ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

MARGIN SQUEEZE
ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΗΡΩΙΔΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

Διατριβή υποβληθείσα προς μερική εκπλήρωση
των απαραιτήτων προϋποθέσεων
για την απόκτηση του
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης

Αθήνα
Ιανουάριος 2012

Εγκρίνουμε τη διατριβή της Ηρωίδη Χριστίνας

κ. Κατσουλάκος Ιωάννης

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

(Υπογραφή)

κα. Λουρή Ελένη

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

(Υπογραφή)

κ. Βέττας Νικόλαος

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

(Υπογραφή)

Ιανουάριος 2012

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική διατριβή εκπονήθηκε για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική Επιστήμη με κατεύθυνση τα Εφαρμοσμένα Οικονομικά και τη Χρηματοοικονομική του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το θέμα αφορά την πρακτική του margin squeeze, η οποία αποτελεί μία στρατηγική κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης από κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε δύο επίπεδα μιας παραγωγικής αλυσίδας και την αντιμετώπιση τέτοιου είδους συμπεριφοράς από την Πολιτική Ανταγωνισμού. Η εργασία είναι χωρισμένη σε τρεις θεματικές ενότητες.

Το πρώτο μέρος είναι καθαρά εισαγωγικό. Αναλύεται ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού, τα κύρια χαρακτηριστικά της και η διαχρονική εξέλιξη των στόχων της. Για το λόγο αυτό επιχειρείται μία σύντομη ιστορική αναδρομή της ανάπτυξής της τόσο στην Ευρώπη, όσο και στις Η.Π.Α. Στο μέρος αυτό, κρίθηκε αναγκαία μία συνοπτική αναφορά στη μεθοδολογία που ακολουθείται από τις Αρχές Ανταγωνισμού κατά την εξέταση υποθέσεων για την εξακρίβωση ενδεχόμενης αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς από τις επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, αναλύονται εν συντομία τα τρία βήματα που ακολουθούν οι Αρχές. Το πρώτο αφορά τον σωστό ορισμό της σχετικής αγοράς, το δεύτερο τον προσδιορισμό των μεριδίων των επιχειρήσεων στην αγορά και τον εντοπισμό ύπαρξης Δεσπόζουσας Θέσης σε αυτή και το τρίτο την εξέταση των επιπτώσεων της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού και στη συνολική κοινωνική ευημερία. Έπειτα, στην ανάλυση περιλαμβάνεται μία αναφορά στις μονομερείς πρακτικές αποκλεισμού που προκύπτουν ως κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης και δίδεται ένας συνοπτικός ορισμός για κάθε πρακτική. Τέλος, γίνεται μια εισαγωγή στην έννοια της πρακτικής margin squeeze και στη λογική της εφαρμογής της από κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις.

Στο δεύτερο μέρος εξετάζονται εκτενέστερα τα θέματα που αφορούν την συγκεκριμένη πρακτική. Συγκεκριμένα, αναλύονται οι τρεις μορφές τις οποίες λαμβάνει το margin squeeze και ο τρόπος με τον οποίο κάθε τύπος της πρακτικής επιφέρει αποκλειστικά αποτελέσματα. Επίσης, αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο της πρακτικής και εξετάζονται οι οικονομικές συνθήκες σύμφωνα με τις οποίες η εφαρμογή της καθίσταται τόσο εφικτή, όσο και ορθολογική. Γίνεται ξεχωριστή αναφορά στις νομικές συνθήκες που πρέπει να ισχύουν σε μία αγορά, ώστε να αναγνωριστεί από τις Αρχές Ανταγωνισμού η αυτοτελής ύπαρξη margin squeeze. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα κίνητρα μιας κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης να προχωρήσει σε συμπίεση τιμών και στους παράγοντες που τα επηρεάζουν, όπως η δομή των αγορών, η ένταση του ανταγωνισμού και η ίδια η φύση του προϊόντος που παράγεται στην κάτω αγορά. Τέλος, επιδιώκεται μία συσχέτιση της πρακτικής margin squeeze με άλλες μονομερείς πρακτικές αποκλεισμού. Σκοπός της συσχέτισης είναι ο προσδιορισμός ομοιοτήτων και διαφορών στο εννοιολογικό τους υπόβαθρο και η εξακρίβωση του κατά πόσο η μεθοδολογία εντοπισμού άλλων πρακτικών μπορεί να χρησιμεύσει κατά την εξέταση υποθέσεων που αφορούν την πρακτική margin squeeze.

Στο τρίτο και τελευταίο μέρος η ανάλυση εστιάζεται στον εντοπισμό του margin squeeze από τις Αρχές Ανταγωνισμού και την αντιμετώπισή του. Παρουσιάζονται τα δύο κυριότερα τεστ εντοπισμού της πρακτικής, όπως χρησιμοποιούνται κατά κόρον από τις Αρχές στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Έπειτα, η αποτελεσματικότητα των τεστ μπαίνει στο μικροσκόπιο, καθώς εξετάζεται η ισχύς και η χρησιμότητά τους σε διάφορα ρυθμιστικά περιβάλλοντα. Συγκεκριμένα, η χρησιμότητά τους εξετάζεται υπό το καθεστώς ύπαρξης πλήρους ρύθμισης τόσο σε επίπεδο χονδρικής, όσο και σε επίπεδο λιανικής, υπό το καθεστώς μερικής ρύθμισης και υπό την απουσία ρυθμίσεων στην αγορά. Η εφαρμογή του margin squeeze παρατηρείται ευρύτατα στις αγορές τηλεπικοινωνιών. Για το λόγο αυτό, στη συνέχεια παρατίθεται μία ενδιαφέρουσα δυναμική προσέγγιση των λόγων για τους οποίους παρατηρείται η πρακτική στον κλάδο της σταθερής τηλεφωνίας, λαμβάνοντας υπόψη την ταυτόχρονη ραγδαία ανάπτυξη υποκατάστατων κλάδων τηλεπικοινωνιών και την επίπτωση της ανάπτυξης αυτής στα κίνητρα για margin squeeze στον υπό εξέταση κλάδο. Η ανάλυση λαμβάνει χώρα και πάλι υπό το πρίσμα των διάφορων περιβαλλόντων ρύθμισης και συμπεραίνεται πως η εφαρμογή του margin squeeze στις αγορές σταθερής τηλεφωνίας δεν είναι απαραίτητα αποτέλεσμα αντι-ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, αλλά μπορεί να προκύπτει ως αντίδραση στις εξωγενείς ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται ο κλάδος από εναλλακτικές μορφές τηλεπικοινωνιών. Τέλος, αναλύεται η ισχύουσα νομολογία γύρω από την πρακτική margin squeeze και ο τρόπος με τον οποίο αυτή εξελίχθηκε μέσα από σχετικές υποθέσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Το θέμα της εργασίας είναι αρκετά εξειδικευμένο και η βιβλιογραφία περιορισμένη. Κατά την έρευνα, βρέθηκαν άρθρα και papers στην πλειοψηφία των οποίων η ανάλυση κινείται στα ίδια πλαίσια. Για το λόγο αυτό επιχειρήθηκε να χρησιμοποιηθεί ένας πιο περιορισμένος αριθμός πηγών οι οποίες επιλέχθηκαν προσεκτικά λόγω της συνέπειας και της περιεκτικότητάς τους. Επίσης επιλέχθηκαν πηγές οι οποίες ξεφεύγουν από τα συνηθισμένα πλαίσια προσέγγισης, καθώς περιλαμβάνουν ενδιαφέρουσες και καινοτόμες αναλύσεις πάνω στο θέμα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΜΕΡΟΣ Ι</u>: ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ, ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

<u>ΜΕΡΟΣ ΙΙ:</u> Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ MARGIN SQUEEZE

<u>ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ:</u> Ο ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ MARGIN SQUEEZE ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΜΕΡΟΣ Ι: Πολιτική ανταγωνισμού, κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης και καταχρηστικές πρακτικές.

1. Ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Είναι γνωστό από την οικονομική θεωρία πως όταν οι αγορές λειτουργούν κάτω από συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού, η συνολική ευημερία σε μία οικονομία μεγιστοποιείται. Όταν, όμως, μία αγορά είναι ολιγοπωλιακή, παρατηρείται συγκέντρωση και οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις κατέχουν υψηλά μερίδια. Με τον όρο ολιγοπώλιο σε γενικές γραμμές εννοούμε τη συμμετοχή λίγων επιχειρήσεων σε μία αγορά (συνήθως δύο). Σε τέτοιες αγορές, οι επιχειρήσεις εμφανίζουν Μονοπωλιακή Δύναμη (ΜΔ) και σε αυτή την περίπτωση ο ρόλος τόσο της Πολιτικής Ανταγωνισμού, όσο και της Ρυθμιστικής Πολιτικής είναι εξέχουσας σημασίας για την αποκατάσταση του ανταγωνισμού και της οικονομικής αποτελεσματικότητας.

Όπως αναφέρει ο κ. Γ. Κατσουλάκος στο βιβλίο «Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική» (Ν. Βέττας και Γ. Κατσουλάκος – 2004), η Πολιτική Ανταγωνισμού μπορεί να οριστεί στενά η ευρέως. Οι οικονομολόγοι τείνουν να ορίζουν αυτή την έννοια στενά ως Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική και Πολιτική για Συγχωνεύσεις Επιχειρήσεων (Anti-trust Policy και Merger Policy). Σε μία πιο ευρεία προσέγγιση, η οποία υιοθετείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού περιλαμβάνει τη θέσπιση μέτρων για την Απελευθέρωση των Αγορών και την πολιτική Κρατικών ενισχύσεων (Market Liberization Policy και State-Aid Policy). Σκοπός των δύο αυτών ειδών πολιτικής είναι η διαφύλαξη των αγορών από στρεβλώσεις που δύνανται να προκαλέσουν κάποιες ειδικές μεταχειρίσεις Δημόσιων Επιχειρήσεων ή Οργανισμών (συνήθως τα μέτρα αφορούν κρατικά μονοπώλια) και η προώθηση της απελευθέρωσης των αγορών μέσω ιδιωτικοποιήσεων και αποκρατικοποιήσεων. Οι στρεβλώσεις των ειδικών μεταχειρίσεων από τις κυβερνήσεις έχουν αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό και περιορίζουν την αποτελεσματική λειτουργία του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για το λόγο αυτό κύριος στόχος της πολιτικής Κρατικών Ενισχύσεων είναι η εξάλειψή τους.

