε ζητήματα καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσης και έκνομων κινήσεων κατά του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπίστωσε το 1975 ότι η United Brands Company είχε παραβεί το άρθρο 101 (τότε γνωστό ως το άρθρο 86). Το Δικαστήριο επιβεβαίωσε τον ορισμό της Επιτροπής της σχετικής αγοράς ως λιανική αγορά για την πώληση των νωπών μπανανών για τους καταναλωτές. Επιβεβαίωσε επίσης ότι η United Brands Company είχε μια δεσπόζουσα θέση όσον αφορά τις συναλλαγές της με τους διανομείς, και ότι οι όροι διάθεσης τους στους διανομείς θεωρήθηκαν καταχρηστικές. Η απόφαση «United Brands Company» καθόρισε την ευρύτητα της έννοιας της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης.

(17). Υφιστάμενος ανταγωνισμός αποτελεί τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις σε έναν κλάδο, κι αποτελούν τις εναλλακτικές προϊόντος των καταναλωτών σε μία αλλαγή των τιμών. Σε αντίθεση ο δυνητικός ανταγωνισμός (ή αλλιώς εν δυνάμει ανταγωνισμός) είναι οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις που μπορούν να εισέλθουν σε έναν κλάδο της αγοράς.

& έξοδο από τον κλάδο, καθώς και πολύ μικρά ποσοστά μεριδίων αγοράς των άλλων ανταγωνιστών κι κυρίως του δευτέρου σε ισχύ. Επίσης, δύναται να δημιουργηθούν συνθήκες καταχρήσεως της δεσπόζουσας θέσης με επιχειρήσεις μικρότερων μεριδίων αγοράς όταν αυτές εναρμονίζουν τις πρακτικές τους, τότε όμως εξελίσσονται παραβάσεις κρυφών συμφωνιών και εναρμόνισης συμπεριφοράς.

Στην Ε.Ε. με το άρθρο 102 της ΤFEU αναπτύσσεται επακριβώς πότε η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση οδηγείται σε κατάχρηση αυτής: *«α. στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δικαίων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, β. στον περιορισμό της παραγωγής, της διαθέσεως ή της τεχνολογικής αναπτύξεως επί ζημία των καταναλωτών, γ. στην εφαρμογή άνισων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικώς συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό, δ. στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.»*

2.3 Essential Facilities

Από το 1912 στις Η.Π.Α. αντιμετωπίστηκε το ζήτημα των essential facilities (προτιμάται ο αγγλικός όρος για λόγους γενίκευσης κι συνήθειας). Essential Facilities λογίζονται βασικές εισροές, που απαιτούνται για την παραγωγή ενός προϊόντος. Τέτοιες εισροές είναι είτε πρώτες ύλες είτε υποδομές. Χαρακτηριστικό τους ότι δεν δύναται ή δεν είναι εφικτό να υποκατασταθούν με άλλου παρόμοιου τύπου εισροές. Η υπόθεση *United States v. Terminal Railroad Association*, 224 U.S. 383 (1912) αφορούσε την πρόσβαση των ανταγωνιστών της κυρίαρχης εταιρείας στην ουσιώδη υποδομή των σιδηροδρομικών γραμμών για τη μεταφορά προϊόντων. Ωστόσο, συχνά όσο ξεκάθαρη μπορεί να είναι η περίπτωση μίας essential facility, άλλα τόσο μπορεί να μην δύναται να προσδιοριστεί σε μία άλλη περίπτωση. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα ακόλουθα: δίκτυο χαλκού στην τηλεπικοινωνία, υποδομές όπως αερολιμένες, λιμάνια, γέφυρες, καθώς και τα δίκτυα μεταφοράς και διανομής ηλεκτρισμού.

Για να θεωρηθεί μία εισροή ως essential facility πρέπει να αποδειχθεί ότι τον έλεγχο της πρέπει να το έχει μία μονοπωλιακή επιχείρηση, η μη δυνατότητα του ανταγωνιστή (λόγω κόστους, εφεκτικότητας ή μη δυνατότητας) να μπορέσει να αναδημιουργήσει αυτήν την εισροή ή να την υποκαταστήσει με άλλη και η κυρίαρχη εταιρεία να αρνείται την πρόσβαση της στους ανταγωνιστές. Υπήρξε η ανάγκη προσδιορισμού κατά πόσο μία εισροή θεωρείται

essential facility, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί το δόγμα των essential facility (το essential facility doctrine-EFD), η OECD με τελευταία προσπάθεια της το 1996 με το “COMPETITION LAW & POLICY The Essential Facilities Concept”. Σύμφωνα με το δόγμα των essential facilities μία κυρίαρχη επιχείρηση που διαθέτει μία εισροή/υποδομή αναγκαία στην παραγωγική διαδικασία των προϊόντων της υποχρεούται να παρέχει λογική χρήση της ευχέρειας αυτής σε λογική τιμή.

Η βασική λογική των essential facilities είναι η ύπαρξη δύο αγορών και μία επιχείρηση που να δραστηριοποιείται και στις δύο. Η επιχείρηση στην ανάντη αγορά να κατέχει οικονομική ισχύ και να προσπαθεί να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά με πολιτικές αποκλεισμού και μη παροχής των βασικών αναγκαίων εισροών/υποδομών. Το “Essential Facility Doctrine” επιχειρεί να δημιουργήσει τις συνθήκες υπό τις οποίες η μονοπωλιακή επιχείρηση υποχρεούται να προμηθεύσει τους ανταγωνιστές της.

Υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση των συνθηκών που μία επιχείρηση υποχρεούται να προμηθεύει την βασική εισροή/υποδομή ανά τις αγορές. Η Ευρωπαϊκή Ένωση σε σχέση με την αγορά των Η.Π.Α. διαφέρει ως προς το ποσοστό που επιβάλλεται η προμήθεια της μονοπωλιακής εταιρείας προς τις άλλες, η Ε.Ε. νομοθεσία επιβάλλει περισσότερο την προμήθεια των essential facilities σε σχέση με την νομοθεσία των Η.Π.Α., που θεωρεί ότι η κατοχή κι μη επέμβαση στην προμήθεια των essential facilities οδηγεί στην καινοτομία κι την ανάπτυξη.

- ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Σύμφωνα με τους σχολιαστές των Η.Π.Α. υπάρχουν τέσσερις προϋποθέσεις που μία κυρίαρχη επιχείρηση που πρέπει να υποχρεούται να επιτρέπει την πρόσβαση στο προϊόν της. Γενικά στις Η.Π.Α. η μη παροχή των essential facilities δεν είναι από μόνη της έκνομη συμπεριφορά, διότι αναγνωρίζει ότι αυτή η συνθήκη συμβάλει στην τεχνολογική ανάπτυξη και στην οικονομική ευημερία της κοινωνίας. Ακόμη, υπάρχουν εξαιρέσεις στις κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις να παρ’ έχουν την εισροή κατ’ επιλογή τους. Μία επιχείρηση υποχρεώνεται στην πρόσβαση των ανταγωνιστών της στην essential facility που κατέχει, όταν πληρούνται οι ακόλουθες τέσσερις βασικές προϋποθέσεις: α) η κατοχή κι ο αποκλειστικός έλεγχος της από μία μονοπωλιακή εταιρεία, β) μη δυνατότητα από τους ανταγωνιστές να παράγουν ή να υποκαταστήσουν την essential facility, γ) να υπάρχει εμφανής άρνηση στην παροχή και φυσικά δ) να μπορεί να αποδειχθεί ότι είναι εφικτή αυτή η παροχή από την μονοπωλιακή εταιρεία προς στους ανταγωνιστές της. Η πρώτη υπόθεση που

εξετάστηκε αυτή η περίπτωση είναι η M.C.I. Communications Corp. εναντίον American Telephone & Telegraph Co. το 1994 (υπόθεση 512 U.S. 218), στην οποία είχαν διατυπωθεί κι οι ανωτέρω προϋποθέσεις.

- ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ

Η Ε.Ε. μέχρι το πρόσφατο παρελθόν δεν υπήρξε διαφορετική αντιμετώπιση των essential facilities από την περίπτωση της αρνήσεως στην πρόσβαση. Τονίζει ότι μία dominant επιχείρηση υποχρεούται να παρέχει πρόσβαση μόνο αν οι ανταγωνιστές της δεν μπορούν να την προμηθευτούν απ' αλλού, με αποτέλεσμα την έξοδο τους από την αγορά, ή αν με τον περιορισμό της παροχής της essential facility περιορίζει τον ανταγωνισμό κι από νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές. Η ύπαρξη μονοπωλιακών χαρακτηριστικών σε μία υποδομή δεν την καθιστά αυτομάτως κι essential facility, κι σε αντίθεση με την αμερικάνικη νομοθεσία ο κάτοχος της θα πρέπει να την παρέχει αδιακρίτως σε άλλες επιχειρήσεις, κι όχι σε αυτές που προτιμά!. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση σαν essential facilities λογίζονται, υποδομές, δίκτυα τηλεπικοινωνιών, δίκτυα ηλεκτρικής ενέργειας, Α' ύλης, τεχνογνωσία, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και η πρόσβαση στις πληροφορίες.

- ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

Στην Αυστραλία αν μία παροχή θεωρείται essential facility το αποφασίζει ο Υπουργός πολιτικής ανταγωνισμού. Στην απόφαση του λαμβάνει υπόψη του κατά πόσο μία εισροή που κατέχει η κυρίαρχη εταιρεία είναι απολύτως αναγκαία κι όχι απλώς βολική επιλογή της ανταγωνίστριας εταιρείας. Έπειτα συγκρίνει τη σημασία αυτής της επιλογής για το δημόσιο/κρατικό συμφέρον, συνυπολογίζοντας κατά πόσο ο κλάδος είναι υψηλής σημασίας για την εθνική οικονομία και κατά πόσο θα επηρεαστεί το επίπεδο της εθνικής ανταγωνιστικότητας για το συγκεκριμένο κλάδο. Τέλος, πρέπει να υπολογιστούν οι συνθήκες, ώστε να προστατεύονται τα δικαιώματα της κυρίαρχης εταιρείας, σε αυτούς τους όρους/συνθήκες θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κι οι μελλοντικές αξίες της εταιρείας. Συχνό χαρακτηριστικό αυτών των υποθέσεων είναι η κρατική φύση των υποδομών, είτε ως ιδιοκτήτης, είτε ως ρυθμιστής.

- ΚΙΝΑ

Ο αντιμονοπωλιακός νόμος «AML» της Κίνας χρονολογείται μικρότερος της δεκαετίας. Λόγω του σημαντικού μεγέθους της οικονομίας της Κίνας, οι πρακτικές που επιχειρούνται έχουν παγκόσμιες επιπτώσεις. Τα πρόσφατα σχέδια των κατευθυντήριων γραμμών

εφαρμογής και κανόνες για AML της Κίνας ακολουθούν τις βασικές αρχές/γραμμές του essential facilities doctrine (EFD) των Η.Π.Α. και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Παρ' όλο που ο Επίτροπος Ohlhausen επεσήμανε ότι ορισμένοι στην Κίνα παρερμηνεύουν το essential facilities doctrine (EFD) των Η.Π.Α., γι' αυτό έχει προτείνει μια ευρεία εφαρμογή των υποχρεωτικών αδειών εκμετάλλευσης ως αντιμονοπωλιακή θεραπεία. Η αντιμονοπωλιακή πραγματικότητα υποστηρίζει ότι το «essential facilities doctrine (EFD)» είναι τόσο επιβλαβές όσο και περιττό και θα πρέπει να εγκαταλειφθεί. Στη Κίνα διαφαίνεται μεγαλύτερη αποδοχή του κι μετά από τις κατευθυντήριες οδηγίες του State Administration for Industry and Commerce (“SAIC”) το 2012, δημιουργήθηκε ένα άρθρο στο AML, ώστε να συμπεριλαμβάνεται το EFD.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι υπάρχουσες κινεζικές συνθήκες σχετικά με το θέμα των essential facilities τείνουν να περιορίζουν την αδειοδότηση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Το άρθρο 55 του AML ενσωματώνει βασικές διευκολύνσεις σε σχέση με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, συγκεκριμένα: *«δεν εφαρμόζεται στη συμπεριφορά των επιχειρήσεων κατά την άσκηση των δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας. . . αλλά αυτό είναι το εφαρμοστέο δίκαιο στη συμπεριφορά των επιχειρήσεων που εξαλείφει ή περιορίζει τον ανταγωνισμό με την κατάχρηση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας τους. / is not applicable to undertakings' conduct in the exercise of intellectual property rights . . .but this Law is applicable to undertakings' conduct that eliminates or restricts competition by abusing their intellectual property rights.»*

2.4 Τύποι Καταχρηστικών Πρακτικών

Οι καταχρηστικές πρακτικές μίας επιχείρησης μπορούν να διακριθούν σε πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα, αφορούν κινήσεις που χρησιμοποιούν την τιμή του προϊόντος, και σε πρακτικές μη τιμολογιακού χαρακτήρα, όλες οι υπόλοιπες. Μία επιχείρηση που κατέχει Δεσπόζουσα Θέση κι επιδιώκει αύξηση της ανταγωνιστικής της θέσης πλήττοντας τον ανταγωνισμό, το πλεόνασμα του καταναλωτή και πιθανόν άλλους κλάδους ή τομείς της παραγωγής που συνδέονται μέσω της αλυσίδας παραγωγής με αυτήν, κάνοντας χρήση μία εκ των πρακτικών, θεωρούμε ότι καταχράται της θέσεως της. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις που μέσω διάφορων/παρόμοιων πρακτικών επιδιώκουν την αύξηση της οικονομικής τους ισχύος, δεν θεωρείτε ότι χρησιμοποιούν έκνομες πρακτικές, διότι δεν επηρεάζουν αρνητικά τον ανταγωνισμό κι ωφελούν το πλεόνασμα του καταναλωτή

(ενδεχομένως σε βάρος του δικού τους), και οι θεσμοθετημένες αρχές δεν ασχολούνται μαζί τους.

Οι πρακτικές αποκλεισμού δύναται να επηρεάσουν τον ανταγωνισμό, το επίπεδο καινοτομίας σε έναν κλάδο, τη δημιουργία φραγμών εισόδου κι εξόδου από τον κλάδο (συνεπώς επιδρά τόσο στον υφιστάμενο όσο και στον εν δυνάμει ανταγωνισμό), να υποβαθμίσει τα στάδια μίας κάθετης αλυσίδας παραγωγής ή της δευτερεύουσας αγοράς λόγω των περιορισμών στην κύρια. Ακολούθως θα αναπτυχθούν μερικές από τις κυριότερες πρακτικές που συνηθίζονται να αποτελούν εργαλεία σε καταχρηστικές πολιτικές.

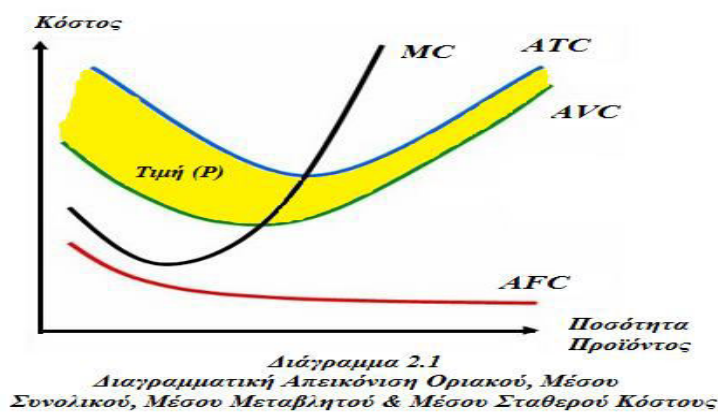
1^η Πρακτική: Η επιθετική τιμολόγηση (price predatory) αποτελεί μία εκ των αντιπροσωπευτικών καταχρηστικών πρακτικών τιμολογιακού χαρακτήρα μίας επιχείρησης με Δεσπόζουσας Θέσης. Όταν μία επιχείρηση που αποσκοπεί στην απομάκρυνση του υφιστάμενου ανταγωνισμού, ανεξαρτήτως τυχών βραχυχρονίων ζημιών, αφού στο πλάνο της είναι να τα ανακτήσει σε μελλοντική βάση όταν θα κατέχει το μονοπώλιο. Οι βραχυχρόνιες ζημιές προκύπτουν από την επιλογή της επιχειρήσεως να τιμολογήσει επιθετικά, δηλαδή να τιμολογήσει τα προϊόντα της κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους (μάλιστα μερικές φορές κάτω του βραχυχρονίου κόστους της).

Η εφαρμογή της εν λόγω πρακτικής προϋποθέτει κάποια δεδομένα: α) να «κατέχει τη πληροφορία», δηλαδή σε σχέση με τους ανταγωνιστές της να έχει όλες τις πληροφορίες της κεφαλαιαγοράς και να μπορεί να δανειστεί σε ευνοϊκότερους όρους, β) να έχει δημιουργήσει επαρκή πλεονάζουσα παραγωγή, ώστε να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση, γ) καθώς και αρκετό κεφαλαιακό «λίπος» ώστε να μπορεί να επιβιώσει στις βραχυχρόνιες ζημιές.

Ωστόσο, μία χαμηλή πολιτική τιμής δεν θεωρείται από μόνη της καταχρηστική πολιτική. Πρέπει να αποδειχθεί η σχέση του κόστους-τιμής της επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση, καθώς και να διαφαίνονται οι προσπάθειες της κυρίαρχης επιχείρησης να εκτοπίσει τους ανταγωνιστές της, κι αυτό γιατί μία επιχείρηση που επιλέγει να κινείται «ανορθόδοξα», δηλαδή με την τιμολογιακή πολιτική της να μην καλύπτονται τα κόστη της, αποδεικνύεται μακροπρόθεσμα ότι επιθυμεί σε μελλοντικά μονοπωλιακά κέρδη.

Αντιπροσωπευτικές περιπτώσεις, που τα δικαστήρια αποφάνθηκαν κατά αυτής της πρακτικής, είναι η υπόθεση «C-62/86 AKZO Chemie BV κατά της Επιτροπής»⁽¹⁸⁾ και της υπόθεσης «France Telecom»⁽¹⁹⁾. Παρ' όλο που το Δικαστήριο δεν μπόρεσε να αποφανθεί τότε μια επιχείρηση Δεσπόζουσας Θέσης θεωρείται ότι εφαρμόζει ληστρική τιμολογιακή πολιτική εάν κυμαίνεται η τιμή κάτω του μέσου συνολικού κόστους/ATC⁽²⁰⁾ (το συνολικό

κόστος αθροίζει το σταθερό κόστος και το μεταβλητό κόστος) κι άνω του μέσου μεταβλητού κόστους/ $AVC^{(21)}$, δηλαδή $AVC < P < ATC$, όπως διαφαίνεται στο Διάγραμμα 2.1. Αυτό συμβαίνει γιατί δεν μπορεί να αποδειχθεί ότι η εν λόγω τιμολόγηση πραγματοποιείται για να αποβάλει τον ανταγωνισμό ή για να διαθέσει την πλεονάζουσα παραγωγή λόγω απαξίωσης της (για παράδειγμα λόγω βελτίωσης των τεχνολογικών επιτευγμάτων) ή απλά γιατί ασκεί προωθητική πολιτική. Χαρακτηριστικά στην υπόθεση της «France Telecom» διατυπώθηκε : «Μολονότι είναι γεγονός ότι η ευθυγράμμιση της κατέχουσας δεσπόζουσας θέσης επιχειρήσεως με τις τιμές των ανταγωνιστών της δεν είναι απαραίτητα καταχρηστική ή κατακριτέα, δεν μπορεί να αποκλειστεί το ενδεχόμενο να αποκτήσει τέτοιο χαρακτήρα όταν δεν αποσκοπεί μόνο στην προάσπιση των συμφερόντων της, αλλά και στην ενίσχυση της εν λόγω Δεσπόζουσας Θέσεως καθώς και την κατάχρησή της».



(18). Υπόθεση C-62/86 AKZO Chemie BV κατά της Επιτροπής: Η απόφαση της υποθέσεως εκδικάστηκε στη 30 Απριλίου του 1986 με γλώσσα εκδίκασης τα ολλανδικά. «Με αυτή την απόφαση, η Επιτροπή έκρινε ότι η AKZO είχε παραβεί το άρθρο 86 της Συνθήκης EOK ακολουθώντας, έναντι της εταιρίας Engineering and Chemical Supplies Ltd, στο εξής: ECS, που είναι εγκατεστημένη στο Stonehouse, Gloucestershire, Ηνωμένο Βασίλειο, τακτική που αποσκοπούσε να ζημιώσει τις εργασίες της τελευταίας και/ή να προκαλέσει την απομάκρυνση της από την κοινοτική αγορά οργανικών υπεροξειδίων. Της επέβαλε, συνεπώς, γι' αυτή την τακτική, της οποίας τα κύρια συστατικά στοιχεία αναφέρονται στο άρθρο 1 της εν λόγω αποφάσεως, πρόστιμο 10 εκατομμυρίων ECU. Εκτός από του να παύσει αμέσως η ανωτέρω περιγραφείσα παράβαση, τα άρθρα 3, 4 και 5 της ανωτέρω αποφάσεως, επιβάλλουν στην AKZO την τήρηση ορισμένων συμπληρωματικών μέτρων που κρίθηκαν απαραίτητα από την Επιτροπή για να καταστεί δυνατό η απόφαση να παραγάγει τα πλήρη έννομα αποτελέσματα της και να αποκατασταθούν στην αγορά όμοιοι όροι ανταγωνισμού. (Υπόθεση 62/86 R AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων)»

(19). Υπόθεση France Telecom: Στις 16 Ιουλίου του 2003 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάνθηκε κατά της Wanadoo Interactive, θυγατρική της France Télécom, για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης με τη μορφή της επιθετικής πολιτικής τιμών στις υπηρεσίες πρόσβασης ADSL στο διαδίκτυο για το ευρύ κοινό, αφού πρώτα διαπίστωσε ότι οι τιμές λιανικής που χρέωνε ήταν κάτω του κόστους της κι της επέβαλε πρόστιμο € 10,35 εκατ. (COMMISSION DECISION of 16 July 2003 relating to a proceeding under Article 82 of the EC Treaty (COMP/38.233 - Wanadoo Interactive))

(20). Average Total Cost (ATC)/Μέσο Συνολικό Κόστος: Το Μέσο Κόστος είναι η έκφραση της συνάρτησης του κόστους σε σχέση με το κατά μονάδα προϊόντος κόστος. Το μέσο κόστος είναι ο λόγος του κόστους προς την αντίστοιχη ποσότητα προϊόντος. Το μέσο συνολικό κόστος υπολογίζεται ως προς το πηλίκιο (συνολικό κόστος/ποσότητα παραγωγής, δηλ. $ATC=TC/Q$) ή από το άθροισμα μέσου σταθερού και μέσου μεταβλητού κόστους ($ATC = AFC + AVC$)

(21). Average Variable Cost (AVC)/Μέσο Μεταβλητό Κόστος: Το μέσο μεταβλητό κόστος είναι το κατά μονάδα προϊόντος μεταβλητό κόστος και ισούται με το λόγο του συνολικού μεταβλητού κόστους προς την ποσότητα του προϊόντος ($AVC=VC/QC$).

2^η Πρακτική: Μία καταχρηστική πρακτική «καθέτου» τιμολογιακού χαρακτήρα είναι η διακριτή τιμολόγηση (price discrimination). Αυτή η τακτική πραγματοποιείται όταν μία επιχείρηση τιμολογεί διαφορετικά την εκάστοτε ομάδα πελατών. Πριν επέλθουμε στο συμπέρασμα ότι μία επιχείρηση ασκεί διαφορετική πολιτική τιμολόγησης, πρέπει πρώτα να εξετασθεί η ομοιότητα ή μη των συγκρινόμενων περιπτώσεων, καθώς και οι διαφορετικές συνθήκες που δύναται να επικρατούν σε κάθε φαινομενικά όμοια αγορά.

Οι Jorge Padilla και Robert O' Donoghue στην έρευνα τους «The Law and Economics of Article 102 TFEU, 2nd Edition, Hart Publishing», επισημαίνουν μία επιχείρηση κάνει διαφορετική τιμολόγηση όταν επιχειρεί να επωφεληθεί των διαφορών μεταξύ των τιμών επιφύλαξης της εκάστοτε ομάδας, επιβαρύνοντας έτσι κάποιους πελάτες της έναντι άλλων κι με πιθανή επιρροή/στρέβλωση σε δευτερεύουσα αγορά, που κάνει χρήση σαν εισροή το προϊόν της επιχείρησης.

Αφού ληφθούν υπόψη οι διαφορετικές συνθήκες φαινομενικά όμοιων αγορών (ώστε να δικαιολογηθεί αντικειμενικά η διακριτή τιμολόγηση), πρέπει να διαπιστωθεί κατά πόσο το επίπεδο των τιμών διαφέρει από το βαθμό του οριακού κόστους του αγαθού στις διαφορετικές αγορές.

3^η Πρακτική: Οι «Εκπτώσεις» που παρέχουν οι επιχειρήσεις που προμηθεύουν εμπόρους ή διανομείς, που δεν συμβαδίζουν με οικονομικά κριτήρια. Διακρίνονται συνήθως σε «εκπτώσεις πίστης» και «εκπτώσεις επίτευξης στόχου πωλήσεων», στις μεν πρώτες αφορούν τις εκπτώσεις που πραγματοποιούνται πάνω από ένα συγκεκριμένο όριο αγορών, αλλά υπολογίζονται επί του συνολικού κύκλου εργασιών των πελατών της επιχείρησης. Στις δε δεύτερες υπολογίζονται με βάση της περασμένης χρονιάς κύκλου εργασιών, επιδιώκοντας να αγοράζουν οι πελάτες περισσότερο χρόνο με το χρόνο. Και οι δύο μορφές εκπτώσεων αποτελούν μίας μορφής τιμολογιακού ανταγωνισμού.