Όπως αναφέρει ο συγγραφέας, οι ενέργειες των επιχειρήσεων που έχουν ως σκοπό την απόκτηση, εκμετάλλευση, ενίσχυση ή διευκόλυνση της χρήσης Μονοπωλιακής Δύναμης βρίσκονται στο στόχαστρο των Αρχών Πολιτικής Ανταγωνισμού καθώς έχουν αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό και στην κοινωνική ευημερία μακροχρόνια. Πιο συγκεκριμένα, στόχος είναι η διαφύλαξη του πλεονάσματος των καταναλωτών και αυτή η διάκριση είναι σημαντική, διότι αν ληφθεί υπόψη η συνολική κοινωνική ευημερία με την ευρεία της έννοια μπορεί να θεωρηθεί ότι αυτή δεν μειώνεται καθώς μία καταχρηστική ενέργεια μπορεί να αντισταθμίσει την απώλεια του πλεονάσματος καταναλωτή μέσω της αύξησης των κερδών της επιχείρησης. Οι ενέργειες των επιχειρήσεων οι οποίες προκαλούν τα προαναφερθέντα πλήγματα στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού και στο πλεόνασμα καταναλωτών διαχωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- Πρακτικές καταχρηστικής εκμετάλλευσης Κυρίαρχης ή Δεσπόζουσας Θέσης (ΔΘ) που μία επιχείρηση κατέχει στην αγορά.
- Εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων.
- Συγχωνεύσεις και εξαγορές μεταξύ επιχειρήσεων.

Οι Αρχές Πολιτικής Ανταγωνισμού μελετούν τα αποτελέσματα των παραπάνω ενεργειών υπό το πρίσμα της μακροχρόνιας αύξησης των τιμών που μπορεί να προκαλέσουν ή της μείωσης της ποιότητας των προϊόντων. Στην παρούσα διπλωματική εργασία η ανάλυση εστιάζεται στην πρώτη κατηγορία ενεργειών και συγκεκριμένα στην πρακτική συμπίεσης τιμών (margin/ price squeeze), για το λόγο αυτό σε επόμενες ενότητες του Μέρους I θα μελετηθεί ο ορισμός αλλά και ο προσδιορισμός της Δεσπόζουσας Θέσης μιας επιχείρησης σε μία αγορά και θα αναφερθούν οι πρακτικές κατάχρησης της. Προηγουμένως, όμως, είναι σημαντικό να παρουσιαστεί μία σύντομη ιστορική αναδρομή σχετικά με τη γέννηση και την ανάπτυξη της Πολιτικής Ανταγωνισμού τόσο στην Ευρώπη, όσο και στις Η.Π.Α.

1.1. Αντι-μονοπωλιακή Πολιτική στις Η.Π.Α.

Ο Massimo Motta στο βιβλίο του "Competition Policy, Theory and Practice" επιχειρεί να κάνει μία ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη της Αντι-μονοπωλιακής Πολιτικής στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Η προέλευση της σύγχρονης Πολιτικής Ανταγωνισμού εντοπίζεται στο 19^{ο} αιώνα, όπου ξεκίνησαν να σχηματίζονται μονοπώλια στις Η.Π.Α ως αποτέλεσμα πολλών παραγόντων όπως για παράδειγμα η απελευθέρωση των αγορών, η ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς και του μεγέθους των επιχειρήσεων, η εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας και οι τεχνολογικές καινοτομίες. Η αστάθεια των αγορών και ο πόλεμος τιμών, επίσης, κατά το δεύτερο μισό του αιώνα ανάγκασε πολλές επιχειρήσεις να προβούν σε συμφωνίες μεταξύ τους και στο σχηματισμό καρτέλ με αποτέλεσμα τη διατήρηση των τιμών σε επίπεδο υψηλά. Η σταθεροποίηση των τιμών σε επίπεδα υψηλά μέσω του σχηματισμού καρτέλ και μονοπωλίων από τις επιχειρήσεις είχε αρνητικές επιπτώσεις στους καταναλωτές, στους αγρότες και σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι δύο τελευταίες ομάδες απολάμβαναν αρκετή πολιτική δύναμη και δημόσια συμπάθεια ώστε να συνεργήσουν στη δημιουργία νομοθεσίας για τη διαφύλαξη των συμφερόντων τους, συγκεκριμένα το 1890 εμφανίστηκε ο νόμος "Sherman Act" που αποτελεί ένα άρτιο παράδειγμα Αντι-μονοπωλιακής Πολιτικής. Το Sherman Act υιοθετούσε την επιβολή κυρώσεων όπως η τριετής φυλάκιση στις περιπτώσεις που οι επιχειρήσεις προχωρούσαν είτε σε συμφωνίες μεταξύ τους, είτε σε προσπάθειες να μονοπωλήσουν διάφορους κλάδους του εμπορίου.

Κατά την πρώτη δεκαετία που ακολούθησε μετά τη δημιουργία του, η εφαρμογή του Sherman Act δεν ήταν πολύ αυστηρή, μέχρι το 1897 όπου το Ανώτατο Δικαστήριο αποφάσισε πως οι συμφωνίες σχετικά με τις τιμές ενός τραστ 18 σιδηροδρομικών εταιριών ήταν παράνομες. Το Sherman Act κάλυπτε υποθέσεις που αφορούσαν συμφωνίες μεταξύ των επιχειρήσεων σχετικά με τις τιμές και το σχηματισμό τραστ και αυτό έδινε το περιθώριο στις επιχειρήσεις να συγχωνεύονται για να επιτύχουν το σκοπό τους. Το 1914 έκανε την εμφάνιση του ο νόμος "Clayton Act", ο οποίος επέκτεινε την Αντι-Μονοπωλιακή Νομοθεσία έτσι ώστε να περιλαμβάνει υποθέσεις συγχωνεύσεων και εξαγορών ικανών να επιφέρουν πλήγμα στον ανταγωνισμό και τους καταναλωτές. Το Clayton Act, επιπροσθέτως, κάλυπτε περιπτώσεις πρακτικών, όπως η διάκριση τιμών, οι οποίες μείωναν την ένταση του ανταγωνισμού στις αγορές. Το 1914 ψηφίστηκε επίσης ένας ακόμη νόμος, γνωστός ως “Federal Trade Commission Act”, ο οποίος ρύθμιζε άδικες εμπορικές πρακτικές και συνοδεύτηκε από την ίδρυση μιας ανεξάρτητης κυβερνητικής αρχής, την “Federal Trade Commission” (FTC).

Η ανάπτυξη και εφαρμογή Αντι-μονοπωλιακών Νομοθεσιών «πάγωσε» κατά την περίοδο του Μεσοπολέμου. Το 1940 κατά την εξέταση της υπόθεσης Socony-Vacuum Oil το Ανώτατο Δικαστήριο καθιέρωσε ξανά την αρχή της per-se απαγόρευσης συμφωνιών σχετικά με τις τιμές. Μετά τη συγκεκριμένη υπόθεση και μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970 ακολούθησε μία έντονη αντι-μονοπωλιακή δραστηριότητα που σκοπό τον περιορισμό διάφορων δραστηριοτήτων που παρεμπόδιζαν την αύξηση του ανταγωνισμού. Κάνοντας αναδρομή στο πιο πρόσφατο παρελθόν, ο Massimo Motta δυσκολεύεται να διακρίνει μία ξεκάθαρη τάση στην Αντι-Μονοπωλιακή Πολιτική των Η.Π.Α. Σύμφωνα με τα υπάρχοντα δεδομένα και την αντιμετώπιση των υποθέσεων, ο συγγραφέας συμπεραίνει πως οι Αρχές και τα Δικαστήρια κινούνται κάπου μεταξύ της λογικής του παρεμβατισμού της δεκαετίας του 1960 και του laisser-faire που επικράτησε τη δεκαετία του 1980. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ανανεωμένη δυναμική της πολιτικής κατά των καρτέλ, η οποία γίνεται έκδηλη από ποινές φυλάκισης που έχουν επιβληθεί σε διάφορες αντίστοιχε υποθέσεις.

1.2. Δίκαιο του Ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Πολιτική Ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση εφαρμόζεται σε δύο επίπεδα: εθνικό και υπερεθνικό. Το δεύτερο παρουσιάζει μεγαλύτερο ενδιαφέρον, καθώς οι περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες μέχρι πρόσφατα δεν είχαν ένα κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο περί ανταγωνισμού. Παρόλα αυτά, ο Massimo Motta στο βιβλίο “Competition Policy, Theory and Practice” παρουσιάζει την ιστορία του Δικαίου του

Ανταγωνισμού στη Γερμανία και τη Βρετανία, την οποία θεωρεί ενδιαφέρουσα και η οποία παρατίθεται παρακάτω:

- **<u>Δίκαιο του Ανταγωνισμού στη Γερμανία</u>**

Όπως αναλύθηκε προηγουμένως, κατά το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα η δημιουργία καρτέλ στις Η.Π.Α. αντιμετωπίστηκε από το νόμο Sherman Act. Στη Γερμανία, όμως, επικρατούσε η άποψη πως ο σχηματισμός καρτέλ αποτελούσε ένα εργαλείο σταθεροποίησης των τιμών. Η λογική αυτή σε συνδυασμό με το γεγονός πως οι συμφωνίες των επιχειρήσεων σχετικά με τις τιμές μέσω της υπογραφής συμβολαίων επιτρεπόταν στη Γερμανία, οδηγεί στο συμπέρασμα πως η δημιουργία καρτέλ όχι μόνο δεν διώκονταν ποινικά αλλά προωθούνταν από τα Δικαστήρια. Η νομοθεσία κατά των καρτέλ έκανε την εμφάνισή της το 1923, κυρίως λόγω του υπερπληθωρισμού. Ακόμη και τότε, όμως, ο νόμος δεν απαγόρευε τη δημιουργία καρτέλ , απλά απαιτούσε τον έλεγχο τους από μία νέα αρχή η οποία θα εξασφάλιζε ότι τα καρτέλ δεν θα επιχειρούσαν κατάχρηση της δύναμης τους στην αγορά.

Το 1930, υπό τις επιδράσεις της Μεγάλης Ύφεσης και της χρεωκοπίας πολλών επιχειρήσεων , η συμμετοχή σε καρτέλ έγινε αναγκαιότητα για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν σε ευάλωτους κλάδους. Ο υποχρεωτικός σχηματισμός καρτέλ έγινε ακόμη πιο εκτενής κάτω από το Ναζιστικό καθεστώς. Μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο οι σύμμαχοι επιχείρησαν να εδραιώσουν νομοθεσία κατά των συνεργασιών, όχι μόνο για να προάγουν την οικονομική ανάπτυξη, αλλά και για να αποτρέψουν την υψηλή συγκέντρωση οικονομικής δύναμης. Η Γερμανία κατέληξε να ψηφίσει μία αυστηρή Νομοθεσία Περί Ανταγωνισμού το 1957, μετά από μακροσκελείς συζητήσεις και διαφορές. Η Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Συμπράξεων (Bundeskartellamt) είναι ο κύριος υπεύθυνος Οργανισμός για την αντιμετώπιση τιμολογιακών συμφωνιών και άλλων αντιανταγωνιστικών πρακτικών. Ακολούθησαν μέχρι το 1973 αυστηρές διαδικασίες ελέγχου και απαγόρευσης συγχωνεύσεων. Ακόμη, όμως, η Πολιτική Ανταγωνισμού στη Γερμανία κινείται στα πλαίσια της λογικής της προστασίας της οικονομικής ελευθερίας.

➢ Δίκαιο του Ανταγωνισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο

Το πρώτο δείγμα Πολιτικής Ανταγωνισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο ήταν η ψήφιση του νόμου Profiteering Act το 1919 με σκοπό την αποτροπή περιπτώσεων υπερβολικής τιμολόγησης μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο. Προς το τέλος του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου η ανεργία αποτελούσε ένα μείζον ζήτημα και η ψήφιση του νόμου Monopolies and Restrictive Practices (Inquiry and Control) Act το 1948 υποκινήθηκε από την ιδέα πως ο προώθηση του ανταγωνισμού στην αγορά θα είχε ως αποτέλεσμα και την προώθηση της απασχόλησης. Από τότε, μία πληθώρα αλλαγών συντελέστηκε στην Πολιτική Ανταγωνισμού που ακολούθησε το Ηνωμένο Βασίλειο, μέχρι να ευθυγραμμιστεί το 1998 με την Πολιτική που ακολουθούσε η Ευρωπαϊκή Ένωση.

Πολλά χαρακτηριστικά της Νομοθεσίας περί Ανταγωνισμού που επικράτησε στην Αγγλία πριν την πρόσφατη μεταρρύθμιση του 1998 είναι αξιοσημείωτα. Πρώτον, οι στόχου της Πολιτικής Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου δεν ήταν ποτέ ξεκάθαροι. Δεύτερον, από το αγγλικό Δίκαιο του Ανταγωνισμού απουσίαζε ένα σύστημα ποινών και εργαλείων επιβολής των ποινών. Μέχρι τη μεταρρύθμιση, οι Αρχές δεν είχαν το δικαίωμα κατά την εξέταση υποθέσεων να αναζητήσουν έγγραφα και αποδεικτικά στοιχεία στα κεντρικά γραφεία των επιχειρήσεων, σε αντίθεση με τις Αρχές άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Το γεγονός αυτό αποτελούσε σημαντικό περιορισμό κατά την εξέταση περιπτώσεων ληστρικών πρακτικών ή συμπαιγνιών. Δεν αποτελεί έκπληξη, λοιπόν, το ότι η αποτελεσματικότητα της εφαρμογής της Πολιτικής Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου έχει πολλάκις αμφισβητηθεί.

➢ Δίκαιο του Ανταγωνισμού στις Ευρωπαϊκές Κοινότητες

Το σημείο έναρξης της ανάπτυξης του Δικαίου περί Ανταγωνισμού σε υπερ-εθνικό επίπεδο αποτελεί η υιοθέτηση υπερ-ανταγωνιστικών μέτρων από χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και οι χώρες της Μπενελούξ το 1951 κατά τη Συνθήκη των Παρισίων, όπου και δημιουργήθηκε η "European Coal and Steel Community" (ECSC). Η συγκεκριμένη συνθήκη όρισε την απαγόρευση εμποδίων στο εμπόριο, τη διάκριση των τιμών, όπως και άλλες περιοριστικές πρακτικές ικανές να παρεμποδίσουν την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού στις έξι χώρες που αργότερα ίδρυσαν Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα.

Δύο ήταν οι κύριοι λόγοι που οδήγησαν στην εγκαθίδρυση της πολιτικής Ανταγωνισμού στη Συνθήκη των Παρισίων. Ο πρώτος σχετίζεται με την επιθυμία εξάλειψης του κινδύνου που προέκυπτε λόγω της γερμανικής δύναμης στην πρόσβαση άλλων ευρωπαϊκών χωρών σε ουσιώδεις εισροές όπως ο άνθρακας και το ατσάλι. Η απαγόρευση της διάκρισης των τιμών στόχευε σε αυτό ακριβώς το γεγονός, στην ίση πρόσβαση στις πρώτες ύλες. Ο δεύτερος λόγος ήταν το ότι η αρχή του ελεύθερου ανταγωνισμού είχε αρχίσει να εκτιμάται πως αποτελούσε τον μόνο τρόπο για την αποτελεσματική λειτουργία των αγορών, όπως φάνηκε και από την επιτυχία του στην οικονομία των Η.Π.Α. Το Άρθρο 65 της Συνθήκης των Παρισίων απαγόρευσε συμφωνίες και συμπαιγνίες μεταξύ των επιχειρήσεων, οι οποίες θα προκαλούσαν άμεσα ή έμμεσα περιορισμούς στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού στην Κοινή Αγορά. Το Άρθρο 66 της ίδιας συνθήκης μεριμνούσε για την απαγόρευση περιπτώσεων κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης από τις επιχειρήσεις και αποτέλεσε τον πρόγονο του αντίστοιχου Άρθρου 82 της Συνθήκης της Ρώμης. Επίσης το Άρθρο 66 σχετίστηκε και με υποθέσεις συγχωνεύσεων μεταξύ επιχειρήσεων στον κλάδο του άνθρακα και του ατσαλιού.

Η Συνθήκη των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων ασχολείται με θέματα ανταγωνισμού στα Άρθρα 81 ως 89. Ο κύριος σκοπός της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Ανταγωνισμού ήταν η εξάλειψη οποιασδήποτε μορφής διάκρισης από το οικονομικό σύστημα. Σήμερα, η Πολιτική Ανταγωνισμού, όπως επιβάλλεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχει ως σκοπό την οικονομική αποτελεσματικότητα και την προώθηση της ολοκλήρωσης της ευρωπαϊκής αγοράς ως σύνολο:

«Ο πρώτος στόχος της Πολιτικής Ανταγωνισμού είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των αγορών. Η Πολιτική Ανταγωνισμού χρησιμεύει ως ένα εργαλείο για την προώθηση της αποτελεσματικότητας των κλάδων, την άριστη κατανομή των πόρων, την τεχνολογική πρόοδο και τη διασφάλιση και την ευελιξία για την προσαρμογή στο εναλλασσόμενο περιβάλλον. Είναι απαραίτητη η ύπαρξη μιας ανταγωνιστικής τοπικής αγοράς, ούτως ώστε η Κοινότητα να είναι ανταγωνιστική στις παγκόσμιες αγορές. Για το λόγο αυτό η Κοινοτική Πολιτική Ανταγωνισμού λαμβάνει ισχυρή θέση ενάντια στα καρτέλ που καθορίζουν τις τιμές και μοιράζονται μεγάλα

μερίδια των αγορών, τις καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης και τις αντι-ανταγωνιστικές συγχωνεύσεις. Επίσης έχει απαγορεύσει τα αδικαιολόγητα χορηγούμενα από την πολιτεία μονοπωλιακά δικαιώματα και τις ειδικές κρατικές μεταχειρίσεις οι οποίες δεν προάγουν τον μακροχρόνιο ανταγωνισμό. Ο δεύτερος στόχος είναι η ενοποίηση των αγορών. Μία ενιαία εσωτερική αγορά είναι η απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη αποτελεσματικής και ανταγωνιστικής βιομηχανίας.»

2. Η μεθοδολογία της Πολιτικής Ανταγωνισμού

Όπως προαναφέρθηκε, στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας προσεγγίζεται ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού σε υποθέσεις που αφορούν πρακτικές κατάχρησης Δεσπόζουσας Θέσης από επιχειρήσεις με αποτελέσματα περιοριστικά ή αποκλειστικά για τους ανταγωνιστές τους και συγκεκριμένα ο ρόλος της Πολιτικής Ανταγωνισμού σε υποθέσεις margin squeeze. Ο εκτενής ορισμός του margin squeeze θα δοθεί στη συνέχεια. Στο σημείο αυτό όμως, θα πρέπει να γίνει μία αναφορά στη μεθοδολογία την οποία χρησιμοποιούν οι Αρχές Ανταγωνισμού ώστε να προσδιορίσουν αν μία επιχείρηση κατέχει Δεσπόζουσα Θέση της οποίας ενδεχομένως κάνει κατάχρηση και στα βήματα τα οποία ακολουθούνται κατά την εξέταση υποθέσεων.

2.1. Ορισμός της σχετικής αγοράς

Ο ορισμός της σχετικής αγοράς είναι το πρώτο και κύριο βήμα για να εξακριβώσει η Αρχή Ανταγωνισμού την ύπαρξη δύναμης στην αγορά αυτή μέσω του σωστού υπολογισμού των μεριδίων. Για να είναι ο υπολογισμός αυτός σωστός, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί να είναι και ο ορισμός της αγοράς σωστός και ακριβής. Όπως αναφέρει ο Massimo Motta (Competition Policy, Theory and Practice), για τον ορισμό της αγοράς δεν αρκεί η συνάθροιση προϊόντων που μοιάζουν μεταξύ τους για τον ορισμό της σχετικής αγοράς. Εξάλλου μία τέτοια ποιοτική προσέγγιση είναι λανθασμένη και ενέχει κινδύνους. Σημασία στον ορισμό σχετικής αγοράς έχει ο προσδιορισμός ενός συνόλου προϊόντων (ή γεωγραφικών περιοχών) τα οποία προκαλούν ανταγωνιστικές πιέσεις το ένα στο άλλο. Παρακάτω, παρατίθεται η ακριβής μέθοδος που χρησιμοποιείται για τον ορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντος και της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, όπως αναλύθηκε από τον Massimo Motta:

<u>Ορισμός της σχετικής αγοράς προϊόντος – το τεστ υποθετικού μονοπωλητή:</u>

Το Υπουργείο Δικαιοσύνης των Η.Π.Α. έχει προτείνει το τεστ υποθετικού μονοπωλητή, ή αλλιώς SSNIP test (Small but Significant Non-transitory Increase in Price test) για τον ορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντος και το οποίο χρησιμοποιείται πλέον ευρέως από τις Αρχές Ανταγωνισμού. Πρόκειται για ένα ποσοτικό τεστ το οποίο εξετάζει το κατά πόσο ένας υποθετικός μονοπωλητής δύναται να αυξήσει επικερδώς την τιμή του προϊόντος του κατά 5-10% άνω του παρόντος επιπέδου για ένα εύλογο χρονικό διάστημα. Αν η απάντηση στην ερώτηση αυτή είναι θετική, τότε το εν λόγω προϊόν αποτελεί από μόνο του μία σχετική αγορά και ο υποθετικός μονοπωλητής είναι όντων μονοπώλιο. Αν η αύξηση της τιμής δεν είναι επικερδής διότι οι καταναλωτές υποκαθιστούν το προϊόν του υποθετικού μονοπωλητή με κάποιο άλλο προϊόν, τότε αυτό προστίθεται στην ανάλυση και το τεστ επαναλαμβάνεται περιλαμβάνοντας στην ανάλυση και αυτό το προϊόν. Το σύνολο των προϊόντων που θα ικανοποιήσουν το κριτήριο του SSNIP-test αποτελεί και τη σχετική αγορά προϊόντος.