Οι Αρχές για να εκτιμήσουν αν εφαρμόζεται η πρακτική των εκπτώσεων πρέπει να διαπιστωθεί το σύνολο των περιστάσεων και των κριτηρίων χορηγήσεως των εκπτώσεων κι αν στηρίζονται σε οικονομικές παροχές. Δεν πρέπει να διαπιστωθούν ότι με αυτές επιχειρείται από μέρους της επιχειρήσεως να ενισχύσει τη Δεσπόζουσα Θέση και να μειώσει των ανταγωνισμό, θέτοντας εμπόδια εισόδου σε νέους κι εκδιώκοντας τους υφισταμένους.

4^η Πρακτική: Μία επιχείρηση μπορεί να επιβάλει υπερβολικά υψηλές τιμές πωλήσεως τόσο προς τους πελάτες όσο και στους προμηθευτές. Για την διαπίστωση της πρακτικής «υπερβολικής τιμής» πρέπει να διαπιστωθεί η μεγάλη απόκλιση από το κόστος παραγωγής κι

η διατήρηση της για μεγάλο χρονικό διάστημα χωρίς να περιορίζεται το μερίδιο αγοράς της επιχειρήσεως. Για την εξακρίβωση αυτής της καταχρηστικής πολιτικής πρέπει να υπάρξει συσχέτιση με τις τιμές των άλλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων/αγορών συνυπολογίζοντας τη διαφοροποίηση των αγορών λόγω διαφορετικής γεωγραφικής αγοράς⁽²²⁾ ή κόστους μεταφοράς.

5^η Πρακτική: Σε μία επιχείρηση με δεσπύζουσα θέση υπάρχει η πιθανότητα να καταχραστεί την ισχύ της με τη πρακτική της «άρνησεως πωλήσεων». Η πρακτική αυτή ανήκει στη μη τιμολογιακού χαρακτήρα πρακτικές και υφίστατο κυρίως σε περιπτώσεις που μία επιχείρηση κατέχει μία κύρια εισροή στην άνω/upstream αγορά⁽²³⁾ κι αρνείται την παροχή της στους ανταγωνιστές της που δραστηριοποιούνται στην κάτω/downstream αγορά⁽²⁴⁾, με αποτέλεσμα να περιορίζει/υποδαυλίζει τον ανταγωνισμό στη δεύτερη αγορά. Παραδείγματα τέτοιας εισροής δύναται να είναι δίκτυα (πχ τηλεφωνικά) και οδικά δίκτυα ή λιμάνια. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι η άρνηση πωλήσεως συνυφάνεται με την πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους (που θα αναπτυχθεί εκτενώς στα ακόλουθα κεφάλαια).

6^η Πρακτική: Μία εναλλακτική είναι οι περιπτώσεις των «δεσμευμένων πωλήσεων» και «συνδεδεμένων πωλήσεων» κι αφορά στο συνδυασμό και σύνδεση την πώληση δύο ή περισσότερων προϊόντων σε ένα συνδυαστικό πακέτο προϊόντων ως ένα. Οι Jorge Padilla και Robert O' Donoghue την διακρίνουν σε τρεις κατηγορίες: pure bundling⁽²⁵⁾, tying⁽²⁶⁾ και mixed bundling⁽²⁷⁾. Ο συνδυασμός δύναται να είναι τεχνολογική - όπως η περίπτωση εκτυπωτών/μελανιών-, ή μέσω συμβολαίου όπως είναι ασφαλιστικά προϊόντα. Αποτελεί μία πρακτική διακρίσεως τιμών με αρνητικές επιπτώσεις στον ελεύθερο ανταγωνισμό και στο

(22). Γεωγραφική Αγορά: «Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά». (ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/C 372/03))

(23). Upstream αγορά: Το άνω στάδιο της διαδικασίας παραγωγής περιλαμβάνει το πρώτο μέρος της παραγωγικής διαδικασίας όπως είναι οι Α' ύλες κι τα μέσα/δίκτυα διανομής.

(24). Downstream αγορά: Το κάτω στάδιο της διαδικασίας παραγωγής περιλαμβάνει την επεξεργασία των υλικών που επεξεργάζονται/υπάρχουν στο άνω στάδιο της διαδικασίας παραγωγής, περιλαμβάνει τη περαιτέρω πώληση του ενδιάμεσου προϊόντος προς τον τελικό καταναλωτή ή άλλες επιχειρήσεις.

(25). Pure Bundling: Τα προϊόντα του συνδυαστικού πακέτου δεν δύναται να προσφερθούν ξεχωριστά, αλλά μόνο ως μέρος του πακέτου, και είναι διαθέσιμα μόνο σε σταθερές αναλογίες.

(26). Tying: Τα προϊόντα του συνδυαστικού πακέτου ποικίλουν, σε αυτά που προσφέρονται και μεμονωμένα και σε αυτά που διατίθενται μόνο μέσω του πακέτου, υποχρεώνοντας έμμεσα τους καταναλωτές των δευτέρων να αγοράσουν και τα πρώτα.

(27). Mixed Bundling: Τα προϊόντα του συνδυαστικού πακέτου διατίθενται και μεμονωμένα, αλλά η αγορά του πακέτου είναι σε μειωμένη τιμή σε σχέση αγοράζοντας αθροιστικά μεμονωμένα τα προϊόντα αυτά.

πλεόνασμα του καταναλωτή. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα δεσμευμένων πωλήσεων αποτελεί η υπόθεση της Microsoft, όταν το 2000 διευρύνθηκε η σύνδεση του προϊόντος «Windows Media Player» με το λειτουργικό σύστημα «Windows 2000», όπου διαπιστώθηκε ότι η διάδοση του προϊόντος «Windows Media Player» σε εταιρίες μουσικής, ταινιών κι άλλων συναφών μέσων και των αντίστοιχων εταιρειών ανάπτυξης αυτών των λογισμικών, λόγω της συνδέσεως τους με τα λειτουργικά συστήματα της Microsoft.

7^η Πρακτική: Μία εταιρεία με οικονομική ισχύ με σκοπό την ενίσχυση και τη διατήρηση έναντι των ανταγωνιστών της συνάπτει «συμβόλαια αποκλειστικότητας», όπου δεσμεύουν επιχειρήσεις (προμηθευτές ή πελάτες) να πωλούν/προμηθεύονται μόνο από αυτήν, αποκλείοντας τους ανταγωνιστές της (υφιστάμενους ή εν δυνάμει). Η πρακτική αυτή θεωρείται καταχρηστική ακόμη κι αν έχει γίνει κατόπιν αιτήσεως των αντισυμβαλλομένων μερών. Τα αποτελέσματα της δύναται να είναι ευεργετικά προς την κοινωνική ευημερία, αφού μπορεί να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα στην παραγωγή των αγαθών.

2.5 Συμπίεση Περιθωρίου Τιμών (Margin/Price Squeeze)

Μία επιχείρηση με οικονομική ισχύ, η οποία είναι κάθετα ολοκληρωμένη (δηλαδή δραστηριοποιείται σε δύο ή περισσότερα επίπεδα της κάθετης παραγωγής ενός προϊόντος) κι κατέχει τον έλεγχο μίας σημαντικής εισροής ή μίας βασικής «διευκόλυνσης», όπως είναι οι γραμμές τραίνων, τηλεφωνικών δικτύων ή δικτύου για τη διαμετακόμιση/παροχής ενέργειας, εξαιτίας της νομοθεσίας δικαίου του ανταγωνισμού δεν μπορεί να αποφύγει την «πώληση» του προϊόντος σε ανταγωνιστές στη δεύτερη αγορά. Πάραυτα, έχει τη δυνατότητα να συμπίεσει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της αυξάνοντας το κόστος τους. Η καταχρηστική αυτή πρακτική μπορεί να δημιουργήσει ζημίες στους ανταγωνιστές της κι να τους οδηγήσει στην πτώχευση και στην απομάκρυνση τους από την αγορά, μειώνοντας έτσι τον ανταγωνισμό. Στην Ε.Ε. η πρακτική αυτή νομοθετείται ως έκνομη πράξη σύμφωνα με το άρθρο 102 του ΤFEU.

Ωστόσο, μία καθετοποιημένη επιχείρηση που δεν καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της, αυξάνει τόσο την αποτελεσματικότητά της, όσο και το πλεόνασμα των καταναλωτών, αποτελώντας μία ωφέλιμη στρατηγική των επιχειρήσεων για την κοινωνική ευημερία.

Η πρακτική συμπίεσης περιθωρίου τιμών ασκείται από την ηγέτιδα επιχείρηση της ανάντης αγορά μέσω τριών στρατηγικών. Αρχικώς, η επιχείρηση επιλέγει να προμηθεύει την ανταγωνίστρια εταιρία σε επίπεδα τιμών που η τελευταία να μη δύναται να πραγματοποιήσει

κέρδη στην κατάντη αγορά. Κατά δεύτερων, τιμολογεί επιθετικά, χαμηλότερα του κόστους, ώστε συνολικά στις δύο αγορές αυτή να παραμένει επικερδής. Τελικώς, επιλέγει μία συνδυαστική στρατηγική πάντα στο σκεπτικό συμπίεσης του περιθωρίου κέρδους των ανταγωνιστών της, μεταξύ της χονδρικής και λιανικής τιμής που θέτει ως επιχείρηση.

Μετά της απελευθέρωσης πρώην μονοπωλιακών αγορών, όπως αυτών των γραμμών των τρενών, του ηλεκτρισμού, των τηλεπικοινωνιών και του νερού, οι Αρχές διάφορων χωρών/ενώσεων χωρών κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν περισσότερες υποθέσεις «συμπίεσης περιθωρίου κέρδους», σε σχέση με πριν το 2000 μ.Χ. όπου η νομοθεσία υπήρξε σχετικά ελάχιστη, όπως αναφέρουν κι οι Jorge Padilla και Robert O' Donoghue στο «The Law and Economics of Article 102EC, 2nd Edition» .

Μία πρώτη προσέγγιση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους με μαθηματικούς όρους είναι η ακόλουθη:

$$P - C + M \leq 0 \quad (2.1)$$

Όπου: P, η τιμή του προϊόντος

C, τα κόστη παραγωγής

M, το εύλογο περιθώριο κέρδους

Ένα παράδειγμα εφαρμογής της ανωτέρω συνάρτησης είναι στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες όπου:

$$C = CW + CR + CN \quad (2.2)$$

Όπου: CW, τα κόστη χονδρικής

CR, τα κόστη λιανικής

CN, τα κόστη ίδιου δικτύου

Συνδυάζοντας τις συναρτήσεις (2.1) & (2.2) προκύπτει:

$$P - (CW + CR + CN) + M \leq 0,$$

όπου P η τιμή της υπηρεσίας της ηλεκτρονικής επικοινωνίας.

2.6 Προσεγγίσεις Συμπίεσης Περιθωρίου Τιμών

Η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους μπορεί να υιοθετηθεί από μία επιχείρηση που είναι καθετοποιημένη σε μία ανάντη αγορά και σε μία κατάντη αγορά. Στην ανάντη αγορά διαθέτει μονοπωλιακή δύναμη ώστε να εξασφαλίζει ανταγωνιστικά οφέλη στην κατάντη αγορά. Εξαιρώντας την ακραία μορφή στρατηγικής αποκλεισμού, δηλαδή αρνήσεως παροχής της αναγκαίας εισροής από την ανάντη αγορά στους ανταγωνιστές της, η επιχείρηση μπορεί

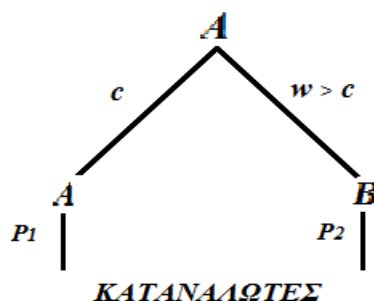
να συμπίεσει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της στην κατάντη αγορά, είτε θέτοντας υψηλή τιμή στην πώληση της «εισροής» στους ανταγωνιστές, είτε θέτοντας πολύ χαμηλή (ληστρική τιμολόγηση) στους καταναλωτές σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, είτε φυσικά συνδυασμός των δύο. Τελικός στόχος σε οποιαδήποτε εκ των επιλογών της κυρίαρχης επιχείρησης είναι είτε η αποδυνάμωση των ανταγωνιστών της στην κατάντη αγορά ή ο αποκλεισμός αυτών εξολοκλήρου από την αγορά.

2.6.1 Είδη

Στην έρευνα τους «The Law and Economics of Article 102EC, 2nd Edition» οι Jorge Padilla και Robert O' Donoghue διατύπωσαν την ύπαρξη τριών διαφορετικών τύπων «συμπίεσης περιθωρίου κέρδους», ανάλογα με τον τρόπο επίτευξης τους.

A. Στο πρώτο τύπο η κυρίαρχη κάθετη ολοκληρωμένη επιχείρηση χρεώνει με διάκριση τιμών τον «εαυτό» της στην κατάντη αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Λογίζεται για την επιχείρηση ως μία αποτελεσματική πρακτική στην περίπτωση που δεν υπάρχει ανερχόμενος ανταγωνισμός στην παροχή υποκατάστατων προϊόντων στην ανάντη αγορά κι με αυτήν την πρακτική είτε επιτυγχάνεται η συμπίεση του κέρδους των ανταγωνιστών (αυξάνοντας το κόστος παραγωγής των ανταγωνιστών της), είτε η άρνηση συνεργασίας εκ μέρους των ανταγωνιστών της.

Θεωρώντας ως **A** την κυρίαρχη επιχείρηση, **B** η ανταγωνίστρια εταιρεία, **c** το κόστος παραγωγής της κυρίαρχης επιχείρησης, όπου $(c = MC)$, **w** η τιμή που χρεώνει την ανταγωνίστρια εταιρεία στην κατάντη αγορά, **P1** η τιμή λιανικής πώλησης της κυρίαρχης επιχείρησης στην κατάντη αγορά και **P2** η τιμή της ανταγωνίστριας εταιρείας, έχουμε σε υποτύπωση σχήματος το κάτωθι διάγραμμα:

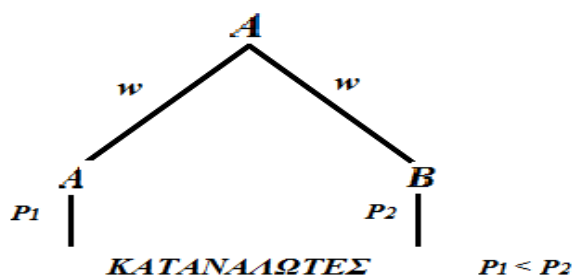


Διάγραμμα 2.2

Διαγραμματική Απεικόνιση Ανάντης / Κατάντης Αγοράς

Υποθέτοντας ότι οι δύο επιχειρήσεις (ολιγοπωλιακή αγορά) είχαν πρόσβαση στην εισροή με ίσους όρους/κόστη, τότε οι τιμές που θα διαμορφωθούν εξαρτάται από το αν οι δύο εταιρείες ανταγωνίζονται σε τιμές ή ποσότητες και κατ' επέκταση η τιμή και το κέρδος ισορροπίας θα διαμορφωνόταν κατά Cournot-Nash⁽²⁸⁾ ή Bertrand⁽²⁹⁾. Με άνισους όρους μεγαλύτερη του κόστους παραγωγής c στην κατάντη αγορά, η εταιρεία **B** εμφανίζει μηδενικά ή αρνητικά κέρδη, οδηγώντας την σε έξοδο από την αγορά ή/και αποδυνάμωση του ανταγωνισμού στην αγορά, καθιστώντας αυτόματα το μονοπώλια την επιχείρηση **A**.

B. Στο δεύτερο τύπο της συμπίεσης περιθωρίου τιμών η κυρίαρχη επιχείρηση δεν κάνει χρήση τη διάκριση τιμών αλλά τη ληστρική πολιτική τιμολόγησης, ωστόσο τα δικά της περιθώρια κέρδους παραμένουν θετικά λόγω της σταυροειδούς επιδοτήσεως μεταξύ χονδρικής και λιανικής αγοράς. Οι ανταγωνιστές της στη κατάντη αγορά για να μη χάσουν το ποσοστό των μεριδίων τους ακολουθούν στη μείωση τιμών. Το Διάγραμμα 2.3 αποτελεί γραμμική παρουσίαση αυτού του τύπου με $P_1 < P_2$.



Διάγραμμα 2.3
Διαγραμματική Απεικόνιση Σχέσεως $P_1 < P_2$

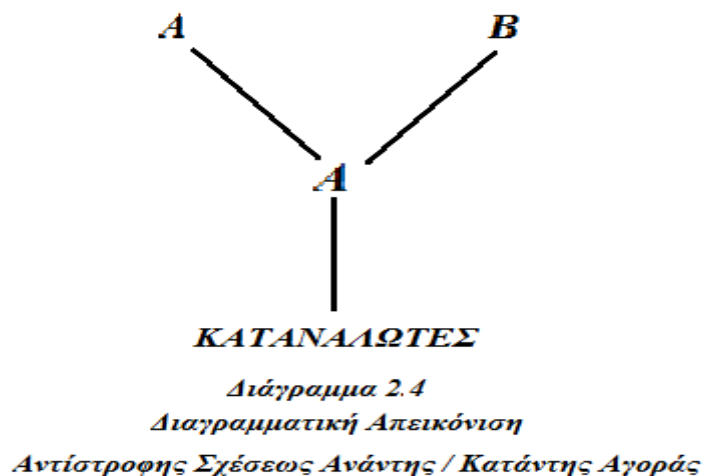
Γ. Στο τρίτο τύπο της συμπίεσης περιθωρίου τιμών η κυρίαρχη επιχείρηση **A**, κάθετα ολοκληρωμένη, βρίσκεται στην κατάντη αγορά κι έχουμε μία αντίστροφη κίνηση των όσων έχουμε αναφέρει.

Για λόγους απλούστευσης θεωρούμε την κάτω αγορά μονοπωλιακή. Η επιχείρηση **A** συμπιέζει την ποσότητα προμήθειας από την ανταγωνιστική εταιρεία **B**, μειώνοντας την ζήτηση και συμπιέζοντας το περιθώριο κέρδους της. Ακραία περίπτωση είναι η παύση εξ' ολοκλήρου την ζήτηση της από τη **B**, οδηγώντας την εκτός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

(28). Ισορροπία κατά Cournot: Το 1838 πρότεινε ένα μαθηματικό μοντέλο για να μοντελοποιήσει προβλήματα στρατηγικής και ανταγωνισμού μεταξύ εταιριών σε ένα ολιγοπώλιο, με σκοπό την εύρεση της ισορροπίας ενός παιγνίου σε επιχειρήσεις που παράγουν ένα μοναδικό αγαθό. Το κόστος της εταιρείας i για την παραγωγή Q_i μονάδες του προϊόντος είναι $C_i(Q_i)$ όπου C_i είναι μια αύξουσα συνάρτηση. Όλη η παραγωγή πωλείται στην ίδια τιμή η οποία καθορίζεται – από τη ζήτηση για το προϊόν, και – τη συνολική συνολική παραγωγή παραγωγή όλων των εταιρειών εταιρειών. Για συνολική παραγωγή Q , η τιμή του προϊόντος (market price) είναι $P(Q)$. (Κάθε εταιρεία επιλέγει το μέγεθος της παραγωγής, έτσι τιμή καθορίζεται από τη συνολική παραγωγή.)

(29). Ισορροπία κατά Bertrand: Ο Joseph Louis Francois Bertrand θεώρησε λάθος την προσέγγιση του Cournot. Θεώρησε ότι κάθε εταιρεία επιλέγει μια τιμή, έτσι κάθε εταιρεία παράγει αρκετά ώστε να καλύψει τη (δική της) ζήτηση. Τα μοντέλα των Cournot και Bertrand είναι στρατηγικά παίγνια (strategic games) που διαφέρουν μόνο στη στρατηγική μεταβλητή (strategic variable). Και στα δύο μοντέλα η λύση είναι το Nash equilibrium.

ή/και αγοράς. Στο Διάγραμμα 2.4 βλέπουμε αυτήν την αναπαράσταση.



2.6.2 Κίνητρα

Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι η αποτελεσματικότητα μίας επιχείρησης -ανεξαρτήτως αν κατέχει δεσπόζουσα θέση - δεν είναι απόδειξη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Οι έκαστες Αρχές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη αν ο αποκλεισμός των επιχειρήσεων είναι αποτέλεσμα πρακτικής καταχρήσεως ή αποτελεσματικότητας. Σημαντικό παράγοντα διαδραματίζει η χρονική διάρκεια που έλαβε μέρος η έκαστη πρακτική (για παράδειγμα αν αποτελεί μέρος πολιτικής προώθησης πωλήσεων σε μία αναπτυσσόμενη αγορά) κι αν αποκλείει έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή. Η προσπάθεια ανάλυσης των κινήτρων της επιχείρησης να ασκήσει πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι ζωτικής σημασίας για την Πολιτική Ανταγωνισμού, ώστε να τεκμηριωθεί η ύπαρξη της.

Μία επιχείρηση με οικονομική ισχύ για να έχει κίνητρα να επιλέξει στρατηγική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, παρά τους κινδύνους να αντιμετωπίσει τους κανονισμούς και τη νομοθεσία δικαίου του ανταγωνισμού, θα πρέπει να συντρέχουν κι άλλες συνθήκες όπως: η έλλειψη προμηθευτών, η κερδοφορία της κατάντης αγοράς να είναι υψηλότερη της ανάντης αγοράς, η ύπαρξη ομοιογένειας των προϊόντων κι μη τέλειος ανταγωνισμός στην κατάντη αγορά, η ένταση της πίεσεως από τους ανταγωνιστές και η ευκολία επέκτασης τους στην ανάντη αγορά. Ωστόσο, υπάρχουν και συνθήκες που η ύπαρξη ανταγωνισμού ευνοεί την κυρίαρχη επιχείρηση, όπως όταν η ανάντη αγορά διέπεται από μονοπώλιο δεν υπάρχει κίνητρο αποκλεισμού.

Οι κυριότεροι παράγοντες για να επιχειρηθεί πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αφορούν το είδος & μέγεθος του ανταγωνισμού, τη δομή της αγοράς και τη

φύση/υποκατάστατα του προϊόντος. Στη περίπτωση του διαφοροποιημένου προϊόντος, η περίπτωση της ενθάρρυνσης της επιχείρησης να επιλέξει πολιτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους εξετάζεται με το μοντέλο ανταγωνισμού Cournot.

Αρχικά θεωρούμε το δυοπώλιο Cournot με επιχειρήσεις που παράγουν διαφοροποιημένο προϊόν. Κι έχουμε: P_i η τιμή του προϊόντος, Q_i η ζήτηση του προϊόντος, c το κόστος παραγωγής, s ο βαθμός υποκατάστασης μεταξύ των δύο προϊόντων (όπου ισχύει $0 \leq s \leq 1$) και a μία σταθερά. Με δεδομένη την αντίστροφη συνάρτηση ζήτησης ($P_i = a - Q_i - sQ_j$: Συνάρτηση $3^{\text{η}}$) έχουμε τις κάτωθι συναρτήσεις αντίδρασης των επιχειρήσεων:

$$\alpha) Q_i = (a - sQ_j - c)/2 \quad (2.4)$$

$$\beta) Q_j = (a - sQ_i - c)/2 \quad (2.5)$$

Εκ των Συναρτήσεων (2.4) και (2.5) διαπιστώνεται η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς και ζήτησης κι αν θα επιλεγεί από την επιχείρηση δεσπόζουσα θέση η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

Στην περίπτωση της υποκατάστασης ζήτησης στην κατάντη αγορά, όσο πιο πολύ διαφοροποιημένο το προϊόν τόσο διαφοροποιείται η ζήτηση, έτσι δεν δημιουργούνται συνθήκες να ασκήσει την εν λόγω πρακτική. Αυτό συμβαίνει διότι αφού είναι πλήρως διαφοροποιημένο το προϊόν είναι ήδη μονοπώλιο στην αγορά κι επομένως δεν θα αποφέρει σημαντικό επιπρόσθετο κέρδος για την καθετοποιημένη επιχείρηση.

2.6.3 Νομικές & Οικονομικές Συνθήκες

Η βασική νομοθεσία για τη μελέτη κι αντιμετώπιση της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αναφέρεται στη Ε.Ε. στο άρθρο 102 του ΤFEU, είναι μικρός ο αριθμός των βασικών νομικών συνθηκών που πρέπει να ικανοποιούνται, ώστε οι Αρχές Ανταγωνισμού να αντιμετωπίσουν μία στρατηγική ως πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

Ένα από τα ζητήματα που πρέπει να υπάρχουν είναι η κάθετη ολοκλήρωση της υπό εξέτασης επιχείρησης. Είναι αυτονόητο ότι δεν μπορεί να εξετάζεται μία υπόθεση σαν πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αν η επιχείρηση δεν δραστηριοποιείται τόσο στην ανάντη αγορά όσο και στην κατάντη αγορά, ειδάλλως θα εξεταζόταν σαν περίπτωση εκμετάλλευσης μονοπωλιακής θέσης. Μόνο η κάθετα ολοκληρωμένη κυρίαρχη επιχείρηση μπορεί να κάνει χρήση της διακριτής τιμολόγησης, χρεώνοντας υψηλότερη τιμή στους μη-καθετοποιημένους ανταγωνιστές της.

Στη συνέχεια θα πρέπει το αγαθό της ανάντη αγοράς να μην δύναται υποκατάστασης κι να είναι βασικό και σταθερών αναλογιών στην κατάντη αγορά (να αποτελεί μεγάλο μέρος στο κόστος παραγωγής), για να θεωρηθεί ότι υπάρχει υποψία πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Καθώς επίσης, η καθετοποιημένη επιχείρηση αν δεν κατέχει το μονοπώλιο της αγοράς, να κατέχει τουλάχιστον δεσπόζουσα θέση στην αγορά.