Το τεστ υποθετικού μονοπωλητή λαμβάνει υπόψη τις ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται ένα προϊόν από την πλευρά της υποκατάστασης ζήτησης, η οποία εξαρτάται από τους καταναλωτές. Κατά τον ορισμό της σχετικής αγοράς, όμως, πρέπει να εξετάζεται και η υποκατάσταση προσφοράς. Είναι δυνατό να υπάρχουν επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα τα οποία δεν είναι υποκατάστατα από πλευράς ζήτησης με εκείνο του υποθετικού μονοπωλητή, οι οποίες να κατέχουν τα κατάλληλα περιουσιακά στοιχεία ώστε να παράξουν το προϊόν του άμεσα. Αν η αύξηση της τιμής του προϊόντος του υποθετικού μονοπωλητή δεν είναι επικερδής λόγω της υψηλής υποκατάστασης προσφοράς που προέρχεται από ένα άλλο προϊόν, τότε τα προϊόντα αυτά συναθροίζονται στην ίδια αγορά.

Πρέπει να τονιστεί ότι έχει ιδιαίτερη σημασία το επίπεδο της τιμής πάνω από το οποίο οι Αρχές ελέγχουν αν μία αύξηση 5-10% θα είναι επικερδής κατά την εφαρμογή του SSNIP-test. Η τιμή αναφοράς που πρέπει να χρησιμοποιείται είναι εκείνη που ισούται με την ανταγωνιστική, δηλαδή με το οριακό κόστος παραγωγής του εν λόγω προϊόντος. Η συγκεκριμένη τιμή αναφοράς είναι σωστή για υποθέσεις όπου εξετάζεται η ύπαρξη Δεσπόζουσας Θέσης. Σε περίπτωση που ως τιμή αναφοράς χρησιμοποιηθεί το τρέχον επίπεδο της τιμής, το τεστ μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένα ευρύ ορισμό της σχετικής αγοράς (Cellophane Fallacy). Η χρήση της τρέχουσας τιμής στο τεστ χρησιμεύει μόνο στην εξέταση περιπτώσεων συγχωνεύσεων όπου μελετάται το κατά πόσο η συγχώνευση δημιουργεί Δεσπόζουσα Θέση.

Πέραν του ποσοτικού τεστ υποθετικού μονοπωλητή, υπάρχουν και άλλες ποσοτικές μέθοδοι εξέτασης του αν δύο προϊόντα ανήκουν στη σχετική αγορά. Αυτές οι μέθοδοι συνήθως χρησιμοποιούνται συμπληρωματικά με το SSNIP-test. Για παράδειγμα, εξετάζεται αν οι χρονοσειρές των τιμών δύο προϊόντων έχουν διαχρονικά την ίδια τάση και αν αυτό ισχύει τα προϊόντα αυτά θεωρείται ότι ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά (Price Correlation Tests- Stigler and Sherwin). Η εφαρμογή τέτοιων μεθόδων απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, διότι οι τιμές των προϊόντων μπορεί να επηρεάζονται από τους ίδιους παράγοντες που αφορούν την παραγωγή τους, όπως από τη διακύμανση των τιμών του πετρελαίου. Σε κάθε περίπτωση πάντως, ο ορισμός της σχετικής αγοράς πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή γιατί αν η αγορά οριστεί πιο ευρέως ή πιο στενά από ότι θα έπρεπε, τα συμπεράσματα σχετικά με τα μερίδια των επιχειρήσεων θα είναι λανθασμένα.

<u>Ορισμός της σχετικής γεωγραφικής αγοράς:</u>

Αντίστοιχα με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προϊόντος γίνεται και ο ορισμός της σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Συγκεκριμένα, το SSNIP-test αποτελεί και πάλι το βασικό εργαλείο ανάλυσης. Υποθέτουμε ότι ένας μονοπωλητής στην Ιταλία παράγει μεταλλικό νερό. Εξετάζεται αν ο υποθετικός αυτός μονοπωλητής μπορεί να αυξήσει επικερδώς την τιμή του μεταλλικού νερού κατά 5-10% για ένα εύλογο χρονικό διάστημα στην Ιταλία. Αν η απάντηση είναι θετική, τότε η Ιταλία αποτελεί τη σχετική γεωγραφική αγορά. Διαφορετικά, αν η αύξηση δεν είναι επικερδής γιατί ανακόπτεται από εισαγωγές μεταλλικού νερού από τη Γαλλία, τότε η Γαλλία προστίθεται στη γεωγραφική αγορά και το τεστ επαναλαμβάνεται έως ότου ικανοποιηθεί.

Οι Elzinga και Hogarty (1973) πρότειναν τη χρήση δεδομένων σχετικά με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές για τον ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Συγκεκριμένα, πρότειναν να ληφθεί υπόψη αν υφίσταται “little in from outside”, δηλαδή αν μέρος της εγχώριας κατανάλωσης προέρχεται από εισαγωγές και “little out from inside", δηλαδή αν μέρος της εγχώριας παραγωγής εξάγεται για κατανάλωση στο εξωτερικό. Η βασική ιδέα πίσω από αυτό το τεστ είναι ότι μία δεδομένη γεωγραφική περιοχή ορίζεται ως σχετική γεωγραφική αγορά αν ικανοποιούνται και τα δύο τεστ, δηλαδή αν υπάρχει μικρή κίνηση του προϊόντος από και σε άλλες γεωγραφικές περιοχές. Το συγκεκριμένο τεστ μπορεί να παρέχει χρήσιμες για την ανάλυση πληροφορίες, αλλά τα αποτελέσματα του μπορεί να είναι στις περισσότερες των περιπτώσεων μεροληπτικά και γι' αυτό θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη με ιδιαίτερη προσοχή.

Ένα ακόμη στοιχείο που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη συμπληρωματικά με το τεστ υποθετικού μονοπωλητή κατά τον ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς είναι το κόστος μεταφοράς σε σχέση με τις τιμές των προϊόντων. Ακόμη και αν δύο περιοχές δεν έχουν αναπτύξει ποτέ μεταξύ τους εμπορικές σχέσεις, αν το κόστος μεταφοράς από τη μία περιοχή στην άλλη είναι χαμηλό σχετικά με την τιμή των προϊόντων, τότε θεωρείται πως η μίας περιοχή δύναται να δεχτεί ανταγωνιστικές πιέσεις από την άλλη. Σε ορισμένες περιπτώσεις τέτοιου είδους στοιχεία μπορεί να οδηγήσουν σε αρκετά στενό ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς. Από την άλλη πλευρά, όμως, υπάρχουν αγορές οι οποίες σωστά ορίζονται ως παγκόσμιες, όπως για παράδειγμα οι αγορές αεροσκαφών, όπου το κόστος μεταφοράς είναι αμελητέο σε σχέση με την τιμή του προϊόντος.

2.2. Η εκτίμηση της δύναμης στην αγορά.

Ο Massimo Motta συνεχίζει την ανάλυση του πάνω στη μεθοδολογία εξέτασης υποθέσεων με το δεύτερο βήμα που ακολουθούν οι Αρχές Ανταγωνισμού μετά τον ορισμό της σχετικής αγοράς, τον προσδιορισμό των μεριδίων των επιχειρήσεων και την αξιολόγηση της υφιστάμενης δύναμης στην αγορά. Η δύναμη στην αγορά ορίζεται ως η δυνατότητα των επιχειρήσεων να θέτουν για τα προϊόντα τους τιμές υψηλότερες του οριακού κόστους. Στην πράξη, η απουσία δύναμης σε μία αγορά παρατηρείται μόνο στην ιδανική περίπτωση του τέλειου ανταγωνισμού, ή στην περίπτωση ανταγωνισμού a la Bertrand με πόλεμο τιμών, συμμετρικές επιχειρήσεις και ομοιογενές προϊόν. Για το λόγο αυτό στην πραγματική οικονομία αναμένεται στους περισσότερους κλάδους να υφίσταται κάποιος βαθμός δύναμης αγοράς.

Ένα θεωρητικό μέτρο δύναμης της αγοράς αποτελεί ο δείκτης Lerner: $L_i = (p_i - C_i')/p_i$, όπου p_i είναι η τιμή του προϊόντος μιας επιχείρησης και C'_i το οριακό της κόστος. Ο δείκτης αυξάνεται όσο αυξάνεται και το περιθώριο κέρδους (mark-up) της επιχείρησης. Η άμεση εφαρμογή του δείκτη Lerner σε πραγματικές υποθέσεις εγκυμονεί προβλήματα, καθώς το οριακό κόστος αποτελεί μία θεωρητική σύλληψη και η εύρεση του στην πράξη από τις Αρχές Ανταγωνισμού είναι ιδιαιτέρως δύσκολη. Δεδομένης της δυσκολίας αυτής, μία εναλλακτική προσέγγιση βασίζεται στο γεγονός ότι ο δείκτης Lerner μιας μονοπωλιακής επιχείρησης ισοδυναμεί με το αντίστροφο της ελαστικότητας ζήτησης του προϊόντος της, δηλαδή ισχύει ότι $L_i = 1 / \varepsilon_i$. Πράγματι, είναι δυνατό να υπολογιστεί άμεσα η ελαστικότητα ζήτησης που μία επιχείρηση αντιμετωπίζει μέσω σύγχρονων οικονομετρικών μεθόδων, όπως για παράδειγμα το υπόδειγμα AIDS (Almost Ideal Demand System).

Η πιο παραδοσιακή προσέγγιση εκτιμά τη δύναμη αγοράς με έμμεσο τρόπο. Το μερίδιο στην αγορά είναι μία από τις μεταβλητές που λαμβάνονται υπόψη κατά την εκτίμηση της δύναμης αγοράς. Ένα υψηλό μερίδιο υπονοεί και μεγάλη δύναμη αγοράς, αλλά το επιχείρημα αυτό δεν είναι πάντα απόλυτο. Μπορεί, για παράδειγμα, μία επιχείρηση να κατέχει υψηλό μερίδιο σε μία αγορά, αλλά να μην είναι σε θέση να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της επικερδώς λόγω ενδεχόμενης απειλής εισόδου από νέες επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά σε γενικές γραμμές οι Αρχές Ανταγωνισμού ορίζουν κάποια κατώφλια (thresholds) μεριδίων. Συγκεκριμένα, μερίδιο κάτω του 40% υπονοεί συνήθως πως η επιχείρηση δεν είναι πιθανό να κατέχει Δεσπόζουσα Θέση, ενώ για μερίδια πάνω του 50% η επιχείρηση κατέχει Δεσπόζουσα Θέση. Πέρα από τα μερίδια, κατά την εκτίμηση της δύναμης στην αγορά λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες όπως η δυνατότητα και η πιθανότητα εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά και η δύναμη των αγοραστών.

2.3. Εξέταση των επιπτώσεων της συμπεριφοράς στην κοινωνική ευημερία

Μετά το σωστό ορισμό της σχετικής αγοράς και την εκτίμηση των μεριδίων των επιχειρήσεων και αφού διαπιστωθεί η ύπαρξη Δεσπόζουσας Θέσης από κάποια επιχείρηση, οι Αρχές Ανταγωνισμού εξετάζουν κατά πόσο η συμπεριφορά της εν λόγω επιχείρησης συνιστά κατάχρηση της Δεσπόζουσας Θέσης της. Ο Ιωάννης Κατσουλάκος («Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική» - Ν. Βέττας και Ι. Κατσουλάκος, σελ. 266) αναφέρει πως σημαντικό και τελικό βήμα της μεθοδολογίας αποτελεί η εξέταση των επιπτώσεων μιας πρακτικής, συμφωνίας ή συγχώνευσης στη μείωση του ανταγωνισμού και τη μείωση της κοινωνικής ευημερίας μακροχρόνια. Αν κριθεί πως το πλήγμα στον ανταγωνισμό και την ευημερία είναι σημαντικό, τότε οι Αρχές προχωρούν σε απαγόρευση της υπό εξέταση συμπεριφοράς ή αν όχι σε απαγόρευση, τουλάχιστον στη θέσπιση όρων και ρυθμίσεων. Ο συγγραφέας τονίζει πως πέρα από το μέγεθος του πλήγματος στην ευημερία και των ανταγωνισμό, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στην ανάλυση και οι δυνητικές ευεργετικές επιδράσεις της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην αποτελεσματικότητα και σε ζητήματα δημοσίου συμφέροντος.

Η εξέταση των επιδράσεων μιας συμπεριφοράς διενεργείται υπό το πρίσμα του είδους της συμπεριφοράς. Για παράδειγμα, εάν πρόκειται για εξέταση υπόθεσης συγχώνευσης, στόχος των Αρχών είναι ο προσδιορισμός του κατά πόσο η συγχώνευση αυτή θα ενισχύσει ή θα δημιουργήσει Δεσπόζουσα Θέση στην αγορά. Στα πλαίσια μιας ήδη υπάρχουσας Δεσπόζουσας Θέσης, σκοπός της Πολιτικής Ανταγωνισμού είναι να εξετάσει το κατά πόσο η συμπεριφορά της επιχείρησης υπονοεί κατάχρηση της μέσω πρακτικών περιορισμού ή και αποκλεισμού των ανταγωνιστών της, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού.

3. Τύποι μονομερών πρακτικών αποκλεισμού

Μία επιχείρηση η οποία κατέχει Δεσπόζουσα Θέση σε μία αγορά, μπορεί να επιχειρήσει να κάνει κατάχρηση της θέσης της εφαρμόζοντας διάφορες πρακτικές με απώτερο σκοπό των αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από την αγορά. Ουσιαστικά, πρόκειται για πρακτικές οι οποίες βελτιώνουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης που της εφαρμόζει προκαλώντας πλήγμα στον ανταγωνισμό. Τις Αρχές δεν απασχολεί το εν λόγω πλήγμα στον ανταγωνισμό τόσο όσο η επίδραση στη συνολική κοινωνική ευημερία και πιο συγκεκριμένα στο πλεόνασμα των καταναλωτών. Οι πρακτικές αποκλεισμού που προκύπτουν ως εκμετάλλευση Δεσπόζουσας Θέσης μπορεί να προκαλέσουν έξοδο ενός ή περισσότερων ανταγωνιστών από την αγορά, αποθάρρυνση της εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά, μείωση της έντασης του ανταγωνισμού στην αγορά, βλάβες στον ανταγωνισμό μιας δευτερεύουσας αγοράς λόγω αποκλεισμού στην κύρια, βλάβες στον ανταγωνισμό σε κάποιο στάδιο μιας κάθετης αλυσίδας παραγωγής προϊόντος.

Οι πρακτικές αποκλεισμού διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, ανάλογα με τη φύση της εφαρμογής τους. Έτσι, υπάρχουν οι πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα και οι πρακτικές μη- τιμολογιακού χαρακτήρα. Η παρούσα διπλωματική εξετάζει την πρακτική του margin squeeze που ανήκει στην κατηγορία των πρακτικών τιμολογιακού χαρακτήρα και η οποία θα οριστεί αναλυτικά σε επόμενη ενότητα και θα μελετηθεί διεξοδικά στο ΜΕΡΟΣ ΙΙ και ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ. Προηγουμένως, κρίνεται αναγκαία μία συνοπτική αναφορά στις υπόλοιπες πρακτικές αποκλεισμού και ο σύντομος ορισμός τους.

3.1. Πρακτικές τιμολογιακού χαρακτήρα

- ### Επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing)

Ο John Vickers, στο άρθρο του “Abuse of market power” (2004) ορίζει την πρακτική της επιθετικής τιμολόγησης ως τη συμπεριφορά εκείνη σύμφωνα με την οποία μία επιχείρηση θέτει τιμή για το προϊόν της κατώτερη του μέσου μεταβλητού κόστους πραγματοποιώντας βραχυχρόνιες ζημίες, με σκοπό να οδηγήσει την έξοδο των ανταγωνιστών της από την αγορά. Η επιχείρηση προσδοκά να επανακτήσει τις βραχυχρόνιες ζημίες κάνοντας recoupment, αφού οι ανταγωνιστές της αποχωρήσουν. Η ύπαρξη Δεσπόζουσας Θέσης είναι απαραίτητη ώστε η επιχείρηση να λειτουργήσει μονομερώς, ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της, χαμηλώνοντας της τιμές σε επίπεδα κάτω του κόστους. Για να είναι η εφαρμογή της πρακτικής της επιθετικής τιμολόγησης ορθολογική πρέπει να ισχύουν κάποιες προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα, θα πρέπει η επιχείρηση να έχει "deep pocket" δηλαδή κάποια κεφαλαιακά αποθέματα ικανά για να επιβιώσει κατά την περίοδο που πραγματοποιεί ζημίες. Επιπλέον, απαιτείται η επιχείρηση να κατέχει πλεονάζουσα παραγωγικότητα, ώστε να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση που θα αντιμετωπίσει αφού αποκλείσει τους ανταγωνιστές της. Επίσης, θα πρέπει να υφίσταται ασύμμετρη πληροφόρηση στις κεφαλαιαγορές, ώστε η επιχείρηση να μπορεί να δανειστεί με ευνοϊκότερους όρους από τους ανταγωνιστές της.

- **Διακριτική τιμολόγηση (price discrimination)**

Σύμφωνα με τους Jorge Padilla και Robert O' Donoghue (The Law and Economics of Article 82 EC), μία επιχείρηση κάνει διακριτική τιμολόγηση όταν επιδιώκει να επωφεληθεί των διαφορών μεταξύ των τιμών επιφύλαξης των καταναλωτών, χρεώνοντας σε διαφορετικούς καταναλωτές ή διαφορετικές ομάδες καταναλωτών, διαφορετικές τιμές. Ένας πιο ακριβής ορισμός είναι ότι μία επιχείρηση κάνει διάκριση τιμών όταν ο βαθμός των τιμών είναι διαφορετικός από το βαθμό του οριακού κόστους για δύο αγαθά που προσφέρει. Ουσιαστικά, η διακριτική τιμολόγηση υπονοεί πως οι επιχειρήσεις μεταχειρίζονται διαφορετικούς πελάτες τους, είτε πρόκειται για τελικούς καταναλωτές είτε για αγοραστές ενδιάμεσων προϊόντων, με διαφορετικούς όρους. Ο πρακτική λοιπόν είναι «κάθετου» χαρακτήρα.

- **Εκπτώσεις (conditional rebates)**

Οι Jorge Padilla και Robert O' Donoghue διακρίνουν μεταξύ των εκπτώσεων που τίθενται στο σύνολο των πωλήσεων (retroactive rebates) και των "conditional rebates" που δίνονται έπειτα από συγκεκριμένα κατώφλια όγκου πωλήσεων, δηλαδή στις επαυξητικές πωλήσεις(incremental rebates). Και τα δύο είδη εκπτώσεων αποτελούν μία μορφή ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι conditional rebates, όταν εφαρμόζονται από επιχειρήσεις με Δεσπόζουσα Θέση, χρησιμοποιούνται ως εργαλείο αποκλεισμού με αποτελέσματα ζημιογόνα για τον ανταγωνισμό. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο Guidance Paper που εξέδωσε το 2008 ορίζει τις εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις ως εξής:
«Μία υπό συνθήκη έκπτωση η οποία χορηγείται από μία επιχείρηση με Δεσπόζουσα Θέση μπορεί να τις δώσει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το "non-contestable" μέρος της ζήτησης κάθε καταναλωτή (δηλαδή την ποσότητα που ούτως η άλλως ο καταναλωτής θα προμηθευόταν από τη dominant επιχείρηση), ως μοχλό για τη μείωση της τιμής του προϊόντος στο "contestable" κομμάτι της ζήτησης (δηλαδή την ποσότητα που ο καταναλωτής θα μπορούσε να αγοράσει από κάποια άλλη επιχείρηση)»

3.2. Πρακτικές μη-τιμολογιακού χαρακτήρα

- **Άρνηση πρόσβασης (refusal to deal)**

Σύμφωνα με τους Robert O' Donoghue και Jorge Padilla, η λογική της πρακτικής της άρνησης πρόσβασης ως εργαλείο αποκλεισμού είναι απλή. Η dominant επιχείρηση κατέχει μία essential facility την οποία χρησιμοποιεί για την παραγωγή του προϊόντος της ή την προσφορά των υπηρεσιών της και αρνείται να χορηγήσει στους ανταγωνιστές της την άδεια να τη χρησιμοποιήσουν. Με τον τρόπο αυτό τους αποκλείει από την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος. Η πρακτική της άρνησης πρόσβασης σε μία ουσιώδη εισροή ή υποδομή γειτνιάζει εννοιολογικά με την πρακτική του margin squeeze, ιδίως όταν η επιχείρηση είναι κάθετα οργανωμένη και επιδιώκει να εξαλείψει τον ανταγωνισμό στο κατώτερο στάδιο παραγωγής ενός τελικού προϊόντος, όπου και δραστηριοποιείται, δηλαδή στην κάτω αγορά.