Τέλος, νομικά θα πρέπει να συγκεκριμενοποιηθεί η μεθοδολογία των νομικών τεστ καθώς και η διασφάλιση της συγκρισιμότητας των δεδομένων (εισροών, κόστους και εσόδων) κι να διαπιστωθεί αν η δραστηριότητα της επικρατούσας επιχείρησης αν είναι αντισυμβαλλοτική (αν δηλαδή η δραστηριότητα της επιφέρει ζημιές στις ανταγωνιστικές εταιρείες ή τη μη δυνατότητα πραγματοποίησης λογικού κέρδους).

Από την πλευρά των οικονομικών συνθηκών οι τέσσερις βασικές απαραίτητες προϋποθέσεις που πρέπει να εκπληρούνται ώστε η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση να έχει υψηλό κέρδος, που να αντισταθμίζει την πιθανότητα αντιμετώπισης της νομοθεσίας των αρχών της Πολιτικής Ανταγωνισμού, είναι: η οικονομική ισχύ στην ανάντη αγορά, ένα ποσοστό ισχύος στην κατάντη αγορά, η ύπαρξη εμποδίων εισόδου και οι ασυμμετρίες μεταξύ της επικρατούσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της.

Η οικονομική ισχύ στην πάνω αγορά της κάθετης ολοκληρωμένης επιχείρησης είναι φυσικό επακόλουθο από το γεγονός ότι προμηθεύει την κάτω αγορά με βασική εισροή που δεν έχει υποκατάστατα, η μη ύπαρξη της δεν θα επέτρεπε τη χρήση της πρακτικής αυτής. Από την άλλη θα πρέπει να διαθέτει και μία σχετική ισχύ και στην κάτω αγορά, ώστε να μπορεί να εφαρμοστεί η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, διότι είναι απαραίτητο να μπορεί να ελέγχει τη συμπίεση του περιθωρίου κέρδους, ώστε οι ανταγωνιστές της να μην το μεταφέρουν προς τους καταναλωτές, αλλά να δύναται να ελέγχει τη τιμή λιανικής.

Τα εμπόδια εισόδου τόσο στην ανάντη όσο και στην κατάντη αγορά προσφέρει στην επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί την ισχύ της και να θέσει τις τιμές που την ωφελούν χωρίς να υπάρχει κίνδυνος αύξησης του ανταγωνισμού, που θα επιδιώξει να λάβει μερίδιο στα υψηλά κέρδη. Τέλος, οι ασυμμετρίες στην πληροφόρηση (δημιουργεί φήμη επιθετικότητας ή/και μπορεί να χρηματοδοτηθεί με ευνοϊκότερους όρους), στο κόστος παραγωγής, στη δυνατότητα χρηματικών αποθεμάτων και στην παραγωγή της επιχείρησης σε σχέση με τις ανταγωνιστικές της εταιρείες, της δίνει την δυνατότητα να εκμεταλλευτεί και να πιέσει με τη χρήση πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

2.6.4 Θεωρητική Αντιμετώπιση της Συμπίεσης Περιθωρίου Κέρδους

Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών 1960 και 1970 οι πρακτικές εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης όπως η συμπίεση περιθωρίου κέρδους τίθενται στο μικροσκόπιο από θεωρητικούς, όπως τους υποστηρικτές της σχολής του Chicago, ως προς τον αποκλεισμό του ελευθέρου ανταγωνισμού από τις καθετοποιημένες επιχειρήσεις.

Στηριζόμενοι στο θεώρημα του μονοπωλιακού κέρδους (single monopoly profit theorem), όπου υποστηρίζεται ότι μία επιχείρηση που είναι μονοπώλιο σε ένα στάδιο της παραγωγής, δεν πρέπει να επιδιώκει την κάθετη ολοκλήρωση, αλλά αντιθέτως να προωθεί την αύξηση του ανταγωνισμού στο επόμενο επίπεδο παραγωγής. Όταν θα αυξηθεί ο ανταγωνισμός στο επόμενο στάδιο θα οδηγήσει στη μείωση των τιμών και κατ' επέκταση στην αύξηση της ζητούμενης ποσότητας. Η αύξηση της ζητούμενης ποσότητας θα οδηγήσει στην αύξηση του μονοπωλιακού κέρδους της, αφού αυτή ελέγχει αποκλειστικά ένα από τα πρώτα στάδια της παραγωγής. Στηριζόμενοι σε αυτό το θεώρημα η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αποδεικνύεται ότι είναι μη ορθολογική επιλογή, αφού έτσι περιορίζεται ο ανταγωνισμός στην κατάντη αγορά και του συνόλου των πωλήσεων, αφού αυξάνεται η τιμή και μειώνεται η ζήτηση και συνεπώς μειώνονται τα μονοπωλιακά κέρδη της. Θέτοντας τιμή άνω της τιμής μεγιστοποίησης κέρδους της, η μονοπωλιακή εταιρεία, δεν οδηγεί τις εταιρείες στην κατάντη αγορά σε έξοδα, κι η συμπίεση του περιθωρίου κέρδους που τους προκαλεί δεν αντιτίθενται στη νομοθεσία του άρθρου 102 του TFEU.

Τη δεκαετία του 1980 και με την «ανάπτυξη» των θεωριών παιγνίων, αρχίζουν οι πρώτες κριτικές της ανωτέρω προσέγγισης της σχολής του Chicago. Δεσμεύοντας τα προϊόντα της πρωτογενούς αγοράς με τη δευτερογενή, προκύπτει ότι η επικρατούσα επιχείρηση αυξάνει τη δύναμη της και στη κατάντη αγορά, προστατεύοντας τη μονοπωλιακή τους δύναμη, εξηγώντας έτσι την ορθολογικότητα της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Στην περίπτωση που η κατάντη αγορά αποτελείται από ατελή ανταγωνισμό (ολιγοπωλιακές συνθήκες), διαπιστώνεται η ορθολογικότητα της πρακτικής. Μάλιστα για την αποφυγή διπλής υψηλής τιμολόγησης, αν έχουμε μονοπώλιο στην ανάντη αγορά και ολιγοπώλιο στην κατάντη αγορά, τότε με την κάθετη ολοκλήρωση θα μειωθεί η διπλή υψηλή τιμολόγηση, έτσι ευνοείται η κοινωνική ευημερία και το πλεόνασμα του καταναλωτή, διατηρώντας την τιμή χαμηλότερη του μονοπωλιακού επιπέδου τιμής.

Επιπλέον, μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση στην ανάντη αγορά (κατοχή μονοπωλίου) η οποία ακολουθεί τους θεωρητικούς της σχολής του Chicago, κι προωθεί τον πλήρη

ανταγωνισμό στην κατάντη αγορά, κινδυνεύει σταδιακά να αρχίσει να αντιμετωπίζει ανταγωνιστές στην ανάντη αγορά. Κι αυτό γιατί κάποια επιχείρηση από την κατάντη αγορά αφού εδραιώσει τη θέση της, υπάρχει περίπτωση να επιδιώξει αντίστροφη κάθετη ολοκλήρωση. Οδηγούμαστε λοιπόν, στο συμπέρασμα ότι η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, εμποδίζει την είσοδο του ανταγωνισμού στην μονοπωλιακή αγορά. Τέλος, μία ακόμη περίπτωση που δεν μπορεί να εφαρμοσθεί η θεωρία της σχολής του Chicago είναι όταν η μονοπωλιακή επιχείρηση δεν μπορεί να αξιοποιήσει πλήρως τη δύναμη της στην ανάντη αγορά για διάφορους λόγους, όπως λόγω ύπαρξης πολλών νομοθετικών ρητρών. Αποκλείοντας τους ανταγωνιστές της τότε από την κατάντη αγορά, αυξάνει την οικονομική ισχύ της και το συνολικό της κέρδος.

Αντιτιθέμενοι αυτής της απόψεως είναι οι υποστηρικτές της σχολής του Harvard, θεωρούν ότι η αυξημένη συγκέντρωση ενός κλάδου οδηγεί σε χαμηλή οικονομική/παραγωγική απόδοση και σε χρέωση μονοπωλιακών τιμών. Θεωρούν ότι αντί τα μέτρα συμπεριφοράς, που αποβλέπουν στην μείωση έως εξαλείψευσης της συγκέντρωσης ενός κλάδου, πρέπει να λαμβάνονται μέτρα δομικού χαρακτήρα, διότι η δομή μίας αγοράς είναι καθοριστικός παράγοντας στην πιθανότητα να συμπεριφερθούν αντί-ανταγωνιστικά οι επιχειρήσεις.

2.6.5 Σύγκριση Συμπίεσης Περιθωρίου Κέρδους με άλλες Παραβάσεις

Συχνά άλλες πρακτικές όπως είναι η ληστρική τιμολόγηση ή υπερβολική τιμολόγηση και της αρνήσεως προσβάσεως ή της σταυροειδούς επιδοτήσεως, συγχέονται με την πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους ή χρησιμοποιούνται για την ανίχνευση της. Μία επιχείρηση πιθανόν να αρχίσει με μία εκ αυτών των καταχρηστικών παραβάσεων και στη συνέχεια να οδηγηθεί σε πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Στη συνέχεια θα αναλυθεί μία σύγκριση των διαφορών των άλλων καταχρηστικών παραβάσεων με την πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

1^η Περίπτωση: Όπως έχει αναλυθεί ανωτέρω, όταν μία επιχείρηση τιμολογεί σε πολύ υψηλότερα επίπεδα άνωθεν του κόστους για μεγάλο χρονικό διάστημα, θεωρείται ότι επιχειρεί με υπερτιμολόγηση. Λόγω έλλειψης στοιχείων για την απόδειξη της υπερτιμολόγησης, οι Αρχές συγκρίνουν την τιμή της με των άλλων εταιρειών, παρόμοιας σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Είναι σημαντικό να επισημανθεί η δήλωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που αφορά την απροθυμία της να παίξει το ρόλο του ελεγκτή και του προσδιορισμού των τιμών. Σύμφωνα με το άρθρο 102 TFEU διαφοροποιούνται οι δύο

έννοιες, η υπερτιμολόγηση αντιμετωπίζεται ως καταχρηστική πρακτική, ενώ η συμπίεση περιθωρίου κέρδους ως μία πρακτική αποκλεισμού.

Τα νομικά τεστ για την εξεύρεση έκαστης από αυτές τις δύο είναι εντελώς διαφορετικά. Για την υπερτιμολόγηση χρησιμοποιείται η σύγκριση του κόστους μίας συναφούς επιχείρησης για την εξεύρεση της αποκλίσεως κόστους/τιμής της υπό εξέταση επιχείρησης. Αντιθέτως, στην πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, η τιμή που θέτει η κυρίαρχη εταιρεία στην ανάντη αγορά, εξετάζεται υπό τη δυνατότητα πραγματοποίησης ή όχι κέρδους (ή ακόμη κι συντηρήσεως της) των επιχειρήσεων που είναι ανταγωνιστές στην κατάντη αγορά. Δηλαδή, στην μία περίπτωση εξετάζουμε την μέγιστη δυνατή τιμή, ενώ στην δεύτερη το ελάχιστο δυνατό κέρδος των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην κατάντη αγορά. Συγκεντρωτικά, διαπιστώνεται η διαφορετική νομική αντιμετώπιση των δύο περιπτώσεων.

2^η Περίπτωση: Στην πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους η κυρίαρχη εταιρεία στην ανάντη αγορά έχει μειωμένα κέρδη στην κατάντη αγορά για να πιέσει τους ανταγωνιστές της να μειώσουν την τιμή τους. Σε αντίθεση με τη ληστρική τιμολόγηση, η επικρατούσα επιχείρηση δεν ζημιώνεται στο σύνολο της (και στις δύο αγορές), όσο ζημιώνεται η επιχείρηση που εξασκεί ληστρική πολιτική (τιμολογεί κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους), με πιθανές ζημίες βραχυχρονίως αλλά μελλοντικά κέρδη που θα επικαλύψουν αυτές τις ζημίες. Εν ολίγοις, σε σύγκριση με τη ληστρική πολιτική, η πολιτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι λιγότερο δαπανηρή στρατηγική.

Συγκεντρωτικά διαπιστώνονται οι ακόλουθες ομοιότητες στις δύο πρακτικές: ομοιότητα στην οικονομική ισχύ της επικρατούσας επιχείρησης στην αγορά που γίνεται η υπερτιμολόγηση (είτε αν αφορά μία επιχείρηση που απλά ασκεί ληστρική τιμολόγηση, είτε σε μία κάθετα ολοκληρωμένη που την ασκεί στην κάτω αγορά). Άλλη μία ομοιότητα είναι ο τρόπος εξέτασης από τις επιχειρήσεις για την αποδοτικότητα των δύο πρακτικών, εξετάζοντας κατά πόσο η πρακτική θα οδηγήσει στον αποκλεισμό και στην αύξηση των μελλοντικών κερδών. Από τη μεριά των Αρχών, οι δύο πρακτικές εξετάζονται με όμοια νομικά τεστ.

Στην περίπτωση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, δύναται να είναι κερδοφόρα παρά των οικονομικών απωλειών της, κάτι που δεν ισχύει στην ληστρική τιμολόγηση. Τα κίνητρα διαφοροποιούνται, σε μία επιχείρηση που δραστηριοποιείται τόσο στην ανάντη όσο και στην κατάντη αγορά, μπορεί ο περιορισμός των ανταγωνιστών στην κάτω αγορά να μειώσει τόσο

το πελατολόγιο στην πάνω, να αποδεικνύει ότι δεν τη συμφέρει να την ασκήσει, αντιθέτως μία επιχείρηση που επιλέγει τη ληστρική ωφελείται με τον αποκλεισμό των άλλων.

Οι Αρχές στην υπό εξέταση υποθέσεων ληστρικής τιμολόγησης και συμπίεσης περιθωρίου κέρδους δραστηριοποιούνται ως εξής: στην μεν πρώτη εξετάζουν τα συνολικά κόστη της εταιρείας, στην δε δεύτερη αναλύουν κυρίως το κόστος στη κατάντη αγορά. Υπάρχουν διαφορές κι ως προς τον τρόπο αντιμετώπισης έκαστης: στη ληστρική τιμολόγηση απαιτείται η αύξηση της τιμής, στην αντίθετη περίπτωση δύναται είτε να μειωθεί η τιμή της βασικής εισροής, είτε η αύξηση της τιμής του τελικού προϊόντος, είτε ένας συνδυασμός αυτών.

Τέλος, οι καταναλωτές -βραχυπρόθεσμα- επωφελούνται περισσότερο στις περιπτώσεις ληστρικής τιμολόγησης και η κοινωνική ευημερία προσωρινά αυξάνεται, κάτι που δεν ισχύει για την περίπτωση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

3^η Περίπτωση: Μίας ακραίας μορφής της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι οι “refuse to deal/άρνηση πρόσβασης”. “Όταν εξετάζεται συγκρίνεται κι με τη περίπτωση να συνυπάρχει η συνθήκη “duty to deal/υποχρέωση για συνεργασία”, δηλαδή ανάμεσα σε κάποιες εταιρείες που επιδιώκουν να μοιράζονται τα μονοπωλιακά κέρδη, αποτρέποντας να εισέρθουν ανταγωνιστές. Οι νομοθεσία (άρθρο 102 TFEU) προβλέπει αυστηρότερους κανονισμούς προς την αποτροπή παροχής ως προς τους υπάρχοντες ανταγωνιστές, σε σχέση με την είσοδο νέων. Όταν διεξάγονται έρευνες υποθέσεων, λαμβάνονται υπόψη ότι η αύξηση των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων δεν βελτιώνει κι απαραίτητα τον ανταγωνισμό και κατά πόσο αυξάνονται τα οφέλη ως προς το πλεόνασμα των καταναλωτών και της κοινωνικής ευημερίας.

4^η Περίπτωση: Μία στρατηγική επιλογή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε πολλά κομμάτια της παραγωγής ενός αγαθού ή σε πολλές αγορές προϊόντων, είναι η «επιχορήγηση» από τη κερδοφόρα αγορά στην αγορά με ζημίες, ώστε να συνεχίσει να είναι ανταγωνιστική στη δεύτερη κι να μπορεί να επιβιώνει, τότε νοείται ότι η επιχείρηση κάνει χρήση πολιτικής διασταυρούμενων επιδοτήσεων. Επειδή η πρακτική αυτή θυμίζει πολύ την χρηματοδότηση από μία μονοπωλιακού τύπου ανάντη αγορά σε μία ανταγωνιστική κατάντη αγορά, έχει τεθεί κατά καιρούς το ερώτημα αν η πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους θα έπρεπε να αντιμετωπιστεί ως μία μορφής καταχρηστικής διασταυρούμενης επιδοτήσεως.

Σύμφωνα με τη Ευρωπαϊκή Νομοθεσία και το άρθρο 102 TFEU, η διασταυρούμενη επιδότηση μία επιχειρήσεως αντιμετωπίζεται ως έκνομη πολιτική όταν πληρούνται δύο συνθήκες. Αρχικά, η επιχείρηση θα πρέπει να αποδειχθεί ότι χρησιμοποιεί πόρους μίας

αγοράς, που διαθέτει την οικονομική ισχύ, στη χρηματοδότηση της δραστηριότητας της σε άλλη αγορά που υπάρχει ανταγωνισμός κι οι ανταγωνίστριες εταιρίες δραστηριοποιούνται μόνο σε αυτήν την αγορά. Πρέπει να τονισθεί, ότι πρέπει να υπάρχει μία εμφανή συσχέτιση/σύνδεση των δύο αγορών διότι ειδάλλως δεν μπορεί να αποδειχθεί η ύπαρξη της. Έπειτα, μέσω διάφορων πρακτικών όπως το “combinatorial test”(Of tel, *The Application of the Competition Act in the Telecommunications Sector,2000*) θα πρέπει να αποδειχθεί ότι τα αυξητικό κόστος εκάστοτε προϊόντος να καλύπτεται από την τιμή του, αλλά κι το συνολικό κόστος όλων των προϊόντων της επικρατούσας επιχειρήσεως να καλύπτονται από τις πωλήσεις της.

Τέλος, η δυσχέρεια της ανάλυσης αν η διασταυρούμενη επιδότηση πραγματοποιείται από μία ανάντη αγορά προς μία κατάντη αγορά, αποτελεί παράλληλα ένα επιπλέον αποδεικτικό στοιχείου για της Αρχές για την άσκηση της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

2.7 Ανακεφαλαίωση

Συνοψίζοντας, οι βασικές μορφές καταχρήσεως της δεσπόζουσας θέσεως συχνά δεν μπορούν να γίνονται ευκρινώς διακριτές και συχνά αλληλοσυνδέονται ή και ακόμη συγχέονται. Η απαραίτητη επισήμανση που πρέπει να διατυπωθεί (κι διατυπώνεται επανειλημμένα) είναι ότι η ύπαρξη της δεσπόζουσας θέσεως δεν αποτελεί από μόνη της παράβαση. Η ύπαρξη της δεσπόζουσας θέσης δίδει το εφελτήριο για επενδύσεις στην έρευνα κι ανάπτυξη, στην τεχνογνωσία και την αύξηση της αποτελεσματικότητας της παραγωγικής διαδικασίας, αλλά η προσπάθεια καταχρήσεως της είναι κατακριτέα και πράξη που παραβαίνει τη νομοθεσία του δικαίου ανταγωνισμού.

Οι δύο διαφορετικές προσεγγίσεις στα δύο άκρα του ατλαντικού επικεντρώνεται κυρίως στη μεν πρόβλεψη (ευρωπαϊκή προσέγγιση), στη δε μετέπειτα αντιμετώπιση (αμερικάνικη προσέγγιση), κι αυτό στην πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, οφείλεται ουσιαστικά στις θεσμικές διαφορές των και καθώς σε ζητήματα πολιτικής οικονομίας (όπως για παράδειγμα στην αμερικάνικη προσέγγιση η δράση πραγματοποιείται κυρίως από τα δικαστήρια, ενώ η ευρωπαϊκή έχει θεσμοθετημένους φορείς). Τέλος, στα περισσότερα κράτη μέλη της ΕΕ έχουν δημιουργηθεί ισχυρές ρυθμιστικές αρχές (κυρίως κρατικές) που νομοθετούν, ελέγχουν και εκδικάζουν για τις παραβάσεις της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Αντίθετα, η αμερικάνικη προσέγγιση αφορά μία συγκεντρωτική θεσμική δομή για την αντιμετώπιση της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, αντί για παράδειγμα να έχει παραχωρήσει αυτήν την αντιμετώπιση στις εκάστοτε πολιτείες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

3.1 Εισαγωγή

Στηριζόμενη στην οικονομική θεωρία, η εκάστοτε θεσμοθετημένη αρχή, που αποφασίζει κι ελέγχει τις επιχειρήσεις, υπό το πρίσμα της Πολιτικής Ανταγωνισμού, χρησιμοποιεί τρία κύρια στάδια για την εξακρίβωση κατά πόσο μία επιχείρηση εκπίπτει σε έκνομες πρακτικές, που μειώνουν τον ανταγωνισμό και την ευμάρεια της κοινωνίας.

Αρχικά επιβάλλεται η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς του προϊόντος, που τελεί υπό εξέταση. Αφού ορισθεί ή αγορά, διατυπώνονται οι συνθήκες που επικρατούν και τα μερίδια των ανταγωνιστών ή/και την οικονομική ισχύ της υπό μελέτης επιχείρησης. Εξετάζεται αν η πρακτική της επιχείρησης οδηγεί σε μακροπρόθεσμη ζημία στον ανταγωνισμό και στην κοινωνική ευημερία, κατά πόσο περιορίζει την ανάπτυξη της τεχνογνωσίας και την οικονομική βελτίωση της κοινωνίας. Αν διαπιστωθούν τα ανωτέρω, τέλος, επιλέγεται είτε η άμεση παύση αυτής της πρακτικής, επιβάλλοντας ενδεχομένως «πρόστιμο» στην εταιρεία, είτε ο περιορισμός της και η συνέχιση της υπό όρους και με παράλληλο έλεγχο.

Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφονται τα τρία βήματα της μεθοδολογίας της Πολιτικής Ανταγωνισμού, καθώς γίνεται αναφορά σε κάποια τεστ και διαδικασίες για τον έλεγχο ύπαρξης συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

3.2 Σχετική Αγορά

Ο ορισμός της σχετικής αγοράς είναι το πρώτο βήμα στη μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Ανάλογα με την κάθε υπόθεση που εξετάζεται, η σχετική αγορά ποικίλει και διαφέρει, για παράδειγμα δύο προϊόντα σε μία περίπτωση συγχωνεύσεως μπορούν να θεωρηθούν ότι ανήκουν σε μία κοινή αγορά, αλλά στην περίπτωση που εξετάζεται η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης να μην ανήκουν. Για να προσδιοριστεί η σχετική αγορά πρέπει να ληφθούν υπόψη ο αριθμός των ανταγωνιστικών προϊόντων, καθώς και η γεωγραφική περιοχή που αυτά δραστηριοποιούνται στο πλαίσιο του ανταγωνισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ευρύτερη σχετική αγορά των ανθρακούχων αναψυκτικών, μέσα στα οποία συμπεριλαμβάνονται τα αναψυκτικά τύπου κόλα, αλλά από μόνα τους τα δεύτερα αποτελούν αυτοτελώς μία σχετική αγορά.

Σύμφωνα με το Massimo Motta στο Competition Policy, Theory and Practice, 2nd edition αναφέρει ότι: «για τον ορισμό της σχετική αγοράς δεν αρκεί η συνάθροιση προϊόντων που μοιάζουν μεταξύ τους για τον ορισμό της σχετικής αγοράς. Εξάλλου μία τέτοια ποιοτική προσέγγιση είναι λανθασμένη κι ενέχει κινδύνους». Για τον ορθότερο προσδιορισμό της σχετικής αγοράς απαραίτητος είναι ο καθορισμός του συνόλου των προϊόντων, που δύναται να ανταγωνιστούν μεταξύ τους και να προκαλέσουν πιέσεις μεταξύ τους.

Η Σχετική Αγορά των προϊόντων εμπεριέχει όλα τα προϊόντα, που δύναται να ανταγωνιστούν μεταξύ τους και να υποκαθίστανται είτε ως προς την ζήτηση είτε ως προς την προσφορά. Έτσι δεν μπορεί η κάθε εταιρεία να καθορίζει την τιμή της ξεχωριστά, αλλά να λαμβάνει υπόψη τις τιμές των ανταγωνιστών της. Θεωρώντας δύο υποκατάστατα προϊόντα Α και Β, το προϊόν Β αποτελεί υποκατάστατο του Α από πλευράς ζήτησης, έτσι η αύξηση της τιμής του Α θα αυξήσει τη ζήτηση του Β. Η πιο διαδεδομένη μέθοδος προσδιορισμού της σχετικής αγοράς κι της υπάρξεως οικονομικής ισχύς της εταιρείας με το μεγαλύτερο μερίδιο, είναι το τεστ του υποθετικού μονοπωλητή ή αλλιώς SSNIP test (Small but Significant Non-transitory Increase in Price test). Με αυτό το τεστ ελέγχεται η πιθανότητα ύπαρξης μονοπωλητή, εξετάζεται κατά πόσο μπορεί η επιχείρηση να αυξήσει την τιμή του προϊόντος κατά 5-10% επικερδώς για ένα εύλογο χρονικό διάστημα, συνήθως τουλάχιστον για 1 με 2 χρόνια. Αν είναι θετική η απάντηση τότε το προϊόν δεν αντιμετωπίζει σημαντικούς ανταγωνιστικούς περιορισμούς (δεν υπάρχουν δηλαδή στενά υποκατάστατα τους προϊόντος στην αγορά) κι η εταιρεία κατέχει αυξημένη οικονομική ισχύ. Η αρνητική απάντηση δηλώνει ότι το υπό εξέταση προϊόν δεν έχει μονοπωλιακή ισχύ και το τεστ μπορεί να συνεχιστεί σε μία ευρύτερη γκάμα προϊόντων με σκοπό τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς. Το σύνολο των προϊόντων που ικανοποιούν το κριτήριο του τεστ, αποτελεί τη σχετική αγορά του υπό εξέταση προϊόντος.