- **Tying and Bundling**

Η συγκεκριμένη πρακτική αναφέρεται στη συνδυασμένη και συνδεδεμένη πώληση δύο ή περισσότερων προϊόντων σε μορφή πακέτου. Οι J. Padilla και R. O' Donoghue αναφέρουν πως υφίστανται διάφοροι τύποι της πρακτικής, ανάλογα με το πόσα προϊόντα του πακέτου προσφέρονται ξεχωριστά. Έτσι, διακρίνουν τις εξής κατηγορίες:

- Pure bundling: Κανένα από τα προϊόντα του πακέτου δεν προσφέρεται ξεχωριστά. Τα προϊόντα πωλούνται μόνο ως μέρος του πακέτου. Επιπλέον, προσφέρονται σε σταθερές και μόνο αναλογίες.
- Tying: Σε αυτή την περίπτωση, κάποια από τα αγαθά που περιλαμβάνονται στο πακέτο πωλούνται και ξεχωριστά (tied προϊόντα), ενώ κάποια άλλα είναι διαθέσιμα μόνο στο πακέτο (tying προϊόντα). Έτσι, οι καταναλωτές των δεύτερων είναι υποχρεωμένοι να αγοράσουν και τα πρώτα.
- Mixed bundling: Αυτός ο τύπος της πρακτικής περιγράφει περιπτώσεις όπου τα προϊόντα πωλούνται τόσο σε μορφή πακέτου, όσο και το καθένα ξεχωριστά. Για να είναι ελκυστικό το πακέτο για τους καταναλωτές, η τιμή του είναι χαμηλότερη από το άθροισμα των τιμών του κάθε προϊόντος όταν αυτά πωλούνται ανεξάρτητα.

Η σύνδεση των προϊόντων μπορεί να είναι είτε τεχνολογική, είτε να ορίζεται από συμβόλαια. Η συγκεκριμένη πρακτική μπορεί να εφαρμοστεί ως ένα εργαλείο διάκρισης τιμών με επιδράσεις αρνητικές στον ανταγωνισμό και την ευημερία.

- **Συμβάσεις αποκλειστικότητας (exclusive dealing)**

Η συγκεκριμένη πρακτική βασίζεται στη λογική της σύναψης συμβολαίων που δεσμεύουν για κάποιο χρονικό διάστημα τις επιχειρήσεις να προμηθεύονται αγαθά ή υπηρεσίες μόνο από την επιχείρηση με Δεσπόζουσα Θέση στην πάνω αγορά. Συνάπτοντας τέτοιου είδους συμβάσεις, η dominant επιχείρηση στην πάνω αγορά δεσμεύει τους πελάτες της με αποτέλεσμα να αποκλείει τους ανταγωνιστές της. Τα αποτελέσματα μιας τέτοιας πρακτικής μπορεί να είναι ευεργετικά από τη σκοπιά της αποτελεσματικότητας καθώς μπορεί να προωθήσει τις επενδύσεις σε επίπεδο λιανικής, αλλά μπορεί να είναι προφανώς και αντι-ανταγωνιστικά λόγω του αποκλεισμού των ανταγωνιστών.

4. Ο ορισμός της πρακτικής margin/price squeeze

Το πρόβλημα συμπίεσης περιθωρίου τιμών (margin/price squeeze), όπως αυτό ορίζεται από τους Jorge Padilla και Robert O’ Donoghue (The Law and Economics of Article 82 EC) εμφανίζεται όταν μία επιχείρηση λειτουργεί σε δύο η περισσότερα επίπεδα της κάθετης αλυσίδας παραγωγής ενός προϊόντος. Με άλλα λόγια, υφίσταται όταν μία επιχείρηση είναι κάθετα ολοκληρωμένη. Σύμφωνα με τη μικροοικονομική θεωρία, μία οικονομική μονάδα οργανώνει κάθετα της δραστηριότητες της όταν οι συνθήκες είναι τέτοιες ώστε η στρατηγική αυτή να αποδεικνύεται η πλέον αποτελεσματική για την ίδια από άποψη κόστους, αλλά και όταν αποδεικνύεται ευεργετική για τη συνολική ευημερία των καταναλωτών. Επομένως η καθετοποίηση δεν αποτελεί πρόβλημα a-priori, αντιθέτως, μπορεί να αποβεί ωφέλιμη για τη συνολική ευημερία.

Τα αποτελέσματα της παραπάνω λογικής μπορεί να διαφοροποιηθούν, παρ’ όλα αυτά, όταν η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση πουλάει το προϊόν το οποίο παράγεται σε ένα επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας, σε μη καθετοποιημένους ανταγωνιστές της που δραστηριοποιούνται σε ένα κατώτερο επίπεδο της αλυσίδας- στο οποίο βέβαια συμμετέχει και η ίδια. Σε μία τέτοια περίπτωση, η επιχείρηση είναι σε θέση να ασκήσει έλεγχο πάνω στο κόστος παραγωγής των συγκεκριμένων ανταγωνιστών κατά ένα σημαντικό βαθμό. Υποθέτοντας επιπλέον ότι η επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στην κάτω αγορά, ασκεί επιρροή και στην τιμή του προϊόντος που πωλείται σε αυτή. Έχει λοιπόν τη δυνατότητα να ελέγξει και να συμπιέσει συνολικά το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της, είτε αυξάνοντας το κόστος παραγωγής τους, είτε μειώνοντας τα έσοδα τους.

Σύμφωνα, λοιπόν, με το Άρθρο 82-EC (πλέον Άρθρο 102) μία καθετοποιημένη επιχείρηση μπορεί να καταχραστεί τη δεσπόζουσα θέση που κατέχει εξασκώντας παράνομα την προαναφερθείσα δυνατότητα με σκοπό να αποκλείσει ανταγωνιστές της και να τους οδηγήσει σε έξοδο από την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, ώστε να αυξήσει το μερίδιο και τη δύναμη της. Βασική προϋπόθεση βέβαια για την εξάσκηση της πρακτικής του margin squeeze, αποτελεί το γεγονός ότι η επιχείρηση είναι ηγέτιδα στην πάνω αγορά και παράγει μία βασική εισροή η οποία χρησιμοποιείται για την παραγωγή του προϊόντος της κάτω αγοράς, τόσο από την ίδια, όσο και από τους ανταγωνιστές της.

Συνοψίζοντας, η επιχείρηση είναι μονοπώλιο ή ηγέτιδα στην πάνω αγορά (upstream market) -αν αυτή είναι ολιγοπωλιακή- και παράγει ένα προϊόν το οποίο αποτελεί βασική εισροή για τις επιχειρήσεις στην κάτω αγορά (downstream market). Εναλλακτικά, μπορεί να έχει στην κατοχή της μία essential facility, όρος που θα αναλυθεί εκτενώς σε επόμενη ενότητα. Εξασκώντας την πρακτική του margin squeeze, η επιχείρηση ακολουθεί τρεις στρατηγικές οι οποίες θα εξεταστούν στη συνέχεια. Σύμφωνα με την πρώτη, προμηθεύει τους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά με την βασική εισροή σε τέτοιο επίπεδο τιμής ώστε οι τελευταίοι να μη δύνανται να πραγματοποιήσουν κέρδη στην downstream market. Σύμφωνα με τη δεύτερη, τιμολογεί επιθετικά, θέτει δηλαδή τιμή κάτω του κόστους στην downstream market εκμεταλλευόμενη τη δεσπόζουσα θέση της και παραμένοντας επικερδής συνολικά. Τέλος, συνδυάζει τις παραπάνω στρατηγικές συμπιέζοντας έτσι τους ανταγωνιστές της. Σε κάθε περίπτωση, η λογική βασίζεται στη συμπίεση του περιθωρίου μεταξύ της τιμής χονδρικής και της τιμής λιανικής που θέτει η επιχείρηση.

Όπως αναφέρουν οι Robert O'Donoghue και Jorge Padilla στο βιβλίο τους , οι υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους απαντώνται σπάνια μεταξύ 1960 και 2000.

Συνήθως μπορούσαν να εντοπιστούν σε συνδυασμό με άλλες καταχρηστικές πρακτικές κατά την εξέταση διάφορων υποθέσεων. Πιο πρόσφατα, όμως, τόσο η Ευρωπαϊκή Κομισιόν (EC) όσο και οι Επιτροπές Ανταγωνισμού σε εθνικό επίπεδο (Δανία, Φινλανδία, Ολλανδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία, Σουηδία) έχουν κληθεί να λάβουν αποφάσεις για υποθέσεις που αφορούσαν margin squeeze. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν υποθέσεις των επιχειρήσεων Deutsche Telekom και Industrie Des Poudres Spheriques που εξετάστηκαν από την EC και οδήγησαν οικονομολόγους και νομικούς σε μακροσκελή διάλογο για τη λήψη αποφάσεων.

Τα παραπάνω γεγονότα είναι απόρροια της απελευθέρωσης αγορών όπως αυτές των τηλεπικοινωνιών, του ηλεκτρισμού, του φυσικού αερίου και του νερού. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επικερδής λειτουργία νέων ανταγωνιστών εξαρτάται άμεσα από την πρόσβαση τους με ευνοϊκούς όρους σε βασικές εισροές ή essential facilities που κατέχουν οι ήδη υπάρχουσες ηγέτιδες επιχειρήσεις των εν λόγω κλάδων (πρώην μονοπώλια) οι οποίες είναι σε θέση να ασκήσουν την πρακτική του margin squeeze. Όπως υποστηρίζεται από πολλούς, η περαιτέρω ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων-ανταγωνιστών περιορίζεται ή και αποκλείεται από αυτές τις πρακτικές συμπίεσης περιθωρίου. Για το λόγο αυτό η Πολιτική Ανταγωνισμού εξετάζει την πρακτική του margin squeeze υπό το πρίσμα της επίδρασης της στην ανταγωνιστικότητα των κλάδων και τη συνολική ευημερία του καταναλωτή.