Το κυριότερο μειονέκτημα του SSNIP-test είναι η τιμή που χρησιμοποιείται ως «τιμή αναφοράς» κι αυτό επειδή σε μία υπάρχουσα μονοπωλιακή αγορά, που έχει ήδη τεθεί η υψηλότερη δυνατή μονοπωλιακή τιμή, το τεστ αυτομάτως θα έχει αρνητική απάντηση, οπότε θα εμφανίζεται εσφαλμένα ότι δεν υπάρχει μονοπωλιακή αγορά. Η επιθυμητή και αναγκαία «τιμή αναφοράς» πρέπει να ισούται όσο το δυνατόν με την «ανταγωνιστική τιμή» του προϊόντος, που θα είχε υπό προϋποθέσεις τέλει ανταγωνισμού (θα ισούταν δηλαδή με το οριακό κόστος παραγωγής).

Επιπρόσθετα, σε αυτό το τεστ λαμβάνονται υπόψη μόνο οι ανταγωνιστικές πιέσεις του προϊόντος ως προς την ζήτηση του κι όχι ως προς την υποκατάσταση της προσφοράς, το οποίο απαιτείται να λαμβάνεται υπόψη και για τον ορισμό της σχετικής αγοράς. Αν η αρνητική απάντηση του ερωτήματος του SSNIP-test είναι αρνητική παρ' όλο που υπάρχει μονοπωλητής, λόγω της υψηλής υποκατάστασης προσφοράς, που προέρχεται από άλλο προϊόν, τότε αυτά ορίζονται ως μία σχετική αγορά.

Χαρακτηριστικό και διαχρονικό παράδειγμα για την αναγκαιότητα της σωστής «τιμής αναφοράς» είναι υπόθεση του 1956 στις Η.Π.Α. με τη Cellophane Fallacy, όπου είχε ληφθεί ως «τιμή αναφοράς» η τιμή της εταιρείας, το SSNIP-test οδηγήθηκε σε αρνητική απάντηση, δηλαδή σε υποτιθέμενη αύξηση της τιμής θα υπήρχε μείωση των κερδών της εταιρείας, οπότε ορίστηκε εσφαλμένα μία πιο διευρυμένη σχετική αγορά. Για αυτό πρέπει να εξετάζεται με ιδιαίτερη προσοχή μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, που έχει ήδη θέσει την υψηλότερη εφικτή τιμή, διότι τότε αν υπάρξει αύξηση 5-10% θα οδηγηθεί σε μία μείωση της ζήτησης κατά 10-15%, καταδεικνύοντας ότι η σχετική αγορά είναι ευρύτερη.

Συμπληρωματικά του SSNIP-test εξετάζεται και η διαχρονική τάση των τιμών των δύο συγκρινόμενων προϊόντων, αν η διαχρονική τάση των τιμών έχουν παράλληλες πορείες τότε θεωρείται ότι ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά (το τεστ αυτό είναι το Price Correlation Tests - Stigler and Sherwin / PCT-SS). Ωστόσο, κι αυτό το τεστ μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένα συμπεράσματα αν τα προϊόντα επηρεάζονται από παρόμοιους παράγοντες, τότε κι οι τιμές τους θα κυμαίνονται με παρόμοιες τάσεις. Είναι σημαντικό να οριστεί σωστά η σχετική αγορά, ανεξαρτήτως ποια ποσοτική μέθοδος θα επιλεγεί, διότι τα συμπεράσματα σχετικά με τα μερίδια των επιχειρήσεων θα είναι λανθασμένα.

Στην περίπτωση της οριοθέτησης της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, ερευνάται κατά πόσο μπορούν οι καταναλωτές να μετακινηθούν από την περιοχή X στη περιοχή Ψ όταν υπάρξει αυξομείωση της τιμής του προϊόντος και των υποκατάστατων του. Και για αυτόν τον έλεγχο χρησιμοποιείται το SSNIP-test, για παράδειγμα αν ο μονοπωλητής παροχής καυσίμων στην Ελλάδα αυξήσει κατά 5-10% την τιμή και δεν υπάρχει μείωση της ζήτησης, τότε η ελληνική επικράτεια είναι η σχετική γεωγραφική αγορά, αν ωστόσο υπάρξει προμήθεια από γείτονα χώρα, τότε η σχετική γεωγραφική αγορά είναι πιο διευρυμένη. Στην περίπτωση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, πρέπει να συνυπολογίζονται και τα ποσοστά των εισαγωγών και εξαγωγών, καθώς και τα κόστη μεταφοράς. Πρέπει να επισημανθεί ότι ακόμη και αν δύο αγορές δεν έχουν ποτέ συνεργαστεί, μπορούν να θεωρηθούν εν δυνάμει ανταγωνιστές, αν τα

κόστη μετακίνησης είναι πολύ χαμηλά. Ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως της αγοράς πρατηριούχων καυσίμων, μπορούν τα όρια να τεθούν σε περιορισμένη σχετική αγορά, υπάρχουν κι οι παγκόσμιες όπως της αγοράς αεροσκαφών, που το κόστος μεταφοράς σε σχέση με την τιμή του προϊόντος θεωρείται αμελητέο και δημιουργείται μία ευρύτερη παγκόσμια αγορά.

3.3 Εκτίμηση Οικονομικής Ισχύος

Έπειτα στη μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού για την ανάλυση κάθε υπόθεσης πρέπει να ορισθεί η «δύναμη ισχύος» της κυρίαρχη επιχείρησης να θέτει υψηλότερες τιμές από το οριακό κόστος του προϊόντος. Στις πραγματικές οικονομίες - όχι θεωρητικά μοντέλα όπως του τέλειου ανταγωνισμού ή του ανταγωνισμού κατά Bertrand που υπάρχει πόλεμος τιμών-, υφίσταντο πάντα δυνάμεις αγοράς που επηρεάζουν τον καθορισμό τιμών.

Βασικός δείκτης για τη μέτρηση της «δύναμης ισχύος» μίας επιχείρησης είναι ο δείκτης Lerner⁽³⁰⁾. Έστω μία επιχείρηση i , P_i η τιμή του προϊόντος και C_i το οριακό κόστος του προϊόντος, έτσι έχουμε:

$$L_i = (P_i - C_i) / P_i \quad (3.1)$$

Ο δείκτης μετράει την ποσοστιαία διαφορά της ποσοστιαίας τιμής και του οριακού κόστους (δηλαδή του ανταγωνιστικού επιπέδου τιμών) και αυξάνεται όσο αυξάνεται το περιθώριο κέρδους της επιχείρησης.

Συγκρίνοντας με την περίπτωση μονοπωλίου θα είχαμε:

$$L_m = (P_m - C_m) / P_m = 1/\varepsilon \quad (3.2)$$

Όπου ε η ελαστικότητα ζήτησης που μετράει την ποσοστιαία μεταβολή στην ποσότητα ζήτησης από μία ποσοστιαία μεταβολή της τιμής, δηλαδή ισούται με:

$$\varepsilon = -(\Delta Q / \Delta P)(P/Q) \quad (3.3)$$

Συνεπώς στην περίπτωση μονοπωλίου έχουμε αντίστροφη σχέση της δύναμης με την ελαστικότητα ζήτησης. Ο υπολογισμός της ελαστικότητας ζήτησης γίνεται με οικονομετρικές μεθόδους, ωστόσο συχνά λόγω ελλείψεων στοιχείων δεν είναι εφικτή η μέτρηση της ε και κατ' επέκταση του δείκτη Lerner.

Στην περίπτωση του ολιγοπωλίου το μερίδιο αγοράς (S) της επιχείρησης ισούται με:

$$S_i = Q_i / Q \quad (3.4)$$

(30). Δείκτης Lerner: Ο δείκτης ορίστηκε από τον Abba Lerner (Ρώσος οικονομολόγος, γεννημένος στην Βρετανία) κι περιγράφει την ισχύ μίας επιχείρησης στην αγορά. Ο τύπος είναι: $L=(P-MC)/P$, όπου P είναι η τιμή αγοράς που καθορίζονται από την επιχείρηση και MC είναι το οριακό κόστος. Ο δείκτης Lerner περιγράφει τη σχέση μεταξύ των περιθωρίων ελαστικότητας και της τιμής για τη μεγιστοποίηση του κέρδους εταιρεία.

Και η δύναμη ισούται με:

$$L_i = (P_i - C_i) / P_i = S_i/\varepsilon \quad (3.5)$$

Λόγω δυσκολίας επ' ακριβούς υπολογισμού της ελαστικότητας ζήτησης, καθώς και του σωστού οριακού κόστους (λόγω ελλείψεων στοιχείων), η οικονομική ισχύ εκτιμάται με έμμεσο τρόπο. Με αυτήν την πιο παραδοσιακή προσέγγιση κατά την εκτίμηση της «δυνάμεως αγοράς», εκτιμάται δηλαδή με το μερίδιο αγοράς της επιχείρησης. Χωρίς να είναι απόλυτο, θεωρείται ότι ένα υψηλό επίπεδο αγοράς (συνήθως άνω του 40%) υπονοεί και μεγάλη δύναμη. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση που κατέχει υψηλό μερίδιο αγοράς, αλλά εγκυμονεί ο κίνδυνος να εισέλθουν πολλοί εν δυνάμει ανταγωνιστές, δεν διαθέτει τη δύναμη να αυξήσει την τιμή του προϊόντος και γι' αυτό δεν έχει «δύναμη αγοράς».

Πρέπει να σημειωθεί ότι ορισμένες αγορές δεν έχουν σταθερή κατανομή μεριδίων αγοράς λόγω της υψηλής διακύμανσης και των μη συχνών παραγγελιών (όπως τραίνα, αεροπλάνα, πλοία). Έτσι, το μερίδιο αγοράς μίας χρονικής περιόδου δεν είναι αντιπροσωπευτικό και γι' αυτό για τον υπολογισμό του μεριδίου πρέπει να ληφθούν συχνές μετρήσεις για ένα μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

3.4 Εξέταση Επιπτώσεων

Τρίτο βήμα της μεθοδολογίας μετά τον βέλτιστο ορισμό της σχετικής αγοράς, των μεριδίων της αγοράς και της επαληθεύσεως ύπαρξης Οικονομικής ισχύς στην αγορά μίας επιχείρησης, οι Αρχές Ανταγωνισμού ελέγχουν κατά πόσο υπάρχει κατάχρηση της Δεσπόζουσας Θέσης. Η εξέταση δηλαδή των επιπτώσεων μίας πρακτικής κατάχρησης, με σκοπό την μείωση του ανταγωνισμού και της κοινωνικής ευημερίας σε μακροπρόθεσμη βάση, αλλά και της ανάλυσης των δυνητικών ευεργετικών επιδράσεων της πρακτικής στην αποτελεσματικότητα, στην καινοτομία και στο δημόσιο συμφέρον. (*«Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική»*, Ν. Βρέττας και Ι. Κατσουλάκος, σελ. 266). Στη περίπτωση που διαπιστωθεί η μείωση των ανωτέρω, τότε οι Αρχές επιβάλλουν απαγόρευση ή ελεγχόμενο περιορισμό της έκνομης πρακτικής.

Οι Αρχές μετά τον έλεγχο και τον προσδιορισμό της παραβάσεως, εξετάζουν την ισορροπία μεταξύ των θετικών και των αρνητικών επιπτώσεων. Η πολιτική των κρατικών ενισχύσεων θα πρέπει να εστιάζεται στη διευκόλυνση πρακτικών, που είναι καλά σχεδιασμένες και προορισμένες για τις αδυναμίες της αγοράς και την ενίσχυση της

κοινωνικής ευημερίας. Θα πρέπει όμως να περιορίζονται οι στρεβλώσεις του ανταγωνισμού, που επιβουλεύονται την υπό ίσων όρων λειτουργία της αγοράς.

3.5 Έλεγχοι Για Συμπίεση Περιθωρίου Κέρδους

Ακολούθως αναλύονται μερικές γενικές μεθοδολογικές αρχές που χρησιμοποιούν οι Αρχές για τον έλεγχο της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Θα πρέπει να εξασφαλίζονται: η προώθηση του αποτελεσματικού ελεύθερου ανταγωνισμού, η διασφάλιση της αρχής της αναλογικότητας, η εξασφάλιση και βελτίωση των δομών της αγοράς, καθώς και η διαθεσιμότητα και αξιοπιστία των δεδομένων για την διεξαγωγή ελέγχων.

Για τον έλεγχο κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης σε μία κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, που εξετάζεται αν επιλέγει να συμπίσει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της στην κατάντη αγορά, χρησιμοποιείται μία σύγκριση τους κόστους της κυρίαρχης επιχείρησης με το κόστος των ανταγωνιστών της. Αυτά τα στηριζόμενα στα κόστη τεστ (cost based tests) στοχεύουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων σε σχέση με την περιθωριοποίηση του κέρδους των δύο ανταγωνιστριών εταιρειών, που πρέπει να είναι συγχρόνως αποτελεσματικές.

Δύο είναι τα βασικά τεστ που χρησιμοποιούνται από τις Αρχές Ανταγωνισμού για τον έλεγχο ύπαρξης συμπίεσης περιθωρίου κέρδους από μία κυρίαρχη εταιρεία. Για τον κλάδο των τηλεπικοινωνιών, κλάδος που συχνά έχει απασχολήσει τις Αρχές, η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρότεινε το ακόλουθο τεστ για τον έλεγχο τους. Αρχικά, θεωρούμε:

- A_1 είναι η κυρίαρχη επιχείρηση στην ανάντη αγορά
- B_1 στην κατάντη αγορά
- C_0 είναι το οριακό κόστος της A_1 και αποτελεί το οριακό κόστος του προϊόντος/εισροής, που χρησιμοποιεί η ίδια ή μεταπωλεί στους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά
- B_2 μία εταιρεία που καταγγέλλει την A_1 για συμπίεση περιθωρίου κέρδους, η τιμή που το προμηθεύεται είναι η a , δηλαδή $a > C_0$
- C_1 το οριακό κόστος της B_1
- C_2 το οριακό κόστος της B_2

Πρέπει να σημειωθεί ότι η κάθετα ολοκληρωμένη εταιρεία όταν απευθύνεται στους καταναλωτές έχει κόστος:

$$(C_0 + C_1) \quad (3.6),$$

ενώ όταν παρέχει στους ανταγωνιστές της το δικαίωμα χρήσης του δικτύου/προϊόντος υπάρχει ένα πρόσθετο κόστος z (αυτό το κόστος μπορεί να οφείλεται τόσο στην χρήση από

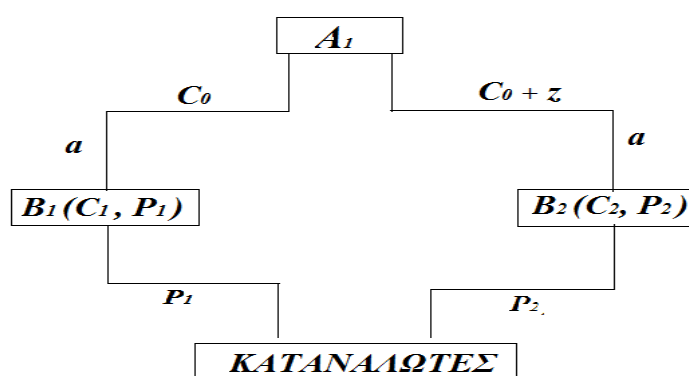
άλλους ή και σε ενδεχόμενα μεταφορικά κόστη, μη αποτελεσματικότητα που διαθέτει η ίδια λόγω καθετοποίησης), οπότε το κόστος προς τους καταναλωτές είναι:

$$((C_0 + z) + C_2) \quad (3.7).$$

- P_1 η τιμή τους προϊόντος της κυρίαρχης επιχείρησης προς τους καταναλωτές
- P_2 η τιμή τους προϊόντος της ανταγωνίστριας επιχείρησης προς τους καταναλωτές

Αν αποδειχθεί ότι: $P_2 - a - C_2 < 0$ (3.8/1^ο Τεστ),

τότε υπάρχει συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Αυτό που διερευνάται είναι κατά πόσο η τιμή a θεωρείται υπερβολική για την παραγωγική διαδικασία του ανταγωνιστή.



Διάγραμμα 3.1

Διαγραμματική Απεικόνιση Upstream & Downstream Αγορών

Το δεύτερο και πιο γενικό τεστ, χρησιμοποιεί τα ίδια δεδομένα αλλά εξετάζει κατά πόσο η κυρίαρχη κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θα ήταν επικερδής στην κατάντη αγορά αν χρεωνόταν και αυτή την τιμή a , όπως η ανταγωνίστρια εταιρεία. Έτσι ελέγχεται:

$$P_1 - a - C_1 < 0 \quad (3.9/2^ο \text{ Τεστ}).$$

Εάν επιβεβαιωθεί η Συνάρτηση (3.9), τότε αποδεικνύεται ότι η επιχείρηση λειτουργεί υπό καθεστώς ζημιών στην κατάντη αγορά, οπότε διαπιστώνεται η ύπαρξη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Το κυριότερο πρόβλημα αυτής της επιλογής, είναι ότι η υπό εξέταση επιχείρηση έχει κίνητρο να μεταφέρει μέρος του κόστους της ανάντης αγορά στην κατάντη αγορά, με σκοπό να μην πληρούται η Συνάρτηση (3.9). Για την αντιμετώπιση αυτού του κινήτρου είναι υποχρεωτική η τήρηση λογιστικού διαχωρισμού, ώστε να τυποποιείται η κοστολόγηση της παραγωγής και να αποφεύγεται η μεταφορά μέρους του κόστους.

Για τον περιορισμό και την αποφυγή μη αποδεκτών συμπεριφορών, οι ρυθμιστικές αρχές επιλέγουν να θεσπίζουν τόσο την λιανική όσο και τη χονδρική τιμή της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης (πλήρης ρύθμιση), έτσι μπορεί να υπάρξει «regulatory

squeeze/κανονιστική συμπίεση περιθωρίου κέρδους», ενώ αν καθορίζεται μόνο η χονδρική τιμή τότε υπάρχει η πιθανότητα να δημιουργηθεί «predatory squeeze/ληστρική συμπίεση περιθωρίου κέρδους», σε αντίθεση απ' όταν έχουμε απουσία οποιουδήποτε καθορισμού τιμής, που θα υπήρχε «squeeze as foreclosure/ κατασχετική-πλήρη συμπίεση περιθωρίου κέρδους».

3.5.1 Υπό Καθεστώς Πλήρους Ρύθμισης

Υπενθυμίζεται ότι σε καθεστώς πλήρους ρύθμισης υπάρχει καθορισμός τόσο της τιμής της ανάντης αγοράς, όσο και της κατάντης αγοράς, από τι ρυθμιστικές αρχές. Η ρύθμιση μπορεί να γίνει με κατεύθυνση το κόστος, έτσι η τιμή της λιανικής καθορίζεται ίση με το αθροιστικό κόστος των δύο αγορών (ανάντη και κατάντη) και η τιμή ισούται με:

$$P_1 = C_0 + C_1 \quad (3.10)$$

Στην περίπτωση που υπάρχει το επιπλέον κόστος (z) στην παροχή από την ανάντη αγορά στους ανταγωνιστές της κατάντης αγορά, οι ρυθμιστικές αρχές επιτρέπουν ένα ποσοστό b αυτού, όπου $0 \leq b < 1$. Έτσι η τιμή χονδρικής καθορίζεται:

$$a = C_0 + bz \quad (3.11)$$

Αφαιρώντας από την τιμή λιανικής (συνάρτηση 3.10) την τιμή χονδρικής (συνάρτηση 3.11) έχουμε:

$$P_1 - a = C_0 + C_1 - C_0 - bz$$

$$\rightarrow P_1 - a = C_1 - bz \quad (3.12)$$

Μετατρέποντας τη συνάρτηση (3.12), έτσι ώστε να τη συγκρίνουμε με τη συνάρτηση (3.9) για να ελέγξουμε την ύπαρξη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, έχουμε:

$$P_1 - a = C_1 - bz$$

$$\rightarrow P_1 - a - C_1 = -bz, \text{ επειδή } b \ \& \ z \geq 0$$

$\rightarrow P_1 - a - C_1 \leq 0$, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι αν δεν επιβληθεί $b = 0$, τότε επιβεβαιώνεται η συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Κατά συνέπεια οι ρυθμιστικές αρχές δεν πρέπει να επιτρέπουν χρέωση επιπλέον κόστους, ούτε σε ποσοστό αυτού.

Οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι στην περίπτωση της πλήρους ρύθμισης, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση δεν έχει δικαίωμα στο να καθορίσει μόνη της την τιμολογιακή πολιτική της, αλλά η χρήση των τεστ της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αφήνει ασυνεπή αποτελέσματα.

3.5.2 Υπό Καθεστώς Μερικής Ρύθμισης

Υπό καθεστώς μερικής ρύθμισης η καθετοποιημένη επιχείρηση δύναται και επιλέγει την λιανική τιμή πώλησης (P_1) της στην κατάντη αγορά, ενώ οι ρυθμιστικές αρχές καθορίζουν την χονδρική τιμή (a) στην ανάντη αγορά. Σε αυτήν την περίπτωση η πρακτική συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, επιλέγεται να αντιμετωπισθεί και κατά συνέπεια να εξεταστεί ως μία ληστρική πρακτική, με την οποία η επιχείρηση επιδιώκει να εκδιώξει τους ανταγωνιστές της. Φυσικά για να επιλέξει μία τέτοια πρακτική η επιχείρηση, πρέπει να επικρατούν υψηλά εμπόδια εισόδου στην κατάντη αγορά, ώστε να μην εισέρχονται ανταγωνιστές λόγω του θέλγητρου των υψηλών κερδών. Καθώς και μη όμοια πρόσβαση στην πληροφόρηση και στην δυνατότητα χρηματοδότησης με ευνοϊκούς όρους από τις χρηματαγορές της κυρίαρχης εταιρείας, τόσο από τους υπάρχοντες όσο και τους εν δυνάμει ανταγωνιστές.

Το πιο βασικό τεστ για τη διαπίστωση αυτής της συμπεριφοράς είναι προσανατολισμένο στο περιθώριο κέρδους της καθετοποιημένης επιχείρησης και όχι στο περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστριών της στην κατάντη αγορά, μιας και οι δεύτερες μπορεί να είναι αναποτελεσματικές. Τονίζεται ότι η τιμολόγηση κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους (όπως ήδη έχει αναλυθεί στο 2^ο Κεφάλαιο) θεωρείται ανορθόδοξη συμπεριφορά και απαγορεύεται αν γίνεται με σκοπό την μακροπρόθεσμη εκδίωξη των ανταγωνιστών. Έτσι ελέγχεται αν η τιμή της κυρίαρχης εταιρείας στην κατάντη αγορά καλύπτει το οριακό της κόστος, δηλαδή αν

$$P_1 \geq C_0 + C_1 \quad (3.13/3^\circ \text{ Τεστ}).$$

Στην περίπτωση που η συνάρτηση (3.13) δεν επαληθεύεται, διαπιστώνεται ότι η κυρίαρχη επιχείρηση ασκεί ληστρική πολιτική στην κατάντη αγορά. Συνδυάζοντας την άνω συνάρτηση με την σχέση (3.11), δηλαδή με μία πρακτική μερικής ρύθμισης του περιβάλλοντος, καθορισμένης χονδρικής τιμής, οδηγούμαστε στο ακόλουθο τεστ ελέγχου ληστρικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους που συμπίπτει και με τη σχέση:

$$P_1 - a = C_1 - bz \quad (3.12), \text{ που αποδείχθηκε στην προηγούμενη}$$

υποενότητα. Επιλέγεται εναλλακτικά αυτό το τεστ αντί της συγκρίσεως με το μέσο μεταβλητό διότι οι ρυθμιστικές αρχές μπορούν πιο εύκολα (και σχετικά πιο έγκυρα) να έχουν στοιχεία της ανταγωνίστριας εταιρείας που απειλείτε, απ' ότι της υπό εξέταση εταιρείας.

Οι Gary Biglaiser και DeGraba (2001) “*Downstream Integration by a bottleneck input supplier whose regulated wholesale prices are above costs*” στην έρευνα τους διαπιστώνουν ότι μία ρυθμιστική πρακτική που θέτει ψηλά τη χονδρική τιμή, περιορίζει το κίνητρο της εταιρείας να ασκήσει ληστρική συμπίεση περιθωρίου κέρδους, απ' ότι να επιδιώκει μετά τον

έλεγχου/παρέμβαση. Αυτή η αύξηση της ανάντης τιμής αυξάνει το κέρδος της επιχείρησης και την περιορίζει στο ποσοστό της ληστρικής της συμπεριφοράς, διότι γίνεται ζημιογόνα λόγω των απωλειών της από τα κέρδη των πωλήσεων της προς τους ανταγωνιστές της.

3.5.3 Υπό Ελεύθερο Καθεστώς

Όταν οι ρυθμιστικές αρχές δεν παρεμβαίνουν είτε στον καθορισμό της χονδρικής τιμής είτε της λιανικής τιμής, η επιχείρηση μπορεί είτε να επιδιώξει ληστρική πολιτική στην κατάντη αγορά, είτε να θέτει υψηλή τιμή στην ανάντη αγορά. Φυσικά, από μόνη της η απουσία ρύθμισης δεν προδικάζει έκνομες συμπεριφορές από την καθετοποιημένη επιχείρηση.

Λόγω μη καθορισμού της χονδρικής τιμής a , η συνάρτηση (3.13) δεν μπορεί να τεθεί υπό εξέταση, έτσι με το τρίτο τεστ οι αρχές δεν μπορούν να αποφανθούν για ληστρική συμπίεση περιθωρίου κέρδους και για αυτό πρέπει να χρησιμοποιηθεί ένα πιο άμεσο τεστ ληστρικής συμπεριφοράς. Μετά της αποδείξεως αυτής, οι αρχές μπορούν να αποφανθούν για έκνομη συμπεριφορά από μέρους της επιχείρησης.

Η δεύτερη πράξη που μπορεί να επιλέξει είτε συγχρόνως είτε χωριστά η καθετοποιημένη επιχείρηση με οικονομική ισχύ, εκτός από το να τιμολογήσει «κάτω του κόστους» στους καταναλωτές, είναι η πολύ υψηλή τιμολόγηση στους κατάντη ανταγωνιστές. Έχοντας τη μονοπωλιακή ισχύ, πιθανολογείτε να επιλέξει να πιέσει στην έξοδο των ανταγωνιστών της υπερ-κοστολογώντας την Essential Facility, με στόχο την αποδυνάμωση και τη μείωση της αποτελεσματικότητας των. Αυτό μπορεί να το κάνει είτε γιατί επιδιώκεται η δημιουργία μονοπωλιακών συνθηκών στην κατάντη αγορά, αποκλείοντας τους ανταγωνιστές, είτε για την αύξηση της μονοπωλιακής δύναμης στην ανάντη αγορά. Τίθεται, λοιπόν, υπό εξέταση κατά πόσο η τιμή της εισροής κοστολογείται υπερβολικά.

Η επιχείρηση έχει δύο επιλογές (πάντα σκεφτόμενοι για τη δυνατότητα παραβάσεως). Αρχικά να θέσει τη λιανική τιμή a τόσο υψηλά, ώστε να ικανοποιεί τη σχέση: $P_1 - a < C_2$, συμπιέζοντας τόσο το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών, που να τους αποκλείει και αυτή να αποκτά μονοπωλιακή δύναμη και στην κατάντη αγορά.

Δεύτερον, η επιχείρηση να επιλέγει τέτοια λιανική τιμή P_1 , που πάλι να ισχύει η ανωτέρω σχέση. Με P_2 η λιανική τιμή των πιο αδύναμων ανταγωνιστών της, με

$$P_2 = a + C_2 \quad (3.14).$$

Η ανάντη επιχείρηση επιδιώκει να θέσει τιμή a ώστε να μεγιστοποιεί τα κέρδη της με τον περιορισμό του κόστους της προμήθειας της προς τους ανταγωνιστές της ($C_0 + z$). Αυτό

αντιστοιχεί στην μεγιστοποίηση των κερδών της B_2 (max σχέσης 3.14) υπό τον περιορισμό του δικού της κόστους $((C_0 + z) + C_2)$.

Λόγω του ότι τα μονοπωλιακά κέρδη αποτελούν φθίνουσα συνάρτηση του οριακού κόστους, συμπεραίνεται ότι η επιχείρηση θα επιλέξει να παραχωρήσει την πρόσβαση στους ανταγωνιστές της, θέτοντας μονοπωλιακή τιμή με τον περιορισμό $((C_0 + z) + C_2)$, τον περιορισμό δηλαδή των ανταγωνιστών της, έτσι ώστε να συνεχίζει να αποκτά κέρδη και από τις πωλήσεις στην ανάντη αγορά, αλλά και να αποκτά μονοπωλιακά κέρδη στην κατάντη αγορά, αυτό πραγματοποιείται αν ισχύει:

$$((C_0 + z) + C_2) < (C_0 + z) \quad (3.15)$$

Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές να αποκτούν τα προϊόντα σε μονοπωλιακή κι όχι ελευθέρου ανταγωνισμού τιμή.

Αν ισχυε $C_1 < C_2$ ή $C_1 - z < C_2 < C_1$ η σχέση (3.15) δεν επιβεβαιώνεται κι γι' αυτό η επιχείρηση προτιμά να θέσει μία πολύ υψηλή τιμή a ώστε να αποκλείσει τον ανταγωνισμό και από την κατάντη αγορά. Από την άλλη αν $C_2 < C_1 - z$, η καθετοποιημένη επιχείρηση θα επιλέξει να διατηρήσει τον ανταγωνισμό στην κατάντη αγορά, ώστε να συνεχίσει συλλογικά στην καθετοποιημένη δραστηριότητα της να έχει τα υψηλότερα δυνατά κέρδη, επιλέγοντας μία τιμή P_1 ώστε $P_1 - a > C_1 > C_1 - z > C_2$, για να μην παραβιάζεται η σχέση (3.8) και να μην αποδεικνύεται ότι πράττει συμπίεση περιθωρίου κέρδους.

Σε περιβάλλον χωρίς ρυθμιστικές παρεμβάσεις στην τιμή (χονδρική/ λιανική), τα διάφορα τεστ δεν μπορούν να εξαγάγουν συμπεράσματα. Γι' αυτό οι θεσμοθετημένες Αρχές Πολιτικής Ανταγωνισμού προβαίνουν σε άλλες επεμβάσεις για τον περιορισμό της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Αρχικά, επιχειρούν την πίεση των τιμών κοντά στις ανταγωνιστικές τιμές. Δεύτερη επιλογή είναι η ενθάρρυνση και ενίσχυση του ανταγωνισμού, προς την ανάντη αγορά ή των επενδύσεων για την παραγωγή εναλλακτικών επιλογών της Essential Facility. Τέλος, μία δραστική, αλλά μη τόσο επιθυμητή λύση, είναι η διάσπαση της καθετοποιημένης επιχείρησης, με στόχο τη μείωση της οικονομικής της ισχύς. Φυσικά, για να προβούν οι Αρχές στην τελευταία εναλλακτική, πρέπει να «ζυγίσουν» τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις, μιας και μία καθετοποιημένη επιχείρηση με αποτελεσματική δραστηριότητα μπορεί να μειώσει το κόστος παραγωγής, μεταβιβάζοντας αυτή τη μείωση στους καταναλωτές ή και να επενδύσει σε καινοτομία και ανάπτυξη.

3.5.4 Παράδειγμα σε Τηλεπικοινωνίες

Καταχρήσεις της δεσπόζουσας θέσης από μία επιχείρηση με καθετοποιημένη δραστηριότητα με επιλογή τη συμπίεση περιθωρίου κέρδους, έχουν απαντηθεί αρκετές φορές στην ιστορία των θεσμοθετημένων αρχών Πολιτικής Ανταγωνισμού. Συχνό είναι το φαινόμενο να απαντώνται σε περιπτώσεις υποδομών και δικτύων, όπως είναι το ενσύρματο δίκτυο των τηλεπικοινωνιών και της διανομής ηλεκτρικού ρεύματος. Στις παρακάτω υποενότητες θα αναπτυχθούν κάποιες βασικές παράμετροι στην υπό εξέταση υποθέσεων σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στις τηλεπικοινωνίες, καθώς και κάποια μοντέλα για την εν λόγω διαπίστωση.

Στην περίπτωση του μοντελοποιημένου παρόχου (με την έννοια του μοντελοποιημένου παρόχου λογίζεται η ανταγωνίστρια εταιρεία στην κατάντη αγορά), χρησιμοποιούνται τρεις μέθοδοι για τον έλεγχο ύπαρξης συμπίεσης περιθωρίου κέρδους: α) ο ισοδύναμος αποδοτικός πάροχος (EEO – Equally Efficient Operator), β) ο εύλογος αποδοτικός πάροχος (REO – Reasonably Efficient Operator) και γ) ο θεωρητικά αποδοτικός πάροχος (TEO – Theoretically Efficient Operator).

3.5.4.1 Διάρκεια Και Κόστη

Εκάστοτε μοντέλο για τον έλεγχο ύπαρξης πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους λαμβάνει ως δεδομένα επεξεργασίας τα στοιχεία κόστους και εσόδων, τόσο του μοντελοποιημένου παρόχου, όσο και της κυρίαρχης εταιρείας. Για τον υπολογισμό των συγκεκριμένων στοιχείων, τα εξετάζουμε υπό το πρίσμα της χρονικής διάρκειας, γι' αυτό κι υπάρχουν δύο προσεγγίσεις: η στατική και η δυναμική.

Στη στατική προσέγγιση λαμβάνουμε τα στοιχεία με μία ετήσια βάση/πρόβλεψη χωρίς να συνυπολογίζονται οι ενδεχόμενες αλλαγές εντός αυτού του χρονικού διαστήματος. Χρησιμοποιείται σε περιπτώσεις που τα έξοδα και τα έσοδα μπορούν να προβλεφθούν με τη χρήση απλών υπολογισμών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν στοιχεία κόστους που αφορούν εγκατάστασης, πάγια και άλλα συναφή.

Από την άλλη, η δυναμική προσέγγιση συμπεριλαμβάνει στους υπολογισμούς της τις μεταβολές των ταμειακών ροών στη διάρκεια του χρόνου, συμπεριλαμβανομένων των αποσβέσεων κατανεμημένες σε ετήσια βάση.

Το κόστος του μοντελοποιημένου παρόχου αθροίζεται από: α) το κόστος επένδυσης, β) το κόστος ευκαιρίας και γ) την εύλογη απόδοση του. Οι δύο συνηθέστερες μεθοδολογίες

υπολογισμού τους κόστους είναι η απόδοση επί του κύκλου εργασιών (RoT) ή αλλιώς απόδοση επί των συνολικών εσόδων (RoR), και το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου (WACC/Weighted Average Cost of Capital)⁽³¹⁾. Η πρώτη θεωρείται αποτελεσματικότερη σε περίπτωση παρόχων με χαμηλά πάγια στοιχεία, ενώ η δεύτερη σε αυτούς που έχουν ένταση απασχολημένου κεφαλαίου και πλεονεκτεί στην ελαχιστοποίηση των διακυμάνσεων της βραχυπρόθεσμης αγοράς και των αναμενόμενων αποδόσεων. *(Δημόσια Διαβούλευση Αναφορικά Με Τη Μεθοδολογία Και Το Μοντέλο Για Την Εξέταση Των Οικονομικών Προγραμμάτων Μεμονωμένων Ή Και Συνδυαστικών Υπηρεσιών Των Επιχειρήσεων Με Σημαντική Ισχύ Στην Αγορά, Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, Μαρτίος 2010).*

Για την καλύτερη ανάλυση των ελέγχων της συμπίεσως περιθωρίου κέρδους χρησιμοποιούν τα ακόλουθα κοστολογικά πρότυπα: 1) το μέσο συνολικό κόστος (ATC), που είναι το πηλίκο του συνολικού κόστους διά της συνολικής ποσότητας, 2) το μέσο μεταβλητό κόστος (AVC), που αποτελεί το κατά μονάδα προϊόντος μεταβλητό κόστος, 3) το αποφεύξιμο κόστος το κόστος, που δεν θα είχε δημιουργηθεί αν δεν είχε παραχθεί η ποσότητα προϊόντος, 4) μακροπρόθεσμο επαυξητικό κόστος, δηλαδή το κόστος επαύξησης της παραγωγής (συνήθως λογίζεται μακροπρόθεσμα σε σχέση με μία συγκεκριμένη παραγωγή), 5) το ελάχιστο επιτευξιμο κόστος της επιχείρησης (η επιχείρηση προμηθεύεται στις χαμηλότερες τιμές, χρησιμοποιεί τις αποδοτικότερες μεθόδους παραγωγής και αποφασίζει ορθολογικά), 6) το αφανές κόστος που είναι το κόστος των παραγωγικών συντελεστών ιδιοκτησίας του παρόχου και δεν καταβάλλεται αντίτιμο για τις υπηρεσίες τους, και τέλος 7) το πλήρες καταναμημένο κόστος, που υπολογίζεται μέσω αλγορίθμων και αθροίζει όλα τα κόστη επιμερίζοντας τα στα τελικά προϊόντα/υπηρεσίες. Σημειώνεται ότι στην Ευρωπαϊκή Ένωση το επαυξητικό κόστος θεωρείται η καταλληλότερη επιλογή για την προώθηση του ανταγωνισμού, ενώ στις περιπτώσεις απουσιών των αναγκαίων δεδομένων/στοιχείων επιλέγεται το μέσο συνολικό κόστος (AVC).

3.5.4.2 Ισοδύναμα Αποδοτικός Πάροχος (ΕΕΟ)

Στην περίπτωση της μεθόδους ισοδύναμου αποδοτικού παρόχου (ΕΕΟ) θεωρείται ότι ο

(31). Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου (Weighted Average Cost of Capital/WACC): Αποτελεί την αναμενόμενη ελάχιστη κατά μέσο όρο απόδοση που θα πρέπει να καταβάλει η επιχείρηση στους μετόχους της για την δανειακή της χρηματοδότηση, δίνεται από τον τύπο $WACC = w_d r_d (1-T) + w_p r_p + w_s (r_s \text{ ή } r_e)$, όπου:

r_d = κόστος δανειακών κεφαλαίων, r_p = κόστος προνομιούχων μετοχών, r_s = κόστος παρακρατηθέντων κερδών, r_e = κόστος νεοεκδιδόμενων κοινών μετοχών, w_d, w_p, w_s = έκαστο συμμετοχής των δανειακών κεφαλαίων και T = ο συντελεστής φορολόγησης της επιχείρησης.

μοντελοποιημένος πάροχος είναι παρόμοιος με την κυρίαρχη επιχείρηση, όχι απαραίτητως με ισοδύναμα μερίδια αγοράς ή ομοιογενή προϊόντα, και εξετάζει αν ο μοντελοποιημένος πάροχος έχει τη δυνατότητα να επιχειρήσει/παράγει στην κατάντη αγορά μέσω της κυρίαρχης εταιρείας.

Αρχικά, υπολογίζονται τα μερίδια αγοράς των δύο συγκρινόμενων εταιρειών και το επιλεγόμενο οικονομικό πρόγραμμα δράσης. Εν συνέχεια, υπολογίζονται οι υπηρεσίες του μοντελοποιημένου παρόχου τόσο αυτές μέσω της δεσπόζουσας εταιρείας όσο και εκτός αυτής. Υπολογίζονται, τα διάφορα κόστη (δικτύου, χονδρικής και λιανικής) που απαιτείται για να αναπαραχθεί η δραστηριότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης από την ανταγωνίστρια και μετά τα καθαρά έσοδα της κατάντη αγοράς. Τέλος, υπολογίζονται τόσο τα κέρδη ή ζημιές της υπό εξέταση δραστηριότητας. Πρέπει να σημειωθεί ότι οποιαδήποτε οφέλη από τις οικονομίες κλίμακας στο προϊόν στην ανάντη αγορά από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, πρέπει να μετακυλύετε στον ανταγωνιστή της κατάντη αγοράς μέσω της ρύθμισης των τιμών.

3.5.4.3 Εύλογα Αποδοτικός Πάροχος (REO)

Το πρότυπο REO είναι σχεδιασμένο με την προοπτική της προώθησης του ανταγωνισμού, με όφελος, τόσο προς στους καταναλωτές και την κοινωνική ευημερία όσο και προς στις ρυθμιστικές αρχές. Η μέθοδος αυτή στηρίζεται στα έσοδα (R) και στα έξοδα (C) σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα και με κριτήριο τη μηδένιση της καθαρής παρούσας αξίας (ΚΠΑ). Αν $KPA > 0$, τότε υφίσταται συμπίεση περιθωρίου κέρδους, αν $KPA < 0$, τότε δεν υφίσταται και αν ισούται με μηδέν ($KPA=0$), δεν δύναται να εξαχθούν συμπεράσματα. Είναι ευλόγως κατανοητό ότι στην είσοδο του μοντελοποιημένου παρόχου, μπορεί να υπάρχουν αρνητικές ταμειακές ροές, αλλά σταδιακά πρέπει να υπάρξει κερδοφορία.

Η δεύτερη ανάλυση που ακολουθεί στηρίζεται στην έρευνα του *Richard Candman*, *Margin squeeze: defining a reasonably efficient operator*, March 2011 Volume 39 Issue 1. Θεωρώντας R τα έσοδα, C το κόστος των εισροών και M το κέρδος στην κατάντη αγορά εξετάζουμε τη συνθήκη:

$$R - (C + M) \leq 0 \quad (3.16)$$

Αν ικανοποιείτε η συνθήκη (3.16) τότε θεωρούμε ότι το μονοπώλιο έχει θέσει πολύ υψηλή τιμή στην ανάντη αγορά και ασκεί συμπίεση περιθωρίου κέρδους.

Με τη μέθοδο REO περιορίζεται η πιθανότητα να αποκλειστεί ένας αποδοτικός πάροχος στην κατάντη αγορά, από τη συμπίεση περιθωρίου κέρδους που μπορεί να ασκεί στην ανάντη αγορά. Επίσης εξετάζεται και η περίπτωση που η τιμή που ασκείται από τη δεσπόζουσα

εταιρεία να είναι αποτέλεσμα της αποδοτικής καθετοποίησης, καθώς και τα απαραίτητα στοιχεία μίας κυρίαρχης εταιρείας δεν δύναται να είναι γνωστά σε σχέση με τα κόστη της ανταγωνίστριας, έτσι η τιμή που θέτει να είναι επιβλαβής χωρίς όμως να γίνεται γνωστό.

3.5.5 Μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz στην Ενσύρματη Τηλεφωνία

Η σταθερή τηλεφωνία και το δίκτυο χαλκού αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση αγοράς όπου δύναται να εμφανιστεί η περίπτωση της περιθωριοποίησης κέρδους. Επειδή η απελευθέρωση των μονοπωλιακών αγορών υπήρξε μετά το 1990, εμφανίστηκαν συχνά υπερβολικές υψηλές τιμές στην χονδρική αγορά, έτσι απασχόλησαν συχνά τις Ρυθμιστικές Αγορές. Στην έρευνα του 2010 «Margin Squeeze in Fixed-Network Telephony Markets – Competitive or Anticompetitive?», οι Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz μελέτησαν την υπόθεση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους τόσο στην ανάντη όσο και στην κατάντη αγορά στις αγορές της σταθερής τηλεφωνίας.

Η έρευνα χωρίζεται στη δημιουργία υποδείγματος του περιθωρίου συμπίεσης κέρδους με βάση δύο ασυμμετριών ανάμεσα στις δύο υπό εξέταση επιχειρήσεις. Η πρώτη είναι όταν η κυρίαρχη επιχείρηση έχει μηδενικό οριακό κόστος στην κατάντη αγορά, ενώ η ανταγωνίστρια έχει θετικό. Η δε δεύτερη όταν η κυρίαρχη επιχείρηση κοστολογεί με πάγιο και τιμή/κλήση στους καταναλωτές της στην κατάντη αγορά, ενώ η ανταγωνίστρια με γραμμικό τρόπο. Ακόμη, το προϊόν της κυρίαρχης επιχείρησης διαφοροποιείται οριζόντια, ενώ των ανταγωνιστριών είναι ομοιογενές.

Θεωρούμε ότι όλα τα έξτρα μεταβλητά κόστη είναι μηδενικά καθώς και ότι οι νεοεισερχόμενες εταιρείες δεν αντιμετωπίζουν σταθερό κόστος.

Ακολούθως παρουσιάζεται η έρευνα τους σε μοντελοποιημένη μορφή, θεωρούμε τα κάτωθι:

- * **I** είναι η καθετοποιημένη εταιρεία με οικονομική ισχύ
- * **E_j** είναι οι νέες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις στην κατάντη αγορά που αγοράζουν δικαίωμα πρόσβασης στο δίκτυο και πουλάνε όμοια προϊόντα με την κυριαρχούσα επιχείρηση
- * **t** είναι το οριακό κόστος των νεοεισαχθέντων

Οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται στην αγορά με ανταγωνισμό τιμών a la Bertrand κι η επιχείρηση **I** στην κατάντη αγορά έχει μηδενικό οριακό κόστος.

- * f είναι το βασικό πάγιο που χρεώνει η I
- * P_I είναι η τιμή ανά λεπτό ομιλίας που χρεώνει η I
- * P_{Ej} είναι η γραμμική τιμολόγηση ανά λεπτό των ανταγωνιστριών εταιρειών.
- * s είναι ο δείκτης διαφοροποίησης, όπου $0 \leq s \leq 1$, όπου $s=0$ όταν πλήρως διαφοροποιημένα προϊόντα, ενώ $s=1$ όταν είναι τέλεια υποκατάστατα.
- * a είναι μία σταθερά
- * P_E είναι η ελάχιστη τιμή των ανταγωνιστριών εταιρειών
- * U η χρησιμότητα του καταναλωτή
- * Y το εισόδημα του καταναλωτή
- * CS το πλεόνασμα του καταναλωτή
- * n ένας κοινός παρανομαστής, βάσει του οποίου αποτιμούνται τα κόστη και τα οφέλη της υπό εξέταση υποθέσεως

Η ζήτηση (X_{Ei}) των νεοεισαχθέντων/ανταγωνιστριών επιχειρήσεων είναι η ακόλουθη:

$$1. \text{ Αν } P_{Ei} > P_{Ej} \text{ τότε } X_{Ei} = 0, \quad \text{όπου: } i \neq j \quad (3.17)$$

$$2. \text{ Αν } P_{Ei} = P_{Ej} \text{ τότε } X_{Ei} = (1/2) * (a - P_{Ei} - as + P_{Is}) / (1 - s^2), \quad \text{όπου: } i \neq j \quad (3.18)$$

$$3. \text{ Αν } P_{Ei} < P_{Ej} \text{ τότε } X_{Ei} = (a - P_{Ei} - as + P_{Is}) / (1 - s^2), \quad \text{όπου: } i \neq j \quad (3.19)$$

$$\text{Η ζήτηση } (X_I) \text{ της δεσπόζουσας θέσης είναι: } X_I = (a - P_I - as + P_{Es}) / (1 - s^2) \quad (3.20)$$

$$\text{Το κέρδος των νεοεισερχόμενων } i \text{ ισούται με: } \Pi_{Ei} = X_{Ei} (P_{Ei} - t) \quad (3.21)$$

$$\text{ενώ της δεσπόζουσας επιχείρησης ισούται με: } \Pi_I = f + X_I P_I + t X_E \quad (3.22)$$

Η χρησιμότητα του καταναλωτή βάση της έρευνας δίνεται από τη σχέση:

$$U = n + (X_{E1} + X_{E2} + X_I) - ((X_{E1}^2 + X_{E2}^2) / 2) - (X_I^2 / 2) - s X_{E1} + X_{E2} X_I \quad (3.23)$$

$$\text{Και το εισόδημα: } Y = n + P_E X_E + P_I X_I + f \quad (3.24)$$

$$\text{Έτσι: } CS = U - Y \rightarrow \text{σχέσεις (3.23) \& (3.24)}$$

$$CS = a - (X_E + X_I) - (X_E^2 / 2) - (X_I^2 / 2) - s X_E - P_E X_E - P_I X_I - f, \quad (3.25)$$

$$\text{Όπου: } X_E = X_{E1} + X_{E2} \text{ και } P_E = P_{E1} + P_{E2}$$

Ο καταναλωτής επιλέγει να παραμείνει ή να αγοράσει από την καθετοποιημένη επιχείρηση όταν από τη σχέση (3.25), ισχύει $CS > CS^0$, όπου CS^0 το πλεόνασμα του καταναλωτή από τις διαφορετικές εναλλακτικές που έχει, όπως για παράδειγμα αν στραφεί στη δορυφορική τηλεφωνία.

Ακολούθως θα παρουσιαστεί η υπό εξέταση περίπτωση του παγίου f που χρεώνει η δεσπόζουσα επιχείρηση στην κατάντη αγορά. Πρέπει να σημειωθεί ότι με τον περιορισμό του παγίου f , η εξαγωγή του πλεονάσματος είναι αδύνατη. Παρουσιάζεται λοιπόν ένα παίγνιο

τριών σταδίων: α) οι ρυθμιστικές αρχές θέτει το πάγιο ίσο με f^R , β) η τιμή χονδρικής είναι t και γ) επικρατεί ανταγωνισμός τιμών μεταξύ των επιχειρήσεων, ανταγωνισμός a la Bertrand.

❖ 1^η Περίπτωση: Το f^R έχει τεθεί τόσο χαμηλά που οι γραμμικές τιμές είναι άριστες.

Η επιχείρηση **I** θέτει τιμή P_I , λαμβάνοντας υπόψη ότι $P_E = t$ και της μεγιστοποίησης του συνολικού κέρδους, η τιμή ισορροπίας ισούται με:

$$\begin{aligned} P_I &= (a(1-s))/2 + ts \\ \rightarrow \text{σχέσεις (3.21) \& (3.22)} \\ \rightarrow \quad \quad \quad \mathbf{t} &= \mathbf{a/2} \end{aligned} \quad (3.26)$$

Οδηγούμαστε σε μία ισορροπία a la Bertrand στην κατάντη αγορά, όπου: $P_E = P_I = t = a/2$, σε αυτή την τιμή η επιχείρηση **I** επιδιώκει με γραμμική τιμολόγηση να εισπράξει όσο το πιο δυνατό κέρδος. Αυτό ισχύει με δεδομένη χαμηλή τιμή f^R και χαμηλό CS^0 , δηλαδή δεν υπάρχει μεγάλη υποκατάσταση σε από πλευράς ζήτησης.

❖ 2^η Περίπτωση: Το f^R κυμαίνεται σε μεσαίες τιμές και μία οριακή αλλαγή του επιφέρει μερικές αλλαγές στις τιμές λιανικής πωλήσεως.

Η επιχείρηση **I** θέτει τιμή λιανικής και πάγιο που ισούνται με: $f^R + C^0$ κι πεδίο ορισμού από $(a^2/(4+4s))$ έως και $(a^2/(1+s))$, έτσι η τιμή ισορροπίας είναι ίση με:

$$P_I = P_E = t = a - \sqrt{CS^0 + f^R(1+s)}$$
, σε αυτήν τη σχέση δεν υφίσταται συμπίεση περιθωρίου κέρδους και διαπιστώνεται ότι υπάρχει αντίστροφη σχέση ανάμεσα στο f^R , P_E και t .