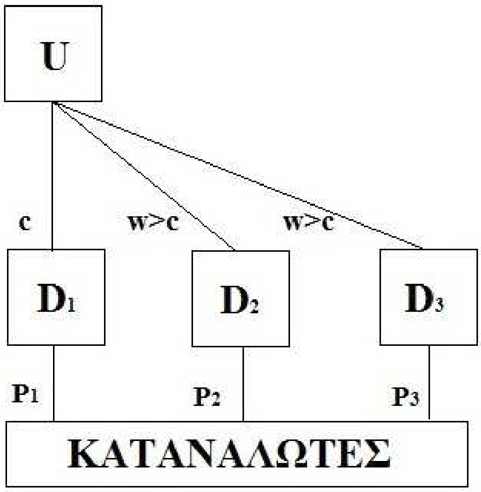
ΜΕΡΟΣ II: Η πρακτική του Margin Squeeze

1. Τύποι Margin Squeeze

Η πρακτική του margin squeeze μπορεί να εφαρμοστεί από τις επιχειρήσεις με αποτελέσματα ληστρικά ή αποκλειστικά στις πιο ακραίες του μορφές (refusal to deal). Όπως έχει ήδη προαναφερθεί, το margin squeeze εφαρμόζεται από κάθετα οργανωμένες επιχειρήσεις οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην πάνω αγορά, με σκοπό να αποτρέψουν τους ανταγωνιστές τους στην κάτω αγορά από το να εξασφαλίζουν ένα βιώσιμο περιθώριο κέρδους (price-cost margin). Η κύρια στρατηγική του λοιπόν στηρίζεται στην αύξηση του κόστους του ανταγωνιστή ή/και τη μείωση των εσόδων του και επιτυγχάνεται θέτοντας υψηλή τιμή για μία βασική εισροή ή essential facility την οποία μόνο η dominant επιχείρηση της πάνω αγοράς είναι σε θέση να προμηθεύσει, ή/και θέτοντας ληστρική τιμή για το προϊόν της κάτω αγοράς (predatory pricing στην downstream market). Σε κάθε περίπτωση, είτε η στρατηγική εφαρμόζεται στην τιμή του προϊόντος της πάνω, είτε της κάτω αγοράς, αποτρέπει έναν equally efficient competitor στην κάτω αγορά από την επίτευξη κέρδους. Το αποτέλεσμα είναι η έξοδος όλων ή κάποιων ανταγωνιστών από την αγορά ή η παραμονή τους στην αγορά σε πολύ οριακά επίπεδα και με αποδυναμωμένη ανταγωνιστικότητα.

Παρακάτω αναλύονται οι διαφορετικοί τύποι margin squeeze όπως έχουν παρατεθεί από τους Robert O’Donoghue και Jorge Padilla στο βιβλίο τους “The law and economics of Article 82”.

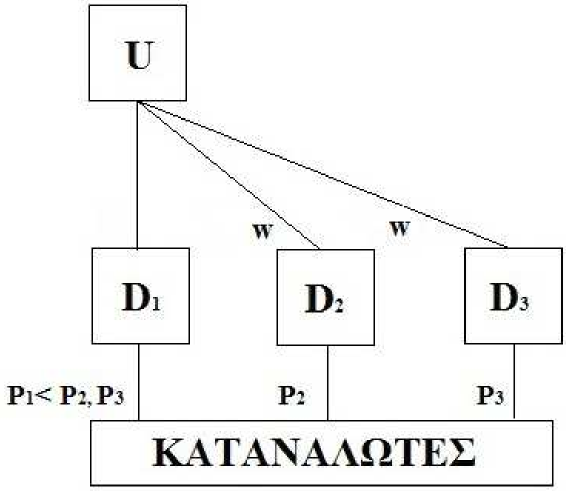
1. Σύμφωνα με τον πρώτο τύπο το περιθώριο μεταξύ της τιμής χονδρικής της εισροής και της τιμής λιανικής του τελικού προϊόντος συμπιέζεται αυξάνοντας την τιμή της βασικής εισροής ή την τιμή πρόσβασης σε μία essential facility. Ουσιαστικά πρόκειται για μία αύξηση του κόστους παραγωγής των ανταγωνιστών. Είναι προφανές, βέβαια, ότι για την ίδια τη dominant επιχείρηση που ασκεί την πρακτική, το κόστος απόκτησης της βασικής εισροής στην downstream παραγωγή είναι το οριακό κόστος παραγωγής της στο upstream επίπεδο. Σε μία πιο ακραία μορφή μπορεί να υπάρξει άρνηση πρόσβασης στην essential facility ή άρνηση πώλησης της εισροής. Σε αυτή την περίπτωση η πρακτική ισοδυναμεί με refusal to deal και οδηγεί αυτόματα σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την κάτω αγορά (κάθετος αποκλεισμός). Αυτός ο τύπος margin squeeze μπορεί να αποδοθεί σχηματικά ως εξής:



Ως U και D_1 απεικονίζεται η ηγέτιδα επιχείρηση στην upstream και downstream market αντίστοιχα και ως D_2 και D_3 οι ανταγωνιστές της στην downstream market η οποία εμφανίζεται ολιγοπωλιακή. Το κόστος της βασικής εισροής για την U ισούται με το οριακό κόστος παραγωγής της c, ενώ οι D_1 και D_2 χρεώνονται τιμή $w>c$ για την ίδια εισροή. Υποθέτοντας ότι όλες η επιχειρήσεις της D-mkt (downstream market) έχουν πρόσβαση στην βασική εισροή ή την essential facility σε ίσους όρους, τότε η τιμή ισορροπίας του προϊόντος που παράγουν διαμορφώνεται σε ολιγοπωλιακά επίπεδα αναλόγως του αν ανταγωνίζονται σε τιμές ή ποσότητες. Θα παρατηρούσαμε λοιπόν τιμή και κέρδος ισορροπίας Cournot-Nash, Bertrand ή Stackelberg αν η D_1 είναι σε θέση να ασκήσει ηγεσία τιμής. Όμως, με μία τιμή w μεγαλύτερη ή ίση της τιμής ισορροπίας στην κάτω αγορά, οι επιχειρήσεις D_1 και D_2 εμφανίζουν μηδενικά ή και αρνητικά κέρδη.

Το γεγονός αυτό θα οδηγήσει όλες ή κάποιες από αυτές σε έξοδο από τον κλάδο, στον οποίο η ένταση του ανταγωνισμού θα μειωθεί. Αυτού του τύπου η εφαρμογή του margin squeeze, λοιπόν, δημιουργεί μία σημαντική ασυμμετρία κόστους παραγωγής στην D-mkt. Η D_1 θα είναι σε θέση να αυξήσει το μερίδιο και τα κέρδη της τα οποία μπορεί να φτάσουν και τα μονοπωλιακά αν καταφέρει να αποκλείσει όλους τους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά. Σύμφωνα με την ακραία περίπτωση της καθολικής άρνησης πρόσβασης στην ουσιώδη εισροή, η D_1 καθίσταται αυτομάτως μονοπώλιο στην κάτω αγορά καθώς είναι η μόνη που δύναται να παράξει το προϊόν.

2. Ο δεύτερος τύπος margin squeeze εμφανίζει πολλές ομοιότητες με την πρακτική της επιθετικής ή ληστρικής τιμολόγησης (predatory pricing). Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση που την εφαρμόζει μειώνει την τιμή πώλησης του προϊόντος της στην κάτω αγορά. Οι ανταγωνιστές της θα ακολουθήσουν μειώνοντας και εκείνοι με τη σειρά τους την τιμή του προϊόντος τους, έτσι ώστε να μην χάσουν σε μεγάλο βαθμό τα μερίδια τους. Η λογική αυτού του τύπου margin squeeze μπορεί να εκφραστεί απλά ως εξής : «τιμή στην D-mkt – κόστος στην D-mkt < τιμή βασικής εισροής = συμπίεση περιθωρίου κέρδους». Ουσιαστικά, λοιπόν, η επιχείρηση που κάνει κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της τιμολογεί κάτω του κόστους στη κάτω αγορά συμπιέζοντας τους ανταγωνιστές, οι οποίοι μπορεί να οδηγηθούν σε έξοδο από αυτή. Σχηματικά, η πρακτική μπορεί να απεικονιστεί ως εξής:



Η επιχείρηση που εξασκεί την πρακτική (**U**) παράγει τη βασική εισροή στην πάνω αγορά και την προμηθεύει στους ανταγωνιστές στην κάτω αγορά σε τιμή **w**. Η ίδια επιχείρηση είναι κάθετα οργανωμένη και δραστηριοποιείται και στην κάτω αγορά (**D_1**) η οποία στην προκειμένη περίπτωση απεικονίζεται ως μονοπώλιο με 3 επιχειρήσεις. Η τιμή που θέτει αρχικά η **D_1** είναι χαμηλότερη από την τιμή ισορροπίας που διαμορφώνεται από ένα παίγνιο ολιγοπωλίου. Στις επόμενες περιόδους οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις **D_2** και **D_3** θα τη μιμηθούν χαμηλώνοντας τις τιμές τους σε επίπεδο **P_1**. Αυτός ο πόλεμος τιμών έχει ως αποτέλεσμα τη συμπίεση του price-cost margin των ανταγωνιστών, δεδομένου ότι οι τελευταίοι προμηθεύονται τη βασική εισροή τους σε τιμή **w** από την **U** σε αντίθεση με την **D_1** η οποία ουσιαστικά παράγει την εισροή στο επάνω στάδιο της παραγωγικής αλυσίδας, επομένως την προμηθεύεται στο κόστος της.

Για να συγκεκριμενοποιηθεί η παρούσα ανάλυση και να γίνει πιο ακριβής, θα πρέπει να διαχωριστεί αυτός ο τύπος margin squeeze σε δύο υποπεριπτώσεις:

i.) Στην πρώτη υποπερίπτωση οι επιχειρήσεις της κάτω αγοράς **D_1**, **D_2** και **D_3** έχουν πρόσβαση στην βασική εισροή ή στην essential facility σε ίσους όρους, δηλαδή σε τιμή κόστους. Κάτι τέτοιο δεν φαίνεται αρχικά ορθολογικό εφόσον έχουμε υποθέσει ότι η **U** στην πάνω αγορά αποτελεί μονοπώλιο, επομένως δεν θα θέσει ανταγωνιστική τιμή στο προϊόν της. Το γεγονός αυτό όμως μπορεί να αποτελεί αποτέλεσμα ρυθμιστικής πολιτικής στην πάνω αγορά. Στην περίπτωση αυτή λοιπόν υποθέτοντας και συμμετρία στην κάτω αγορά, οι επιχειρήσεις λειτουργούν κάτω από τις ίδιες συνθήκες κόστους.