Ο διακλαδικός ανταγωνισμός (δορυφορικών και σταθερών τηλεπικοινωνιών) επιφέρει μειώσεις στις τιμές των σταθερών κλήσεων, όταν η χρησιμότητα **CS** από τις εναλλακτικές υπηρεσίες.

❖ 3^η Περίπτωση: Το f^R έχει τεθεί πολύ υψηλά οπότε δεν υπάρχουν περιορισμοί από τις ρυθμιστικές αρχές.

Όπως προαναφέρθηκε ο κλάδος με τις νεοεισερχόμενες εταιρείες που έχουν ομοιογενές προϊόν ανταγωνίζονται σε καθεστώς ανταγωνισμού τιμών a la Bertrand, οπότε τίθεται η τιμή ίση με το οριακό κόστος (δηλ. $P_E = t$). Δεν υφίσταται λοιπόν θέμα διπλού περιθωρίου κέρδους και θέτει τιμή πρόσβασής μηδενική, δηλ. $t = 0$, μεγιστοποιώντας το πλεόνασμα καταναλωτή.

Έτσι ισχύει:
$$f^{UR} = (a^2/(1+s)) - CS^0 \quad (3.27)$$

Από τη σχέση (3.27) διαπιστώνεται ότι το σταθερό πάγιο f είναι μία φθίνουσα συνάρτηση της παραμέτρου διαφοροποίησης s , δηλαδή το πλεόνασμα του καταναλωτή μειώνεται όσο πιο ομοιογενή είναι τα προϊόντα. Για $s < 1$ αποδεικνύεται ότι η καθετοποιημένη επιχείρηση έχει απόλυτο συμφέρον να προσφέρει πρόσβαση στο δίκτυο, εφόσον κι εάν οι εν δυνάμει ανταγωνιστές είναι εξίσου αποτελεσματικοί, αλλά δεν έχουν την ίδια δύναμη στην αγορά.

Οδηγείται στο συμπέρασμα ότι όταν έχουμε διαφοροποιημένα προϊόντα στην κατάντη αγορά, μειώνεται η πιθανότητα δημιουργίας συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και η συνολική ευημερία μεγιστοποιείται.

Οι Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz παρουσίασαν ένα μοντέλο όπου διερεύνησαν εάν οι νεοεισερχόμενες εταιρείες σε ένα κλάδο σταθερής τηλεφωνίας υφίστανται συμπίεση περιθωρίου κέρδους από την επιχείρηση με οικονομική ισχύ. Στον κλάδο οι επιχειρήσεις καθορίζουν τις τιμές σύμφωνα με το πρότυπο *a la Bertrand* κι οι τιμές ισορροπίας λαμβάνουν υπόψη τόσο την ομοιογένεια των προϊόντων, όσο και το κόστος ευκαιρίας από άλλους κλάδους, όπως των δορυφορικών τηλεπικοινωνιών. Οι πολύ ισχυρές «εξωτερικές ευκαιρίες» θέτουν υπό εξέταση την αναγκαιότητα των ρυθμιστικών αρχών να καθορίζουν τις τιμές (στην κατάντη ή ανάντη αγορά). Ο εξωτερικός ανταγωνισμός μπορεί να οδηγήσει σε συμπίεση του περιθωρίου κέρδους ή σε περίπτωση πολύ χαμηλού παγίου να οδηγήσει στο ακριβώς άλλο άκρο και να ευνοεί την ύπαρξη πληθώρας εταιρειών στην κατάντη αγορά, έτσι η κυρίαρχη επιχείρηση θα μεγιστοποιεί τα μονοπωλιακά κέρδη της στην ανάντη αγορά και συγχρόνως τα συνολικά κέρδη της.

3.5.6 Efficient Component Price Rule (ECPR)

Ανεξαρτήτου τοπογραφίας (Ευρωπαϊκή Ένωση, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, Αυστραλία κλπ) οι ρυθμιστικές αρχές εκάστης Πολιτικής Ανταγωνισμού, συχνά τίθενται το ζήτημα κατά πόσο θα πρέπει να παρέμβουν στην ρύθμιση ή πίεση της δεσπόζουσας επιχειρήσεως να μοιραστεί ένα κομμάτι της περιουσίας της, μίας *Essential Facility*. Αφού έχει αποφασισθεί αν πρέπει ή όχι η μονοπωλιακή εταιρεία πρέπει να παράσχει πρόσβαση στην *Essential Facility* της, θα πρέπει να ελεγχθεί η τιμή που θέτει στους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά, ως προς την οπτική αν είναι δίκαιη ή πολύ υψηλή με σκοπό τον αποκλεισμό τους.

Το πρόβλημα συμπίεσης περιθωρίου κέρδους από μία καθετοποιημένη επιχείρηση ως προς τους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά, μπορεί να εμφανιστεί τόσο σε περιπτώσεις προϊόντων κοινής ωφελείας (φυσικό αέριο, οδικό δίκτυο, ηλεκτρισμό, τηλεπικοινωνίες κλπ),

όσο και σε περιπτώσεις παραγωγικών σταδίων όπως των προϊόντων αλουμινίου που ο μονοπωλητής της ανάντη αγοράς πρέπει να προμηθεύει με πρώτη ύλη τους ανταγωνιστές του. Ωστόσο, είναι πιο σύνηθες (και έχει αντιμετωπιστεί πιο συχνά) από τις ρυθμιστικές αρχές, το πρόβλημα της συμπίεσως περιθωρίου κέρδους στους τομείς κοινής ωφελείας. Έτσι το μεγαλύτερο πρόβλημα που τίθεται, είναι ο καθορισμός των τιμών, όπου πραγματοποιείται ως εξής: α) καθορισμός ορίων εκ των ρυθμιστικών αρχών, β) καθορισμός από τις ρυθμιστικές αρχές εναλλακτικών καθεστώτων, όπου μπορεί να επιλέξει η δεσπύζουσα επιχείρηση και γ) η εταιρεία επιλέγει τιμολόγηση συμφώνως των διατάξεων των ισχυουσών αντιμονοπωλιακών νομοθεσιών.

Μια μεθοδολογία, που προτάθηκε από τον Baumol στην έρευνα του «Baumol and Sidak, 1994; Willig, 1979», επιχειρεί τον καθορισμό της τιμής στην ανάντη αγορά με έμφαση το κόστος ευκαιρίας του ολοκληρωμένου παρόχου πρόσβασης. Το σχετικό κόστος ευκαιρίας εξαρτάται από τις συνθήκες της αγοράς, συμπεριλαμβανομένης της διαφοροποίησης των προϊόντων, καθώς και τις δυνατότητες υποκατάστασης. Αν οι νεοεισερχόμενη εταιρεία μπορεί να υπολογισθεί το ίδιο ή περισσότερο αποτελεσματική σε σχέση με τη καθετοποιημένη επιχείρηση, τότε θα μπορέσει να δημιουργήσει κέρδη και να επιβιώσει. Ελλείψει των «εναλλακτικών» επιλογών, η βέλτιστη τιμή της ανάντη αγοράς, που υπολογίζεται από το ECPR (Efficient Component Pricing Rule / Κανόνας Αποτελεσματικής Τιμολόγησης) καθορίζει ότι η τιμή πρόσβασης υπολογίζεται γραμμικά από τον ακόλουθο τύπο:

$$\text{Τιμή Κατάντη Αγοράς (P)} = \text{Κόστος Παροχής Πρόσβασης (f)} + \text{Κόστος Ευκαιρίας Πρόσβασης (K)}$$

Το Κόστος Ευκαιρίας Πρόσβασης είναι το κόστος που η δεσπύζουσα επιχείρηση έχει λόγω της πρόσβασης που παρέχει στην ανταγωνίστρια εταιρεία. Αποτελεί ένα κίνητρο στην δεσπύζουσα επιχείρηση, διότι με αυτό το κόστος περιορίζει τα κέρδη των ανταγωνιστριών της και είναι ένα αντισταθμιστικό κόστος σε σχέση με αυτό του κέρδους που χάνει, λόγω παροχής του δικαιώματος πρόσβασης. Επίσης, η παροχή πρόσβασης ενισχύει το όφελος της δεσπύζουσας επιχείρησης, μιας και είναι γνωστό ότι όσοι πιο πολύ είναι οι πελάτες σε περιπτώσεις κοινή ωφελείας όπως η τηλεφωνία, τόσο αυξάνει το όφελος των συνδρομητών και τόσο γεωμετρικά αυξάνει η επιθυμία να εισέλθουν νέοι συνδρομητές/πελάτες.

Λόγω του ότι δεν είναι εφικτό να υπολογίζονται εκ των προτέρων τα κόστη ευκαιρία, όταν η νεοεισερχόμενη εταιρεία δεν προσφέρει πανομοιότυπο προϊόν, το μοντέλο ECPR δεν

μπορεί να εξάγει ακριβή συμπεράσματα. Το ECPR από τη μία λαμβάνει υπόψη το κοινωνικό κόστος ευκαιρίας, που θα δημιουργηθεί από μία νεοεισερχόμενη εταιρεία, ωστόσο δεν δύναται να υπολογισθούν τα κοινωνικά οφέλη ως προς τους καταναλωτές στην ενσύρματη επικοινωνία σε σχέση με τις «εναλλακτικές υπηρεσίες», όπως είναι η κινητή/δορυφορική τηλεφωνία.

3.6 Ανακεφαλαίωση

Ανακεφαλαιώνοντας διαπιστώνετε ότι είτε οι ρυθμιστικές αρχές περιορίζουν πλήρως τις τιμές (ανάντη και κατάντη αγοράς) είτε αφήνεται πλήρως ελεύθερο το καθεστώς, πάντα υπάρχουν οι πιθανότητες να δημιουργηθεί κάποιο ποσοστό συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, από τη «κανονιστική συμπίεση περιθωρίου κέρδους» έως και την «κατασχετική/πλήρη συμπίεση περιθωρίου κέρδους». Το καθεστώς πλήρους ρύθμισης συχνά δύναται να χρησιμοποιηθεί ως σημείο αναφοράς για τον εντοπισμό αδυναμιών της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Τα εκάστοτε τεστ και προσεγγίσεις, που έχουν αναπτυχθεί είναι σε συνάρτηση άλλων παραβάσεων, όπως της ληστρικής πρακτικής.

Με τις βασικές μεθοδολογικές αρχές που έχουν τεθεί στη διάρκεια διάφορων υποθέσεων είναι: α) τα κόστη / έσοδα του μοντελοποιημένου παρόχου, β) η εξεταζόμενη χρονική διάρκεια και γ) το κόστος κεφαλαίου, δημιουργήθηκαν διάφορα μοντέλα/τεστ για την προσέγγιση ελέγχου ύπαρξης συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, μοντέλα που αποτελούν προτάσεις προσέγγισης και όχι απόλυτα εργαλεία των ρυθμιστικών αρχών.

Το κυριότερο πρότυπό που χρησιμοποιήθηκε στην εύρεση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, το μοντέλο ECPR, βοήθησε να σκέφτονται από την άποψη του κόστους κοινωνικής ευκαιρίας για τον προσδιορισμό της βέλτιστης τιμολόγησης της πρόσβασης. Η έννοια του κόστους ευκαιρίας γίνεται πιο περίπλοκη με την παρουσία εναλλακτοτήτων δικτύου (όπως δορυφορικές συνδέσεις στην τομέα των τηλεπικοινωνιών), και αυτό γιατί τίθεται το ερώτημα αν οι εξωτερικότητες δικτύου είναι προς όφελος των συνδρομητών του σταθερού δικτύου.

Οι ρυθμιστικές αρχές επιχειρούν να ελέγξουν, διαπιστώσουν και εκδικάσουν τις συμπίεσεις περιθωρίου κέρδους, με σκοπό την επάλειψη τις αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, που οδηγεί σε αποτελέσματα που δεν δύναται να ανατραπούν εύκολα, που ζημιώνουν την κοινωνική ευημερία και το πλεόνασμα του καταναλωτή και δεν προωθούν τις επενδύσεις και την τεχνολογική ανάπτυξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΠΙΕΣΗΣ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

4.1 Εισαγωγή

Παρ' όλο ότι η νομοθεσία για την αντιμετώπιση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους έχει απασχολήσει πολύ τις ρυθμιστικές αρχές (έτσι νομολογιακά υπήρξε μεγάλη ανάπτυξη), αριθμητικά οι υποθέσεις επιχειρήσεων που εξετάζονται για την εν λόγω παράβαση παραμένουν πολλές και ιδιαίτερα σε τομείς όπως αυτός των τηλεπικοινωνιών και των βασικών υλών (π.χ. αλουμίνιο). Ο διάλογος ανάμεσα σε οικονομολόγους, νομικούς και ακαδημαϊκούς για τη διαφοροποίηση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, για το αν αποτελεί αυτοτελή παράβαση μίας καθετοποιημένης επιχείρησης σε ανάντη και κατάντη αγορά ή μίας άλλης μορφής/συνδυασμός των παραβάσεων: ληστρικής/υπερβολικής τιμολόγησης και αρνήσεως προσβάσεως. Η υπάρχουσα νομολογία δημιουργεί ασαφή προσεγγίσεις για τον ορισμό των τιμών/συμπεριφορών της δεσπόζουσας επιχείρησης, τόσο ως προς τους ανταγωνιστές της (νεοεισερχόμενες ή υπάρχουσες εταιρείες) στην κατάντη αγορά, όσο και στην αντιμετώπιση των «απευθείας» καταναλωτών της.

Οι δύο βασικοί πόλοι αντιμετώπισης της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι η προσέγγιση της Ευρωπαϊκής Ενώσεως και των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Οι υπόλοιπες χώρες προσεγγίζουν το θέμα με έναν πανομοιότυπο τρόπο αυτών των δύο, για παράδειγμα η Αυστραλία και η Κίνα με τη κοινωνικό-πολιτικό-νομοθετική κουλτούρα τους, εναρμονίζονται με την αμερικάνικη προσέγγιση και τον νόμο Sherman Act. Η πιο παραδοσιακή κουλτούρα της Ευρωπαϊκής Ενώσεως, αντιμετωπίζει τη συμπίεση περιθωρίου κέρδους ως αυτόνομη καταχρηστική πρακτική της δεσπόζουσας θέσης, με εστίαση στις τιμές χονδρικής και λιανικής. Από την άλλη, η κανονιστική προσέγγιση των Η.Π.Α. αντιμετωπίζει αυτή την πρακτική όχι αυτούσια, αλλά μόνο αν αποδεικνύεται η άμεση αρνητική επιρροή της στους καταναλωτές. Τέλος, στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, η προσέγγιση της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού της ΕΕ για τη συμπίεση του περιθωρίου κέρδους, στηρίζεται στην εκ των προτέρων αντιμετώπιση και αποφυγή της παραβάσεως. Αντιθέτως, στην προσέγγιση των Η.Π.Α. απουσιάζει η εκ των προτέρων καθιέρωση κανόνων, αλλά λογίζεται η εκ των υστέρων, σε περίπτωση αποδείξεως μείωσης του πλεονάσματος του καταναλωτή και της

κοινωνικής ευημερίας γενικότερα (όπως για παράδειγμα λόγω μείωσης των επενδυτικών κινήτρων και της τεχνολογικής αναπτύξεως).

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει αναφορά σε διάφορες υποθέσεις, που αντιμετωπίστηκε η πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Η εξέταση τους είναι δειγματοληπτική και παρουσιάζονται με χρονολογική σειρά. Παρουσιάζονται, επίσης, τα βασικά αποτελέσματα που εξάχθηκαν από τα δικαστήρια και τις ρυθμιστικές αρχές.

4.2 Υπόθεση 1975-1976: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά National Coal Board (NCB)

Στις 29 Οκτωβρίου 1975 εκδικάστηκε η υπόθεση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας κατά της National Coal Board (NCB) και θεωρείται ως υπόθεση *OJ L 35, 10.2.1976*, επιβάλλοντας πρόστιμο £280.000 χωρίς τους φόρους και τα επιτόκια επ' ωφελεία National Carbonizing Company (NCC). Η εταιρεία National Carbonizing Company (NCC) προμηθευόταν από την National Coal Board (NCB) άνθρακα, που αποτελούσε τη βασική της πρώτη ύλη για την παραγωγική της διαδικασία. Η National Coal Board (NCB) κατείχε μονοπωλιακή θέση στην ανάντη αγορά και δραστηριοποιούνταν στην κατάντη αγορά παραγωγής κοκ με τη θυγατρική της εταιρεία, την National Smokeless Fuels (NSF). Η National Coal Company (NCC) ήταν ανταγωνίστρια με την National Smokeless Fuels (NSF), η οποία κατείχε το 90% του μεριδίου αγοράς.

Η αύξηση της τιμής της National Coal Board (NCB) στην ανάντη αγορά οδηγούσε την National Carbonizing Company (NCC) να μην μπορεί να δημιουργήσει κέρδος, συνεπώς η National Coal Board (NCB) ασκούσε υπερτιμολόγηση. Για την ακρίβεια, ενώ η National Coal Board (NCB) αύξησε την τιμή του κοκ την 1^η Μαΐου 1974, 1^η Νοεμβρίου 1974 και 1^η Απριλίου 1975, η National Smokeless Fuels (NSF) δεν μετέβαλλε καθόλου τις τιμές των προϊόντων της. Ωστόσο, με βάση τα διαθέσιμα δεδομένα που είχε η Επιτροπή, συμπέρανε ότι η National Coal Board (NCB) δεν ενέργησε με την έκνομη συμπεριφορά της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιδίωξε να διακρίνει τον γενικό κανόνα της άρνησης πρόσβασης/πώλησης και της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, χαρακτηριστικά διατύπωσε: *«Από αυτή τη γενική αρχή, η Επιτροπή συμπεραίνει πως η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση είναι υποχρεωμένη να θέσει τις τιμές της σε τέτοια επίπεδα ώστε να επιτρέπει σε έναν αποτελεσματικό κατασκευαστή παράγωγων προϊόντων να επιβιώσει στην αγορά μακροχρόνια/*

From this general principle the services of the Commission deduced that the enterprise in a dominant position may have an obligation to arrange its prices so as to allow a reasonably efficient manufacturer of the derivatives a margin sufficient to enable it to survive in the long term».

4.3 Υπόθεση 1988: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά British Sugar Company (BS)

Στις 18 Ιουλίου του 1988 εκδικάστηκε η υπόθεση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας κατά της British Sugar και θεωρείται ως υπόθεση IV/30.178, εκδικάζοντας τριών εκατομμυρίων ECU⁽³²⁾. Η εταιρεία British Sugar (BS) κατείχε τη δεσπόζουσα θέση της ανάντης αγοράς της ακατέργαστης ζάχαρης και ήταν καθετοποιημένη με οικονομική ισχύ στην κατάντη αγορά. Η Napier Brown and Company Ltd (NB), ανταγωνίστρια εταιρεία στη λιανική αγορά, παρά την αποτελεσματικότητα της δεν μπορούσε να επιβιώσει στην αγορά, σε σχέση με την British Sugar.

Η Επιτροπή αποφάνθηκε ότι η British Sugar (BS) ανάμεσα στις αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές που χρησιμοποιούσε για την έξοδο της Napier Brown and Company Ltd (NB) από την αγορά λιανικής, ήταν και η συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Για την ακρίβεια η Επιτροπή αποφάνθηκε ότι η British Sugar (BS): «α) αρνήθηκε την πώληση ζάχαρης στην NB, β) εφάρμοσε τακτική καθορισμού των τιμών, που αντικειμενικό στόχο είχαν τον εξαναγκασμό της Napier Brown and Company Ltd (NB) να αποσυρθεί από την αγορά ζάχαρης λιανικού εμπορίου, γ) αρνήθηκε την παροχή ζάχαρης με σύστημα παραλαβής από το εργοστάσιο, δ) αρνήθηκε στην Napier Brown and Company Ltd (NB) την παροχή ζάχαρης προελεύσεως αποκλειστικά από ζαχαρότευτλα και ε) πρόσφερε «εκπτώσεις πίστεως ή ομαδικής δέσμευσης» σε συγκεκριμένο όμιλο αγοραστών, του οποίου ορισμένα μέλη πραγματοποιούσαν τις αγορές τους από την Napier Brown and Company Ltd (NB), με στόχο να πείσει όλα τα μέλη του ομίλου να αγοράζουν ζάχαρη αποκλειστικά από την British Sugar (BS)».

(32). ECU: Το ECU (European Currency Unit) ή αλλιώς Ευρωπαϊκή Λογιστική Μονάδα αποτέλεσε την λογιστική μονάδα των χωρών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας από το 1979 έως το 1998. Η ονομασία ECU δεν ήταν μόνο η σύντμηση της αγγλικής ονομασίας European Currency Unit, αλλά παρέπεμπε και στο Έκυ, ένα παλιό γαλλικό κέρμα. Το σύμβολο του νομίσματος ₣, που είναι τα αρχικά γράμματα των λέξεων Communauté Européenne. Η ECU αντικαταστάθηκε την 1 Ιανουαρίου 1999 σε μια σχέση ανταλλαγής 1:1 από το Ευρώ. Η αξία της Ευρωπαϊκής Νομισματικής Μονάδας καθορίστηκε από το λεγόμενο καλάθι νομισμάτων και υπολογίστηκε χρησιμοποιώντας ένα ακριβές ποσό των εθνικών νομισμάτων των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Η συναλλαγματική ισοτιμία της ECU απέναντι σε ένα άλλο νόμισμα προέκυπτε από την ισοτιμία του αθροίσματος των νομισμάτων στο καλάθι πολλαπλασιαζόμενο με το ποσό του εκάστοτε νομίσματος στο καλάθι.

4.4 Υπόθεση 1997-2000: Καταγγελία της Industrie des Poudres Sphériques SA κατά Pechiney Electro Metallurgy

Με την υπόθεση T-5/97, οι ρυθμιστικές αρχές αποφάνθηκαν κατά των καταγγελιών της Industrie des Poudres Sphériques SA (IPS, εταιρεία με έδρα το Annemasse της Γαλλίας) εναντίον της Pechiney ElectroMetallurgie (PEM), μονοπωλιακή εταιρεία στην παραγωγή μεταλλικού ασβεστίου με καθετοποίηση και στην αγορά επεξεργασμένου μεταλλικού ασβεστίου.

Η Industrie des Poudres Sphériques SA (IPS) προμηθευόταν την πρώτη απαραίτητη ύλη για την παραγωγή της από την Pechiney ElectroMetallurgie (PEM). Υποστήριξε στις καταγγελίες της ότι η μονοπωλιακή εταιρεία στην ανάντη αγορά και βασική ανταγωνίστρια εταιρεία στην κατόντη αγορά, αρνούταν την παροχή της πρώτης ύλης, καθώς και υπερτιμολογούσε τη χονδρική τιμή, όταν και εάν γινόταν η παροχή του μεταλλικού ασβεστίου. Χαρακτηριστικά δήλωσε στις καταγγέλλουσες αρχές, ότι η μη δυνατότητα να προμηθευτεί την πρώτη ύλη, καθώς και η υπερτιμολόγηση αυτής, οδηγούσε τις ανταγωνίστριες εταιρείες της Pechiney ElectroMetallurgie (PEM) στην κατόντη αγορά να έχουν ζημίες και να οδηγούνται στην έξοδο.

Οι Δικαστικές Αρχές απέρριψαν την καταγγελία για δύο βασικούς λόγους. Αρχικά, η Industrie des Poudres Sphériques SA (IPS) είχε τη δυνατότητα να προμηθευτεί την πρώτη ύλη από άλλες χώρες, όπως την Ρωσία, την Κίνα και την Νότιο Αμερική. Έπειτα, όσον αφορούσε την τιμολόγηση της καθετοποιημένης επιχείρησης δεν αποδεικνυόταν ότι ήταν είτε υπερβολική (στην ανάντη αγορά) είτε ληστρική στη λιανική της περίπτωση. Αυτές οι διατυπώσεις για τις τιμές, που αποτελούν δύο από τις βασικές αρχές της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, οδήγησαν τις αρχές στις 30 Νοεμβρίου 2000 να απαλλάξουν την Pechiney ElectroMetallurgie (PEM) των κατηγοριών της.

4.5 Υπόθεση 1996-2003: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Deutsche Telekom AG

Η Deutsche Telekom AG (DT) η οποία κατείχε τη δεσπόζουσα θέση στο δίκτυο της σταθερής τηλεφωνίας στη Γερμανική αγορά, τόσο στην ανάντη όσο και στην κατόντη αγορά, κατηγορήθηκε από μία πληθώρα ανταγωνιστριών εταιρειών ότι ασκούσε έκνομες πρακτικές. Η κυρίαρχη εταιρεία, με τις πράξεις της, αποδείχθηκε μέσω των στοιχείων ότι περιόριζε τον ανταγωνισμό στην κατόντη αγορά, δημιουργώντας εμπόδια εισόδου, καθώς και μειώνοντας τον υπάρχον. Τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν, κατέδειξαν την καθιέρωση υψηλών τιμών

στο δικαίωμα πρόσβασης στους ανταγωνιστές της στο δίκτυο. Το πρόστιμο που της επιβλήθηκε άγγιξε το ύψος των 12.6 εκατομμυρίων ευρώ (υπόθεση Νο IV/M. 705/1996).

Διαπιστώθηκε ότι η εταιρεία καταχρόταν τη μονοπωλιακή της δύναμη, καταχρόνταν την ισχύ της στην τιμολόγηση, αποδυναμώνοντας και ζημιώνοντας τους ανταγωνιστές της στην κατάντη αγορά, οδηγώντας τους στην έξοδο. Για τη διαπίστωση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους με τη διαφορετική πολιτική τιμολόγησης, χρησιμοποιήθηκε η πρακτική του «ισοδύναμου αποδοτικού παρόχου/ΕΕΟ» (που αναλύθηκε στην ενότητα 3.5.4.2), με αυτήν την επιλογή είχαν πιο έγκυρα δεδομένα για επεξεργασία. Ελέγχθηκε και διαπιστώθηκε ότι αν η Deutsche Telekom AG (DT), αν κοστολογούταν με τις ίδιες τιμές, τότε θα λειτουργούσε υπό ζημιολόγο καθεστώς.

Στην ιστορική συνέχεια της υποθέσεως, αξίζει να αναφερθεί ότι η εταιρεία μετά την επιβολή προστίμου, αιτήθηκε ακυρώσεως της αποφάσεως των Δικαστικών Αρχών ή μειώσεως του προστίμου. Ωστόσο, το Πρωτοδικείο στήριξε την αρχική απόφαση και αποφάνθηκε ότι η εταιρεία πρέπει να καταβάλλει το πρόστιμο για την άνιση/παράνομη επιλογή τιμολόγησης της. Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι για τη διαχείριση της συγκεκριμένης υπόθεσης, η Ευρωπαϊκή Ένωση διατηρεί το δικαίωμα να ασκήσει προσφυγή εναντίον της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας. Αντιπροσωπευτική είναι η δήλωση μέλους της Επιτροπής: *«Αποδεικνύοντας την ύπαρξη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, η Επιτροπή έχει αρκετά στοιχεία για να εδραιώσει τη ύπαρξη κατάχρησης, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστούν οι επιπτώσεις στην αγορά. Αλλά ακόμη και αν η κατάχρηση μπορεί να αποδειχθεί μέσω των στοιχείων που υποδεικνύουν πως η Deutsche Telekom AG (DT) περιόρισε τους ανταγωνιστές της υψώνοντας εμπόδια εισόδου στην αγορά, τα εμπόδια αυτά υπάρχουν».*

4.6 Υπόθεση 2002: Εθνικές Βρετανικές Αρχές κατά BSkyB

Οι βρετανικές αρχές και συγκεκριμένα η Εθνική Αρχή Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου (OFT) εξέτασαν αν η BSkyB είχε κάνει κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης μέσω της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και τη διαφορετική τιμολόγηση στην ανάντη και κατάντη αγορά, με σκοπό τον περιορισμό ή/και έξοδο των ανταγωνιστών της στην κατάντη αγορά. Εξετάζοντας το κόστος εισροής της BSkyB σε τιμές που χρέωνε τους ανταγωνιστές της, διαπιστώθηκε ότι λειτουργεί ζημιολόγο στην κατάντη αγορά. Οι ζημίες διήρκησαν για ένα χρόνο περίπου, ενώ παράλληλα ήταν στη διαδικασία αποσβέσεως μίας επενδύσεως που

πραγματοποίησε σε νέα πλατφόρμα. Ωστόσο, παρ' όλο που δεν υπήρξε διαφοροποίηση στην τιμολόγηση, μετά από ένα χρόνο η εταιρεία άρχισε να εμφανίζει κερδοφορία, έτσι η Εθνική Αρχή Ανταγωνισμού διαπίστωσε ότι οι κατηγορίες δεν στηρίζονταν και γι' αυτό αποφασίστηκε η απόσυρση των κατηγοριών.

Επιπρόσθετα, διατυπώθηκαν καταγγελίες ότι η BSkyB είχε κάνει κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της, μέσω της "μικτής ομαδοποίησης» των καναλιών, δηλαδή προσφέροντας διαφορετικά προϊόντα μαζί σε μια έκπτωση. Η Εθνική Αρχή Ανταγωνισμού δεν βρήκε κανένα στοιχείο της τιμολόγησης κάτω του οριακού κόστους ή του αποκλεισμού των αγορών σε ανταγωνιστές, οπότε ο ισχυρισμός αυτός απορρίφθηκε επίσης.

4.7 Υπόθεση 2003: Εθνικές Βρετανικές Αρχές κατά British Telecom (BT)

Άλλη μία υπόθεση στη Βρετανική τηλεπικοινωνία είναι η υπόθεση που αφορά την εταιρεία British Telecom (BT). Η καταγγέλλουσα εταιρεία Wanadoo UK αιτήθηκε στην Oftel ⁽³³⁾ να εξετάσει την περίπτωση αν η British Telecom καταχρόταν την κυριαρχούσα θέση της, με διαφορετική τιμολόγηση, με σκοπό να της προκαλέσει ζημίες και να την εξάγει από την αγορά λιανικής πωλήσεως. Η British Telecom διέθετε ένα από τα πιο εξελιγμένα και καλοδιατηρημένα δίκτυα τηλεπικοινωνιών οπουδήποτε στον κόσμο. Με 120 εκατομμύρια χιλιόμετρα ζεύγος χαλκού και έξι εκατομμύρια χιλιόμετρα οπτικών ινών, είχε τη δυνατότητα να αγγίξει σχεδόν κάθε σπίτι και επιχείρηση στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Το δικαστήριο έλαβε υπόψη το μετριασμένο μερίδιο της British Telecom στην ευρυζωνική αγορά, μιας και δραστηριοποιούνταν πάνω από 200 επιχειρήσεις στον τομέα της αγοράς. Η British Telecom διέθετε το 73% του μεριδίου της οικιστικής αγοράς και ένα 48% στην αγορά των επιχειρήσεων. Επίσης, με την απουσία ηγεσίας τιμής, δεν συγκεντρώθηκαν απτά στοιχεία που να αποδείκνυαν οποιαδήποτε αρνητική επίπτωση στην ανταγωνισμό και στο πλεόνασμα του καταναλωτή. Η Oftel δεν θεώρησε ότι υπάρχει ουσιώδης διαφορά στο τεστ ανάμεσα στη συμπίεση περιθωρίου κέρδους και στη ληστρική συμπεριφορά στην κατάντη αγορά.

(33). Oftel: Η Oftel (Office of Telecommunications) πρόκειται για τη ρυθμιστική αρχή τηλεπικοινωνιών του Ηνωμένου Βασιλείου, στο πλαίσιο προώθησης του ανταγωνισμού και της διατήρησης των συμφερόντων των καταναλωτών στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Συστάθηκε το 1984, συστάθηκε μετά την ιδιωτικοποίησης της κρατικής British Telecom (BT) και στις 29 Δεκεμβρίου 2003 αναδημιουργήθηκε σε Ofcom (Office of Communications), που είναι η ενοποίηση πέντε ξεχωριστών ρυθμιστικών αρχών.

4.8 Υπόθεση 2001-2003: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Wanadoo Interactive

Στις 16 Ιουλίου 2003 οι ρυθμιστικές αρχές ασχολήθηκαν με την γαλλική επικράτεια, και για την ακρίβεια με την France Télécom και συγκεκριμένα με τη θυγατρική της, την Wanadoo Interactive. Η Επιτροπή χρέωσε 10,35 εκατομμύρια ευρώ για έκνομη συμπεριφορά και κατ'επακολούθηση τον περιορισμό του ανταγωνισμού και της δημιουργίας εμποδίων εισόδου. Επιπρόσθετα, επέβαλλαν περιορισμό τιμών στην ανάντη αγορά και συγκεκριμένα στην France Télécom. Σύμφωνα με την απόφαση της Επιτροπής, η εταιρεία εφάρμοξε εξοντωτική τιμολόγηση χρεώνοντας λιανικές τιμές κάτω του κόστους για τις υπηρεσίες της πρόσβασης ADSL στο διαδίκτυο και διατηρώντας τες για μεγάλο χρονικό διάστημα, από το τέλος του 1999 μέχρι τον Οκτώβριο του 2002.

Η υπόθεση Νο 38.233 δεν αποτελούσε πλήρως μέρος καθετοποιημένης επιχείρησης (δίδεται ως παράδειγμα λεπτής διαχώρισης ανάμεσα σε δύο πρακτικές και αντιμετώπισης αυτών), μιας και η France Télécom δεν κατείχε μεγαλύτερο του 72% της Wanadoo Interactive, για αυτό δεν αντιμετωπίστηκε σαν περίπτωση συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, αλλά σαν πρακτική ληστρικής τιμολόγησης. Επίσης, ικανοποιούνταν και οι ακόλουθες συνθήκες ληστρικής τιμολόγησης: α) η Wanadoo Interactive κατείχε τη δεσπόζουσα θέση στις ευρυζωνικές υπηρεσίες πρόσβασης στο διαδίκτυο, και μετά την κατοχή εσωτερικών εγγράφων της εταιρείας από την Επιτροπή, διαπιστώθηκε η τιμολόγηση κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους, κατά συνέπεια η υπόθεση αντιμετωπίστηκε βάση των ζημιών που επικρατούσαν στην κυρίαρχη εταιρεία στην κατάντη αγορά. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι σημαντικές απώλειες που δημιουργούνταν στην Wanadoo Interactive, ήταν προσχεδιασμένες για να εξασφαλίσει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σε μια ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά, μειώνοντας τις πιθανότητες να ανταπεξέλθουν οι ανταγωνίστριες εταιρείες.

Αυτή η υπόθεση αποτέλεσε κομβικό σημείο για την έναρξη ελέγχων σε παρόμοιου τύπου επιχειρήσεων από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και στα υπόλοιπα κράτη μέλη. Η France Télécom προσέφυγε στο Πρωτοδικείο για αυτήν την υπόθεση, όπου αποφάνθηκε ξανά την ορθότητα της αποφάσεως της Επιτροπής.

4.9 Υπόθεση 2006-2007: Ευρωπαϊκή Κοινότητα κατά Telefónica

Ένα από τα μεγαλύτερα πρόστιμα που επιβλήθηκαν στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή άγγιξε το ύψος των 151.875.000 ευρώ που επιβλήθηκε στη ισπανική εταιρεία Telefónica για την ευρύτερη ισπανική αγορά των: α) κατάντης αγοράς παροχής ευρυζωνικών επικοινωνιών, β)

ανάπτυξης αγοράς ευρυζωνικής πρόσβασης σε περιφερειακό επίπεδο και γ) και της κατάντης αγοράς σε εθνικό επίπεδο. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η Telefónica έπραττε με υψηλή χονδρική τιμή στις ανταγωνίστριες εταιρείες στην ανάπτυξη αγορά για πάνω από πέντε χρόνια (από το Σεπτέμβριο του 2006 έως και το Δεκέμβριο του 2006).

Στην υπόθεση Νο38.784 που εκδικάστηκε στις 4 Ιουλίου του 2007, μετά τις καταγγελίες της Wanadoo España ότι η κυριαρχούσα εταιρεία καταχρόταν την ισχύ της με σκοπό την εκδίωξη των ανταγωνιστριών της καθώς και την παρεμπόδιση της ευημερίας των καταναλωτών. Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι ανταγωνιστές με τις θεσπισμένες τιμές λειτουργούσαν με ζημιές ή επιβίωναν οριακά, κι ας είχαν ισόποσες δαπάνες στον τομέα της διαφήμισης και της προώθησης, και ότι ο τρόπος για να επιβιώσουν θα ήταν εφικτό μόνο αν δημιουργούσαν ένα νέο δικό τους δίκτυο τοπικής πρόσβασης, γεγονός που θα απαιτούσε πολύ υψηλό κόστος. Το πρότυπο κόστος που χρησιμοποίησε η Επιτροπή για την διαπίστωση της συμπίεσης περιθωρίου τιμών ήταν το μακροχρόνιο μέσο επαυξητικό κόστος σε συνάρτηση με το θεωρητικά αποδοτικού παρόχου (TEO), καθώς επίσης υποστήριξε ότι η απόδειξη ύπαρξης συμπίεσης περιθωρίου κέρδους αρκεί για να υφίσταται η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης.

Ο Επίτροπος Ανταγωνισμού Neelie Kroes σχολίασε: *«Οι Ισπανοί καταναλωτές πληρώνουν πολύ περισσότερο από το μέσο όρο για υψηλής ταχύτητας πρόσβαση στο Internet και πολλά από αυτά έχουν επιλέξει να μην πληρώσει την τιμή αυτή. Η συμπίεση των περιθωρίων που επιβάλλονται από τη Telefónica επί των ανταγωνιστών της, όχι μόνο έθεσε το κόστος τους, αλλά και έβλαψε σημαντικά τους πελάτες. Όταν οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις βλέπεται σε μια τέτοια μεγάλη αγορά, ολόκληρη η οικονομία υποφέρει. Δεν θα επιτρέψω εταιρείες με δεσπόζουσα θέση να καθορίζουν τις τιμές που υπονομεύουν την απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών».*

Η ισπανική ρυθμιστική αρχή άρχισε να λαμβάνει δράση το Φεβρουάριο του 2006 όταν θέσπισε περιορισμούς για το ύψος του ορίου των χονδρικών τιμών (σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο). Επιπρόσθετα, μετά τη θέσπιση του κανονιστικού πλαισίου του Ιουνίου 2006, ανέλυσαν και καθόρισαν τις ευρυζωνικές σχετικές αγορές. Έτσι, όταν το 2011 (23^η Μαΐου) η εταιρεία αιτήθηκε την ακύρωση της απόφασης ή την μείωση του προστίμου προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ρυθμιστική αρχή της Ισπανίας την υποστήριξε, διότι δεν είχαν συμμετάσχει στον αρχικό έλεγχο/εξέταση της υποθέσεως Νο 37.784. Η “έφεση” της Telefónica δεν ευδοκίμησε, μίας και η εταιρεία έπρεπε να σέβεται και να συμβαδίζει με το

δίκαιο του ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αυτό λόγω της σοβαρότητας και της διάρκειας της κατάχρησης της Telefónica που δικαιολογεί τη σοβαρή κύρωση.

4.10 Υπόθεση 2004-2007: ΕΕΤΤ κατά Ο.Τ.Ε.

Στον ελληνικό χώρο η επιχείρηση που απασχόλησε τις ρυθμιστικές αρχές είναι ο Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος⁽³⁴⁾ και κατά πόσο η υποχρέωση παροχής πρόσβασης των ανταγωνιστριών εταιρειών της κατάντης αγοράς στο δίκτυο υπερ-κοστολογείται. Η υπόθεση είχε σαν εφαλτήριο την καταγγελία της εταιρείας Tellas, η οποία κατήγγειλε ότι ο ΟΤΕ καταχρόνταν τη δεσπόζουσα θέση του ασκώντας συμπίεσης περιθωρίου κέρδους τιμολογώντας διαφορετικά στην κατάντη αγορά της ευρυζωνικής πρόσβασης τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της. Επίσης, κατήγγειλε τον ΟΤΕ για παράνομη σύζευξη προϊόντων, για την ακρίβεια του προϊόντος Conn-X (υπηρεσίας πρόσβασης στο διαδίκτυο και στις υπηρεσίες σύνδεσης σε αυτό).

Η ΕΕΤΤ⁽³⁵⁾ αποφάνθηκε στις 26 Ιουλίου του 2007 ότι οι καταγγελίες υφίσταντο κι επέβαλλε πρόστιμο 20,1 εκατομμυρίων ευρώ (τα 20 εκατομμύρια ευρώ για την παραβίαση της νομοθεσίας ανταγωνισμού και 0,1 εκατομμύρια ευρώ για την παραβίαση της νομοθεσίας τηλεπικοινωνιών). Στον προσδιορισμό της δεσπόζουσας θέσης στις αναλυόμενες αγορές, διαπιστώθηκε ο μονοπωλιακός χαρακτήρας του ΟΤΕ με υψηλή οικονομική ισχύ. Η ΕΕΤΤ για την εξέταση της υποθέσεως χρησιμοποίησε το πρότυπο του Εύλογου Αποδοτικού Παρόχου (REO). Για το υπό εξέταση διάστημα η καθαρά παρούσα αξία ήταν αρνητική (ΚΠΑ<0), ως εκ τούτου τεκμηριώθηκε η άσκηση συμπίεσης περιθωρίου κέρδους από τον ΟΤΕ, με στόχο τον περιορισμό τους ανταγωνισμού και των αρνητικών επιπτώσεων στους καταναλωτές.

Σχετικά με την περίπτωση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης του ΟΤΕ, ο πρόεδρος της ΕΕΤΤ την περίοδο του 2007 που εκδικάστηκε η υπόθεση, ο Καθηγητής Νικίτας

(34). Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ): Την 3^η Οκτωβρίου το 1949 ιδρύθηκε ο Ο.Τ.Ε. με το Ν.Δ. 1049/49. Πρόκειται για το μεγαλύτερο πάροχο τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, με δραστηριότητα σε τέσσερις χώρες και συμμετοχή στο Χρηματιστήριο Αθηνών, της Νέας Υόρκης και του Λονδίνου. Από το 2011 το υψηλότερο ποσοστό το κατέχει η Deutsche Telecom με 40% και 10% στο ελληνικό δημόσιο. Δραστηριοποιείται στην αγορά των ευρυζωνικών υπηρεσιών, στην συνδρομητική τηλεόραση, στην κινητή τηλεφωνία στους εταιρικούς πελάτες και στη παροχή υπηρεσιών στην ανάντη αγορά. Το σύνολο των υποδομών και δικτύου στην ελληνική επικράτεια ανήκει στον Ο.Τ.Ε..

(35). Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ): Πρόκειται για τη ρυθμιστική αρχή για τις τηλεπικοινωνίες και τις ταχυδρομικές αγορές. Η ΕΕΤΤ είναι αρμόδια για τη διαχείριση των πόρων, τον έλεγχο και την αδειοδότηση του τηλεπικοινωνιακού δικτύου στην Ελλάδα, καθώς και τη ρύθμιση των αγορών τηλεπικοινωνιών έχει τα αποκλειστικά δικαιώματα έναντι του ανταγωνισμού στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Έτσι, όλα τα θέματα που αφορούν τον ανταγωνισμό στην ελληνική αγορά τηλεπικοινωνιών επιλύονται από την ΕΕΤΤ και όχι από την Επιτροπή Ανταγωνισμού η οποία είναι υπεύθυνη για τη διασφάλιση του ανταγωνισμού στην ελληνική αγορά (με την εξαίρεση της αγοράς των τηλεπικοινωνιών).

Αλεξανδριδής δήλωσε: «Η απελευθέρωση της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών απαιτεί από όλες τις εταιρείες του κλάδου την αυστηρή τήρηση των αρχών του δικαίου του ανταγωνισμού και της υφιστάμενης νομοθεσίας. Η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από επιχειρήσεις με σημαντική ισχύ στην αγορά, μπορεί να λάβει τη μορφή της «συμπίεσης περιθωρίου», που οδηγεί στον περιορισμό του ανταγωνισμού, στον εξοβελισμό της καινοτομίας, και μακροπρόθεσμα, στην εκμετάλλευση των καταναλωτών. Με τη σημερινή της απόφαση, η EETT διατρανώνει την αφοσίωση της στην αυστηρή τήρηση των αρχών προστασίας του ανταγωνισμού, σύμφωνα με τις επιταγές του εθνικού και κοινοτικού πλαισίου. Καλούμε τον κυρίαρχο τηλεπικοινωνιακό πάροχο να συμμορφωθεί πλήρως με την νέα πραγματικότητα και με τις ειδικές υποχρεώσεις που συνοδεύουν κάθε πάροχο με σημαντική ισχύ στην αγορά. Η συνεχιζόμενη εξάπλωση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών στην πατρίδα μας προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για όλες τις επιχειρήσεις, και ιδίως για εκείνες που εστιάζουν σε καινοτόμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και σε σύγχρονες υποδομές πρόσβασης. Η EETT θα παραμείνει εγγυητής των αρχών του ανόθευτου ανταγωνισμού, χωρίς παρεκκλίσεις και συμβιβασμούς, με τη βεβαιότητα ότι η παρατηρούμενη πρόοδος θα επιταχυνθεί, προκειμένου να καλυφθεί σύντομα το ψηφιακό χάσμα που χωρίζει τη χώρα μας από τις άλλες χώρες της ΕΕ».

4.11 Υπόθεση 2003-2009: LinkLine Communivations, INC. κατά Pacific Bell Telephone CO. και DBA AT&T California

Στην περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής υπάρχει διαφορετική αντιμετώπιση στη συμπίεση του περιθωρίου κέρδους, όπως ήδη έχει αναφερθεί στα αρχικά κεφάλαια. Η παράγραφος 2 του Sherman Act δέχεται τη συμπίεση περιθωρίου κέρδους μόνο όταν υπάρχει άρνηση προμήθειας ή όταν πλήττονται άμεσα το πλεόνασμα του καταναλωτή, και όχι όταν υπάρχει διαφορετική τιμολόγηση είτε στην ανάντη είτε στη κατάντη αγορά ή όταν υπάρχει σταυροειδή επιδότηση στην καθετοποιημένη παραγωγή μίας επιχείρησης. Το γεγονός αυτό δεν εφαρμόζεται στην Ευρωπαϊκή νομοθεσία και αντιμετώπιση.

Μία σχετική πρόσφατη και χαρακτηριστική περίπτωση είναι η καταγγελία της LinkLine Communivations, INC. κατά των Pacific Bell Telephone CO. και DBA AT&T (υπόθεση No.07-512). Η Pacific Bell Telephone CO αποτελεί “θυγατρική”/στενά συνεργαζόμενη εταιρεία με την DBA AT&T. Σε αυτή την περίπτωση το Ανώτατο Δικαστήριο των ΗΠΑ εκδίκασε ομόφωνα ότι δεν υφίσταται παραβίαση της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας ανεξαρτήτως της τιμολογιακής πολιτικής που επιλεγόταν. Η επιθετική τιμολόγηση δεν είναι

έκνομη συμπεριφορά κι η εταιρεία της ανάντης αγοράς δεν υποχρεούται να συμπεριφέρεται με επιδίωξη τη διατήρηση του περιθωρίου κέρδους των ανταγωνιστριών της στην κατάντη αγορά.

4.12 Υπόθεση 2009: Επιτροπή Εμπορίου Νέας Ζηλανδίας κατά Telecom Mobile Ltd

Στο νότιο ημισφαίριο μία από τις πρόσφατες και πρώτες καταγγελίες που αφορούσαν την συμπίεση περιθωρίου κέρδους, ήταν η υπόθεση «Commerce Commission v Telecom». Το Ανώτατο Δικαστήριο της Νέας Ζηλανδίας αποφάσισε ότι υπήρχε συμπίεση περιθωρίου κέρδους κατά παράβαση της αντί-μονοπωλιακής νομοθεσίας, η οποία αποτελεί μία προσέγγιση/εναρμόνιση με την αυστραλιανή νομοθεσία.

Η Επιτροπή ισχυρίστηκε ότι η Telecom χρησιμοποίησε τη δεσπόζουσα θέση της στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών για να επιτευχθεί μονοπωλιακό χαρακτηριστικό. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή διερεύνησε αν σε μια περίοδο που αρχίζει την 1η Δεκεμβρίου 1998 μέχρι τα τέλη του 2004, αν η εταιρεία ασκούσε τιμολογιακή πρακτική, ώστε να προκαλέσει συμπίεση των περιθωρίων κερδών.

Η απόφαση ήταν καταδικαστική, γιατί με το πρότυπο ECPR αποδείχθηκε η ύπαρξη συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Το Δικαστήριο κατέληξε στο συμπέρασμα ότι είχε στοιχεία και δικαίωμα να ασκήσει έλεγχο για την περίοδο από τις 18 Μαρτίου 2001 έως τα τέλη του 2004. Η απόφαση ήταν ότι η χρηματική ποινή είναι το υψηλότερο 10εκατομμυρίων νεοζηλανδικών δολαρίων, τρεις φορές των εμπορικών της κερδών από τη παράβαση ή στη μη επάρκεια στοιχείων, τότε το 10% του κύκλου εργασιών της και των συνδεδεμένων εταιρειών της.

4.13 Ανακεφαλαίωση

Ιστορικά οι υποθέσεις της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι σχετικά πρόσφατες. Οι υποθέσεις αντιμετωπιζόταν σαν υποπερίπτωση των άλλων έκνομων συμπεριφορών και τίθεντο οι αρχές και μελετώντας τα πρότυπά με τα οποία αντιμετωπιζόταν. Σταδιακά άρχισαν να αντιμετωπίζεται σαν ανεξάρτητη πρακτική και οργανωνόταν θέτοντας τα θεμέλια και τα βήματα αντιμετώπισης της.

Οι περιπτώσεις που έχουν εκδικαστεί με πρόστιμα διαπιστώνονται στην γηραιά ήπειρό, αφού ούτως ή άλλως οι άλλες χώρες δεν θέτουν σε μεγάλο βαθμό περιορισμούς στην

πρακτική τιμολόγησης στις εταιρείες, παρά μόνο αν υπάρχουν μειώσεις στον πλεόνασμα του καταναλωτή και της κοινωνικής ευημερίας ή/και αν υπάρχει άρνηση πρόσβασης στην essential facility.

Σταδιακά η αντιμετώπιση της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους έλαβε μεγαλύτερες διαστάσεις, λόγω της αύξησης των κλάδων που δύναται να εφαρμοστεί, όπως οι τηλεπικοινωνίες, οι υποδομές κλπ. Έτσι, η νομολογία εξελίχθηκε σε παράλληλη προσαρμογή με την εξέλιξη των κλάδων, αντιμετωπίζοντας τη συμπίεση της περιθωρίου κέρδους ως μία αυτοτελή πρακτική αποκλεισμού με αρνητικές επιπτώσεις στην ελευθερία του ανταγωνισμού, στο πλεόνασμα του καταναλωτή, στην κοινωνική ευημερία, στην τεχνογνωσία και στην ευρύτερη κοινωνική εξέλιξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΕΝΝΑΛΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΜΟΝΤΕΛΟΥ WOLFGANG, GOTZ & SCHWARZ

5.1 Εισαγωγή

Στο 3^ο Κεφάλαιο επιχειρήθηκε η παρουσίαση του μοντέλου των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz (υποενότητα 3.5.5) και ο τρόπος προσέγγισης τους για την τιμολόγηση της λιανικής τιμής και τιμής πρόσβασης στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, λαμβάνοντας δεδομένα κόστη και παραμέτρους, και με υποπεριπτώσεις τον βαθμό παρέμβασης των ρυθμιστικών αρχών στον προσδιορισμό αυτών.

Στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρηθεί μία προσπάθεια να παρουσιασθεί ένα διαφοροποιημένο μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz ελέγχοντας ποια θα ήταν η εξέλιξη αν είχαν τροποποιηθεί κάπως τα δεδομένα/στοιχεία και αν τελικά θα υπήρχε διαφορά της αύξησης ελαφρώς της πολυπλοκότητας του μοντέλου ή απλά αν μετά από πιο δύσκολους υπολογισμούς οδηγούμασταν σε παρόμοια αποτελέσματα.

Επισημαίνεται ότι πρόκειται για μία ατομική προσπάθεια με κάθε επιφυλακτικότητα στους υπολογισμούς και των εξαγόμενων συμπερασμάτων.

5.2 Προσωπική Προσέγγιση στο Μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz

Το μοντέλο των Μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz αναπτύχθηκε στο 3^ο Κεφάλαιο στην ενότητα 5 και υποενότητα 5 (δηλ. 3.5.5). Στην παρούσα περίπτωση θα επιχειρηθεί να προστεθεί ένα μεταβλητό κόστος \mathbf{R} , που αφορά σε ένα μεταβλητό κόστος της ανταγωνίστριας εταιρείας, για παράδειγμα το μακροπρόθεσμα επαυξητικό κόστος που στο αρχικό μοντέλο λογίστηκε μηδενικό, όπως και μέχρι το κομβικό σημείο δημιουργίας του λογίζεται μηδενικό. Παράλληλα αντί να θεωρηθούν δύο νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις, θα υπάρχει μία μόνο ανταγωνίστρια. Δεδομένοι τύποι που αναπτύχθηκαν στο 3^ο Κεφάλαιο, απλώς θα αναφέρονται κι, όπου χρειαστεί θα επαναριθμηθούν για τις ανάγκες της παρούσας ενότητας κεφαλαίου.

Η θεωρητική υπό εξέταση αγορά αποτελείται από μία κυρίαρχουσα καθετοποιημένη επιχείρηση (A) που δραστηριοποιείται μονοπωλιακά στην ανάντη αγορά και ανταγωνιστικά στην κατάντη (και στη δεύτερη διαθέτει υψηλή οικονομική ισχύ). Επιπρόσθετα, υπάρχει μία δεύτερη εταιρεία (B), που είναι ανταγωνίστρια της κυρίαρχης στην κατάντη αγορά και προμηθεύεται από αυτήν (στην ανάντη αγορά) τη βασική essential facility, που απαιτείτε στην παραγωγική της διαδικασία. Το υπάρχον προϊόν διαφοροποιείται οριζόντια από την ανταγωνιστική επιχείρηση, η οποία δεν έχει δύναμη στην αγορά. Γενικώς η πολιτική τιμολόγησης παραμένει να είναι a la Bertrand.

Για το υπόδειγμα απαιτείται να προσδιορίσουμε τα δεδομένα που θα χρησιμοποιηθούν:

- ✓ A_1 η καθετοποιημένη κυρίαρχη εταιρεία στην ανάντη αγορά
- ✓ A_2 η καθετοποιημένη κυρίαρχη εταιρεία στην κατάντη αγορά
- ✓ B η ανταγωνίστρια εταιρεία στην κατάντη αγορά.
- ✓ P η τιμή πρόσβασης στην κατάντη αγορά
- ✓ P_A είναι η τιμή ανά λεπτό ομιλίας που χρεώνει η A_1
- ✓ P_B είναι η γραμμική τιμολόγηση ανά λεπτό της B
- ✓ g είναι το οριακό κόστος της εταιρείας B , όπου g διαφέρει από το t του μοντέλου κατά την οριακή μεταβολή του πρόσθετου μεταβλητού κόστους (δηλ. $g = t + dR/dQ$) (4.1),
ενώ η A_2 επιχείρηση έχει μηδενικό οριακό κόστος
- ✓ s είναι ο δείκτης διαφοροποίησης, όπου $0 \leq s \leq 1$, όπου $s=0$ όταν πλήρως διαφοροποιημένα προϊόντα, ενώ $s=1$ όταν είναι τέλεια υποκατάστατα.
- ✓ a είναι μία σταθερά
- ✓ U η χρησιμότητα του καταναλωτή
- ✓ Y το εισόδημα του καταναλωτή
- ✓ CS το πλεόνασμα του καταναλωτή
- ✓ n ένας κοινός παρανομαστής, βάσει του οποίου αποτιμούνται τα κόστη και τα οφέλη της υπό εξέταση υποθέσεως.

Η ζήτηση (X_B) της ανταγωνίστριας επιχείρησης είναι η ακόλουθη:

- i. $\text{Av } P_A > P_B$ τότε $X_B = 0$,
- ii. $\text{Av } P_A = P_B$ τότε $X_B = (1/2) * (a - P_B - as + P_{AS}) / (1-s^2)$,
- iii. $\text{Av } P_A < P_B$ τότε $X_B = (a - P_B - as + P_{AS}) / (1-s^2)$

Η ζήτηση (X_1) της δεσπόζουσας θέσης είναι: $X_1 = (a - P_1 - as + P_{BS}) / (1-s^2)$

Το κέρδος των εταιρείας B ισούται με: $\Pi_B = X_B (P_B - g)$

ενώ της δεσπόζουσας επιχείρησης ισούται με: $\Pi_A = P + X_A P_A + g X_B$

Η χρησιμότητα του καταναλωτή βάση της έρευνας δίνεται από τη σχέση:

$$U = n + (X_A + X_B) - (X_B^2/2) - (X_A^2/2) - sX_B + X_B X_A$$

Και το εισόδημα: $Y = n + P_B X_B + P_1 X_1 + P$

Έτσι το πλεόνασμα του καταναλωτή δίδεται από τη σχέση:

$$CS = a - (X_B + X_A) - (X_B^2/2) - (X_A^2/2) - sX_B - P_B X_B - P_A X_A - P$$

Οι ρυθμιστικές αρχές παρεμβαίνουν ορίζοντας την τιμή πρόσβασης στην κατάντη αγορά ίση με P^R .

1^η Περίπτωση: Το P^R έχει τεθεί τόσο χαμηλά, που οι γραμμικές τιμές είναι άριστες.

Η επιχείρηση A θέτει τιμή P_A και οδηγούμαστε σε μία ισορροπία à la Bertrand στην κατάντη αγορά, όπου: $P_B = P_A = g = a/2$. Αυτό ισχύει με δεδομένη χαμηλή τιμή P^R και χαμηλό CS^0 , δηλαδή δεν υπάρχει μεγάλη υποκατάσταση από πλευράς ζήτησης και η κυρίαρχη επιχείρηση επιδιώκει με γραμμική τιμολόγηση να εισπράξει το πιο δυνατό κέρδος.

Έτσι: $P_B = g = a/2 \rightarrow$

σχέση 4.1 \rightarrow

$$t + dR/dQ = a/2 \rightarrow$$

$dR/dQ = a/2 - t$, δηλαδή το έξτρα οριακό μεταβλητό κόστος που τέθηκε, ισούται με τη διαφορά της μισής σταθεράς a αφαιρούμενη του οριακού κόστους t , του αρχικού μοντέλου. Για να μπορεί να υφίσταται αυτό το συμπέρασμα θα πρέπει η σταθερά a , που τίθεται, να είναι το πολύ διπλάσια του οριακού κόστους t . Αν έχει ακριβώς διπλάσια τιμή του οριακού κόστους t , τότε οδηγούμαστε πάλι στην αρχική μορφή του μοντέλου, διότι τότε η οριακή μεταβολή της νέας μεταβλητής R ισούται με μηδέν, και επομένως δε πρόκειται για μεταβλητό μακροπρόθεσμο επαυξητικό κόστος.

2^η Περίπτωση: Το P^R κυμαίνεται σε μεσαίες τιμές και μία οριακή αλλαγή του επιφέρει μερικές αλλαγές στις τιμές λιανικής πώλησεως.

Το P_1 ισούται με $P^R + C^0$, με πεδίο ορισμού $\{(a^2/(4+4s)), (a^2/(1+s))\}$, δηλαδή:

$P_A = P_B = g = a - \sqrt{CS^0 + P^R(1+s)}$, σε αυτήν τη σχέση δεν υφίσταται συμπίεση περιθωρίου κέρδους και διαπιστώνεται ότι υπάρχει αντίστροφη σχέση ανάμεσα στο R^R , P_B και g . Ο διακλαδικός ανταγωνισμός (δορυφορικών και σταθερών τηλεπικοινωνιών) επιφέρει

μειώσεις στις τιμές των σταθερών κλήσεων, όπου CS η χρησιμότητα από τις εναλλακτικές υπηρεσίες.

Όσον αφορά το πρόσθετο μεταβαλλόμενο μακροπρόθεσμο επαυξητικό κόστος έχουμε ότι:

$$\begin{aligned} g = a - \sqrt{CS^0 + P^R(1+s)} &\rightarrow \sqrt{CS^0 + P^R(1+s)} = a - g \\ &\rightarrow \sqrt{CS^0 + P^R(1+s)} = a - g \\ &\rightarrow a - g \geq 0 \\ &\rightarrow a \geq g \end{aligned}$$

σχέση 4.1 $\rightarrow a - t \geq dR/dQ$, συνεπώς για να ισχύει η σχέση τιμής, πρέπει η οριακή μεταβολή του εξτρά μεταβαλλόμενου κόστους είτε να ισούται με μηδέν, ώστε να επιστρέψουμε στο αρχικό μοντέλο, είτε να είναι μικρότερη της αφαίρεσης $(a - t)$ ώστε να ισχύει το υπόδειγμα, αλλιώς η επιχείρηση B δεν θα μπορεί να συνεχίσει να ανταγωνίζεται την άλλη και δεν θα συνεχίσει στην παραγωγική διαδικασία.

3^η Περίπτωση: Το P^R έχει τεθεί πολύ υψηλά οπότε δεν υπάρχουν περιορισμοί από τις ρυθμιστικές αρχές.

Όπως προαναφέρθηκε ο κλάδος με τις νεοεισερχόμενες εταιρείες, που έχουν ομοιογενές προϊόν, ανταγωνίζεται σε καθεστώς ανταγωνισμού τιμών a la Bertrand, οπότε τίθεται η τιμή ίση με το οριακό κόστος (δηλ. $P_B = g$). Στην ύπαρξη διαφοροποιημένων προϊόντων στην κατάντη αγορά, μειώνεται η πιθανότητα δημιουργίας συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και η συνολική ευημερία μεγιστοποιείται. Δεν υφίσταται λοιπόν θέμα διπλού περιθωρίου κέρδους και τίθεται τιμή πρόσβασής μηδενική, δηλ. $g = 0$, έτσι μεγιστοποιείται το πλεόνασμα καταναλωτή. Ισχύει δηλαδή: $P^{UR} = (a^2/(1+s)) - CS^0$

Όσον αφορά το υπό εξέταση ερώτημα, η οριακή μεταβολή του μακροπρόθεσμου επαυξητικού κόστους θα ισούται με: $g = 0$

$$\rightarrow t + dR/dQ = 0$$

$\rightarrow t = -dR/dQ$, κάτι που δεν δύναται να συμβεί, κατά συνέπεια δεν υπάρχει στην εν λόγω περίπτωση. Διότι δεν δύναται να υπάρχει κόστος που η οριακή του μεταβολή να αναιρεί την οριακή μεταβολή άλλου κόστους.

Οδηγούμαστε στο συμπέρασμα 'ότι αν προσθέσουμε στο μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz το μακροπρόθεσμο επαυξητικό κόστος μειώνοντας σε μία την ανταγωνίστρια εταιρεία, τότε το μοντέλο ή θα λειτουργεί σαν να μην υπάρχει αυτή

η διαφοροποίηση, λόγω του πολύ μικρού μεγέθους της ή δεν μπορεί να συνεχίσει γιατί οδηγείται σε μία αποδεκτά δεδομένα για τους απλούστερους τύπους που είχαν εξαχθεί.

5.3 Ανακεφαλαίωση

Στο μοντέλο των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz, παρουσιάστηκε ένα μοντέλο όπου σκοπός ήταν η διερεύνηση εάν οι νεοεισερχόμενες εταιρείες σε ένα κλάδο σταθερής τηλεφωνίας υφίστανται συμπίεση περιθωρίου κέρδους από την επιχείρηση με οικονομική ισχύ με απλοποιημένες προσεγγίσεις κόστους, έτσι όταν επιχειρείται μία απλή προσθήκη ενός μεταβλητού κόστους που δεν έχει πάντα θετικές τιμές, μιας και μέχρι τη παραγωγή δημιουργίας του λογίζεται μηδενικό, με την παράλληλη αλλαγή μείωσης κατά το ήμισυ των ανταγωνιστριών εταιρειών, δημιουργείται πρόβλημα μερικής αποδείξεως του υποδείγματος.

Η ιδιαιτερότητα αυτού του κόστους να μην υφίστατο σε μέρος της παραγωγής, να εμφανίζεται μετά κομβικού σημείου και μετά να επανέρχεται στην αρχική του μηδενική τιμή, δυσκολεύει στην εξαγωγή συμπερασμάτων σε μία διαρκή μελέτη περιπτώσεως, εκτός εάν ενσωματωθεί στο μέσο όρο του συνολικού μεταβλητού κόστους. Ωστόσο, με αυτόν τον τρόπο οδηγούμαστε ξανά στην απλοποιημένη μορφή μελέτης των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz. Ο εξωτερικός ανταγωνισμός καθώς και η πληθώρα μεταβολών σε μεταβλητές, που δεν λήφθηκαν υπόψη στο αρχικό υπόδειγμα, μπορεί να οδηγήσει σε συμπίεση του περιθωρίου κέρδους ή σε περίπτωση πολύ χαμηλού παγίου.

Υπενθυμίζεται ότι το συγκεκριμένο κεφάλαιο αποτέλεσε καθαρά μία προσέγγιση του μοντέλου και τον τρόπο διαφοροποίησεως του.

Συμπεράσματα

Ανακεφαλαιώνοντας την παρούσα μεταπτυχιακή εργασία και συγκεντρώνοντας τις πληροφορίες, που παρουσιάστηκαν, καθώς και τα συμπεράσματα, που διατυπώθηκαν στην έκαστη υποενότητα των κεφαλαίων με τίτλο «ανακεφαλαίωση», στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται σε μία “εικόνα” τα κομμάτια του πάζλ των συμπερασμάτων.

Στο 1^ο Κεφάλαιο, μέσω της ιστορικής αναδρομής σε διαφορετικές χώρες, τόσο γεωγραφικά όσο και ιστορικά, αναπτύχθηκε η ιστορική εξέλιξη της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Επιπρόσθετα, εμφανίζεται η σταδιακή σύγκλιση των νομολογιακών προσπαθειών των νομοθετών έκαστης χώρας στην εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού παγκοσμίως, καθώς και η δημιουργία δύο κύριων προσεγγίσεων στις υπάρχουσες, ακόμη, διαφορές, της αμερικάνικης και της ευρωπαϊκής προσέγγισης (με μία πιο ελεύθερη ανάλυση στην “εκ των υστέρων” και στην “εκ των προτέρων” προσέγγιση, αντιστοίχως).

Με επίκεντρο την εξεύρεση και τη διερεύνηση της πολιτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, θεωρήθηκε απαραίτητο η ανάπτυξη και η ερμηνεία θεμελιωδών αρχών της Πολιτικής Ανταγωνισμού, όπως αποτελεί η έννοια της Δεσπόζουσας Θέσεως, οι “essential facilities” και οι διάφοροι τύποι καταχρηστικών πολιτικών. Η ανάλυση εστιάστηκε κυρίως στις προσεγγίσεις/μορφές συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και στην αντιμετώπιση αυτής. Παρατηρήθηκαν κάποιες ελαφρές διαφοροποιήσεις στις υπό μελέτη χώρες, αλλά κυρίως στην πρακτική της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, υπό το πρίσμα το κατά πότε θεωρείται ότι αποτελεί παράβαση και ποια “χρονική” στιγμή θα εξεταστεί, “εκ των υστέρων” ή “εκ των προτέρων”, καθώς και διευκρινίστηκαν οι λόγοι που συχνά συγχέεται με άλλους τύπους παραβάσεων.

Ακολούθως, αναπτύχθηκε η μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Μέσω της παρουσίασης διάφορων προτεινόμενων τεστ, όπως α) το SSNIP-test που αποτελεί προσεγγιστικό εργαλείο ελέγχου ύπαρξης μονοπωλητή ή ευρύτερα, εργαλείο ελέγχου ύπαρξης οικονομικής ισχύος της επιχείρησης, β) ο δείκτης Lerner, εργαλείο για την εκτίμηση της οικονομικής ισχύος, γ) καθώς και δείκτες όπως ο EEO κι ο ECPR, που αποτελούν tests για την απόδειξη ύπαρξης ή μη, της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, υπήρξε μία προσέγγιση της λογικής δημιουργίας και αποδείξεως των διάφορων υποθέσεων. Τα tests αποτελούν βασικό εργαλείο στη λειτουργία των ρυθμιστικών αρχών, αλλά επισημαίνεται κι αποδεικνύεται ότι λόγω ελλιπής πληροφόρησης & δεδομένων ή εσφαλμένων τιμών βάσης, δύναται να μην αποφέρουν ορθά αποτελέσματα. Έτσι, οι εταιρείες που επιδιώκουν να

κινούνται με καταχρηστικές συμπεριφορές, μπορούν να μη σταματήσουν, αλλά απλώς να περιοριστούν με την Πολιτική Ανταγωνισμού, αν δεν έχουν τα αντίστοιχα κίνητρα. Αυτό συμβαίνει, διότι οι έλεγχοι/tests με μερικά διαφοροποιημένα δεδομένα χωλαίνουν να εξαγάγουν συμπεράσματα.

Φυσικά, τα “παραθυράκια” δράσεως για την εξαπάτηση των ελέγχων αποτελούν την εξαίρεση, κι όχι των κανόνα. Έτσι, οι ρυθμιστικές αρχές είναι αποτελεσματικές στην εξακρίβωση, εκδίκαση και περιορισμό των παραβάσεων. Υποθέσεις επιχειρήσεων που κλίθηκαν να εκδικαστούν με την κατηγορία καταχρήσεως της δεσπόζουσας θέσης, ασκώντας πρακτικές συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι πολυάριθμες και σε μεγαλύτερο ποσοστό στην “Γηραιά” Ήπειρο. Στο 4^ο Κεφάλαιο παρουσιάστηκαν μερικές εκ αυτών, καθώς και στον τρόπο που η εκδίκαση τους συνέβαλλε στη βελτίωση/εξέλιξη της Πολιτικής Ανταγωνισμού. Επισημαίνεται, ότι η ανάπτυξη των κλάδων, συχνά επέφερε και παράλληλη ανάπτυξη του δικαίου του ανταγωνισμού, όπως συνέβη και με τον κλάδο των τηλεπικοινωνιών αντιμετωπίζοντας τη συμπίεση της περιθωρίου κέρδους ως μία αυτοτελή πρακτική αποκλεισμού με αρνητικές επιπτώσεις στην ελευθερία του ανταγωνισμού, στο πλεόνασμα του καταναλωτή, στην κοινωνική ευημερία, στην τεχνογνωσία και στην ευρύτερη κοινωνική εξέλιξη.

Ολοκληρώνοντας, στο τελευταίο κεφάλαιο επιχειρήθηκε μία ελαφριά τροποποίηση των βασικών δεδομένων του μοντέλου των Wolfgang Briglauer, Georg Gotz και Anton Schwarz, που αποτελεί εργαλείο εξακριβώσεως της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Σε παραλληλισμό κι με τα υπόλοιπα tests και στην προσπάθεια επέκτασης των στις υπάρχουσες πολυάριθμες μεταβλητές της πραγματικότητας των αγορών, διαπιστώνεται ότι η προσθήκη μίας μεταβλητής - ιδιαιτέρως μία μεταβλητής όπως το επαυξητικό κόστος, που ενώ ορίζεται μηδενικό σε δεδομένες τιμές της παραγωγής αποκτά θετική τιμή-, και με την αλλαγή στον αριθμό των νεοεισερχόμενων εταιρειών, τα αναγόμενα συμπεράσματα είναι ότι είτε δεν θα υπάρξει ουδεμία μεταβολή του μοντέλου (όταν η τιμή του επαυξητικού κόστους είναι μηδενική), είτε θα δημιουργούνται προβλήματα μερικής αποδείξεως του μοντέλου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Βέττας, Ν. και Κατσουλάκος, Γ. (2004), *Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική*, Τυπωθήτω, 1^η Έκδοση

Δελούκα-Ιγγλέση, Κ. (1999), *Εισαγωγή Στο Δίκαιο Του Ανταγωνισμού*, Αντ.Ν.Σάκκουλας

Δημόσια Διαβούλευση Αναφορικά Με Τη Μεθοδολογία Και Το Μοντέλο Για Την Εξέταση Των Οικονομικών Προγραμμάτων Μεμονωμένων Ή Και Συνδυαστικών Υπηρεσιών Των Επιχειρήσεων Με Σημαντική Ισχύ Στην Αγορά, Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ), Μαρούσι, Μάρτιος 2010

Ηρωΐδη, Χ. (2012), *Margin Squeeze Και Πολιτική Ανταγωνισμού*, ΟΠΑ, Αθηνά

Ξένα

Armstrong, M., Doyle, C. and Vickers, J. (1996), The Access Pricing Problem: A Synthesis, *The Journal of Industrial Economics*, 44(2), 131-150

Briglauer, W., Gotz, G. and Schwarz, A. (2010), Margin Squeeze in Fixed-Network Telephony Markets-Copetitive or Anticompetitive?, *working papers/Research Institute for Regulatory Economics*, WU Vienna University of Economics and Business

Briglaiser, P. and DeGraba, G. (2001), Downstream Integration by a Bottleneck Input Supplier Whose Regulated Wholesale Prices are Above Costs, *RAND Journal Of Economics*, Vol 32

Cadman, R. (2011), Margin Squeeze: Defining a Reasonably Efficient Operator, *Intermedia*, 39(1), 24-28

Carlton, D. (2008), Should “Price Squeeze” Be A Recognized Form Of Anticompetitive Conduct?, *Journal of Competition Law & Economics*, 4(2), 271-278

Dhingra, S. and Sampson, T. (2016), *Like After Brexit: What Are The UK’s Options Outside The European Union?*, Centre for Economic Performance

Fox, M. (2014), *US and EU Competition Law: A Comparison*, *Institution For International Economics*, 339-354

Gaudin, G. (2014), *The Interplay Between Price Squeeze And Access Regulation*, Pacific Telecommunications Council 2014

- Gaudin, G. and Mantzari, D. (2016), Margin Squeeze: An Above-Cost Predatory Pricing Approach, *Journal of Competition Law & Economics*, 0(0), 1-29
- Geradin, D. and O'Donoghue, R. (2004), The Concurrent Application of Competition Law and Regulation: The Case of Margin Squeeze Abuses In The Telecommunications Sector, *Draft Paper*
- Hay, G. and McMahon, K. (2012), the Diverging Approach to Price Squeezes In The United States and Europe, *Journal of Competition Law & Economics*, 8(2), 259-296
- Iyori, H. (1995), *A Comparison Of U.S.-Japan Antitrust Law: looking At The International Harmonization Of Competition Law*, Pacific Rim Law & Policy Association
- Jacobson, J. and Rucker, V. (2008), Whither Price Squeeze Antitrust?, *Global Competition Policy*
- Julien, B., Rey, P. and Saavedra, C. (2014), The Economics og Margin Squeeze, *Institut D' Economics Industrielle*, IDEI Report
- Massadeh, A., *The Essential Facilities Doctrine Under Scrutiny: EU and US Perspective*, University of East Anglia, Law School
- Massimo, M. (2004), *Competition Policy, Theory and Practice*, Cambridge University Press
- Middleton, K., Rodger, B., MacCulloch, A. and Galloway, J. (2009) *Competition Law, Cases & Materials on UK & EC*, 2nd edition, Oxford University Press, 405-410
- Ming, S. (2009) Antitrust in China - a Constantly Evolving Subject, *Competition Law International*
- Neven, D. (2006), *Competition Economics And Antitrust In Europe*, 21 Economic Policy 1
- OECD (2009), *Policy Roundtables Margin Squeeze*
- Padilla, J. (2004), Margin Squeeze Under EC Competition Law, *GCLC and BT*
- Padilla, J. and O'Donoghue, R. (2006), *The Law and Economics of Article 102EC*, Hart Publishing
- Palmigiano, P. (2005), *Head Of Competition And Regulatory Law British Telecommunications*, PLC, BT Retail
- Schwartz, I. (1957), Antitrust Legislation And Policy In Germany-A Comparative Study, *Formerly American Law Register*, 105(5), 617-691

Sidak, G. (2008), Abolishing The Price Squeeze As A Theory Of Antitrust Liability, *Journal of Competition Law & Economics*, 4(2), 279-309

Stevens, R. B. (1962), *Australia: An Anti-Trust Law Or A Monopolies And Restrictive Practices Act?*, Yale Law School

Vickers, J. (2010), Competition Policy & Property Rights, *The Economic Journal*, Vol.120, 375–392

Vickers, J. (2009), *Competition Policy and Property Rights*, University of Oxford

Wise, M., (2003) France - The Role of Competition Policy in Regulatory Reform, OECD

Yannelis, D. (2002), On Access Pricing with Network Externalities, *Atlantic Economic Journal*, Vol. 30, 186-190

Yeung, N. (2015), *Competition Counsel Competition Law in China*, Slaughter and May

Διαδικτυακοί Τόποι

<http://ec.europa.eu>

<https://www.justice.gov>

<https://www.uschina.org>

<https://www.ftc.gov>

<http://www.eett.gr>