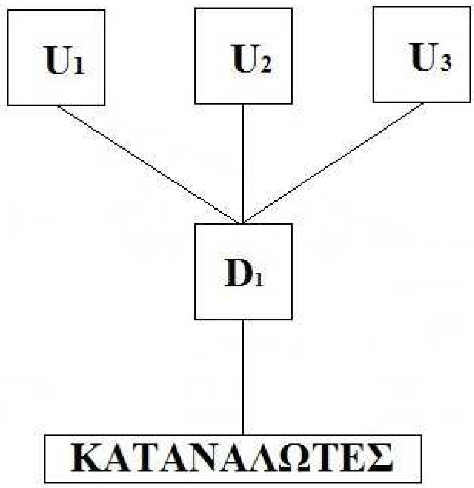
Η **D1** έχοντας ως σκοπό τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών στην D-mkt μπορεί να θέσει τιμή για το προϊόν της χαμηλότερη του οριακού ή του μέσου αποφευκταίου κόστους της πραγματοποιώντας βραχυχρόνιες ζημιές τις οποίες θα αντισταθμίσει μελλοντικά όταν οι ανταγωνιστές θα εξέλθουν από την αγορά μη μπορώντας να ανταποκριθούν στις αντίστοιχες δικές τους ζημιές. Η επιχείρηση λοιπόν πραγματοποιεί predatory pricing αναμένοντας να κάνει recoupment όταν απομείνει στην κάτω αγορά ως μονοπώλιο. Βέβαια εδώ διευκρινίζεται ότι θα πρέπει να ισχύουν στην κάτω αγορά οι συνθήκες που καθιστούν την επιθετική τιμολόγηση ορθολογική. Συγκεκριμένα θα πρέπει η **D1** να κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, να έχει πλεονάζουσα παραγωγικότητα (excess capacity) ώστε να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση, να έχει κεφαλαιακά αποθέματα (deep pocket) για να επιβιώσει κατά την περίοδο των ζημιών, τα εμπόδια εισόδου στην κάτω αγορά να είναι υψηλά και να υπάρχει ασύμμετρη πληροφόρηση στις κεφαλαιαγορές ώστε η πρόσβαση των ανταγωνιστών στο δανεισμό να μην είναι ευνοϊκή.

ii.) Στη δεύτερη υποπερίπτωση η **U** θέτει υψηλή (μονοπωλιακή) τιμή **w** για τη βασική εισροή που παράγεται στην πάνω αγορά ή για την πρόσβαση στην essential facility την οποία κατέχει ενώ η ίδια την προμηθεύεται σε τιμή κόστους όπως αναφέρθηκε πιο πάνω. Ταυτόχρονα, προκύπτει ότι στην κάτω αγορά το κόστος παραγωγής της **D1** είναι χαμηλότερο , δημιουργείται δηλαδή μία ασυμμετρία, η οποία της δίνει τη δυνατότητα να θέσει στο προϊόν της κάτω αγοράς μία τιμή υψηλότερη του δικού της κόστους αλλά χαμηλότερη του κόστους των ανταγωνιστών της.

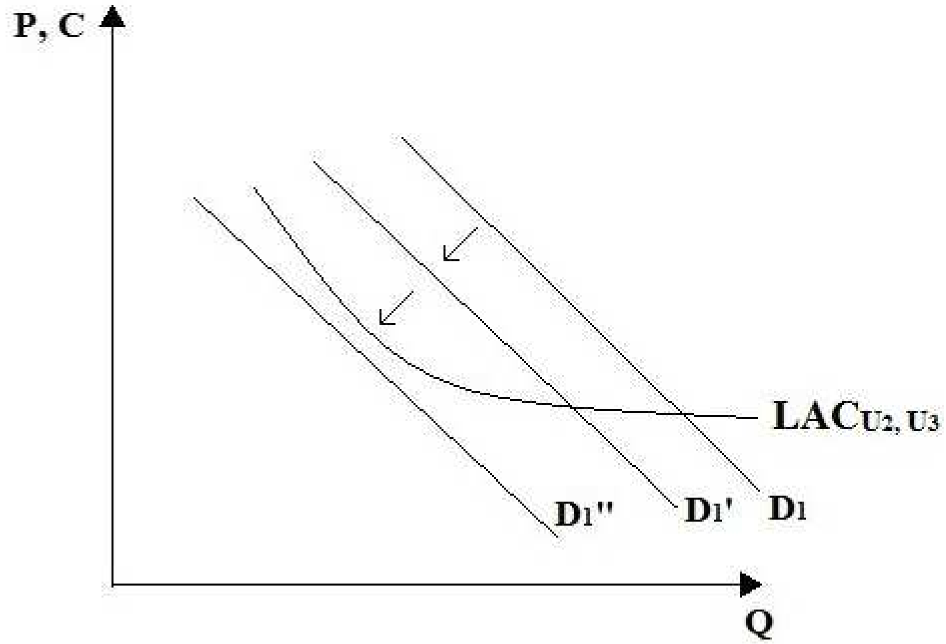
Έτσι, οι **D1** και **D2** χάνουν το μερίδιο τους, οι τελευταίοι εξέρχονται από την αγορά και η **D1** έχει κατορθώσει να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της πραγματοποιώντας μονοπωλιακά κέρδη στην κάτω αγορά. Βεβαίως όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν ότι η **D1** κατέχει στην D-mkt δεσπόζουσα θέση. Πρόκειται λοιπόν για έναν συνδυασμό του τύπου 1 με την πρακτική της επιθετικής ή ληστρικής τιμολόγησης.

Οι δύο παραπάνω τύποι margin squeeze ακολουθούν κατά βάση τη λογική του αποκλεισμού των ανταγωνιστών από τη βασική τους εισροή (input foreclosure) ή έστω την προμήθεια της εισροής σε όρους μη-ευνοϊκούς. Παρακάτω θα αναλυθεί ένας τρίτος τύπος που αφορά σε margin/price squeeze με output foreclosure:

3. Έστω ότι η πάνω αγορά αυτή τη φορά δεν είναι μονοπώλιο της **U**, αλλά είναι ολιγοπωλιακή. Στην κάτω αγορά δυνητικά υπάρχει ανταγωνισμός ο οποίος όμως δεν είναι ισχυρός και η $\mathbf{D_1}$ είναι η dominant firm. Σχηματικά για χάρη απλούστευσης θα θεωρήσουμε ότι η κάτω αγορά είναι μονοπώλιο:



Συγκεκριμένα η πάνω αγορά είναι ολιγοπώλιο με τρεις επιχειρήσεις και παράγει τη βασική εισροή για την κάτω αγορά. Η επιχείρηση που εξασκεί margin squeeze είναι κάθετα οργανωμένη ($\mathbf{U_1}$ στην πάνω αγορά και $\mathbf{D_1}$ στην κάτω αγορά). Η $\mathbf{D_1}$ μπορεί να μειώσει τις ποσότητες της βασικής εισροής που προμηθεύεται από τους ανταγωνιστές της στην U-mkt, δηλαδή να μειώσει τη ζήτηση τους συμπιέζοντας τους. Σε μια πιο ακραία περίπτωση παύει εντελώς να αγοράζει την εισροή από τις $\mathbf{U_2}$ και $\mathbf{U_3}$ και τις αποκλείει αυτόματα μένοντας μονοπώλιο και στην πάνω αγορά. Τα αποτελέσματα της πρακτικής φαίνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Βλέπουμε ότι καθώς η επιχείρηση στην κάτω αγορά μειώνει τις ποσότητες της βασικής εισροής που αγοράζει από τους ανταγωνιστές της στην πάνω αγορά, μετακινεί την καμπύλη ζήτησης τους προς τα αριστερά από **D_1** σε **D_1'** κάνοντας partial foreclosure**.** Αν η ζήτηση φτάσει σε επίπεδα **D_1''** , δηλαδή κάτω από το μακροχρόνιο μέσο κόστος των ανταγωνιστών **U_2** και **U_3** τότε υφίσταται complete foreclosure και οι ανταγωνιστές εξέρχονται από την αγορά.

2. Σχολή του Chicago και Margin Squeeze

Η σχολή του Chicago ανέπτυξε τη σκέψη της κατά τις δεκαετίες 1960 και 1970 και ασκώντας σημαντική επιρροή στην σύγχρονη ανάλυση των antitrust και έθεσε νέες βάσεις στην αντιμετώπιση των πρακτικών εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης από τις επιχειρήσεις. Το διάσημο “single monopoly profit theorem” κλονίζει την ορθολογικότητα της εφαρμογής πρακτικών, όπως το margin squeeze, των οποίων η στρατηγική αποσκοπεί σε αποκλεισμό ανταγωνιστών σε διαφορετικά επίπεδα μιας κάθετης αλυσίδας παραγωγής, άρα προϋποθέτει την κάθετη ολοκλήρωση.

Πιο συγκεκριμένα, το single monopoly profit theorem υποστηρίζει πως μία επιχείρηση που αποτελεί μονοπώλιο σε ένα επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας δεν έχει κίνητρο να προχωρήσει σε κάθετη ολοκλήρωση. Η επιχείρηση είναι σε θέση να αποκομίσει μονοπωλιακά κέρδη θέτοντας μονοπωλιακή τιμή στο προϊόν της, το οποίο προμηθεύει στο κατώτερο στάδιο της αλυσίδας. Ταυτόχρονα, είναι συμφέρον για την επιχείρηση αυτή να υφίσταται όσο το δυνατόν πιο έντονος ανταγωνισμός στα κατώτερα επίπεδα της παραγωγής ώστε η τιμή του τελικού προϊόντος να είναι χαμηλή και οι πωλήσεις να είναι αυξημένες. Με τον τρόπο αυτό, το μονοπωλιακό κέρδος που η επιχείρηση αποκομίζει μεγιστοποιείται.

Το συμπέρασμα του θεωρήματος αυτού είναι ότι η επιχείρηση δεν έχει το κίνητρο να ολοκληρωθεί κάθετα και να μονοπωλήσει ανταγωνιστικά κατώτερα επίπεδα της παραγωγής, αφού δεν πρόκειται με τον τρόπο αυτό να αποκομίσει περισσότερο κέρδος από την περίπτωση που απλώς μονοπωλεί ένα επίπεδο. Είναι προφανές σύμφωνα με τα παραπάνω το ότι η λογική του single monopoly profit theorem καθιστά την εφαρμογή του margin squeeze μη- ορθολογική, αφού η μονοπωλιακή επιχείρηση της πάνω αγοράς δεν χρειάζεται να δραστηριοποιηθεί στην κάτω αγορά – και μάλιστα αποκλείοντας τους ανταγωνιστές – ώστε να μεγιστοποιήσει το δικό της κέρδος.

Εξειδικεύοντας περεταίρω την παραπάνω σκέψη, το single monopoly profit theorem υποδεικνύει πως στην περίπτωση που η επιχείρηση δραστηριοποιείται στην πάνω και στην κάτω αγορά όντας μονοπώλιο στην πάνω αγορά, θα μεγιστοποιήσει το κέρδος της αν η downstream market είναι τελείως ανταγωνιστική. Όσο μεγαλύτερη η ένταση του ανταγωνισμού στην κάτω αγορά, τόσο μεγαλύτερα είναι και τα κέρδη που προκύπτουν για το μονοπώλιο της upstream market. Το συμπέρασμα αυτό αντιβαίνει στη λογική του margin squeeze η οποία ορίζει πως η επιχείρηση θα επιδιώξει να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά, μειώνοντας έτσι τον ανταγωνισμό σε αυτή και αυξάνοντας το μερίδιο της, γεγονός που θα οδηγήσει σε αύξηση της τιμής του τελικού προϊόντος και συνεπώς σε μείωση του συνόλου των πωλήσεων.

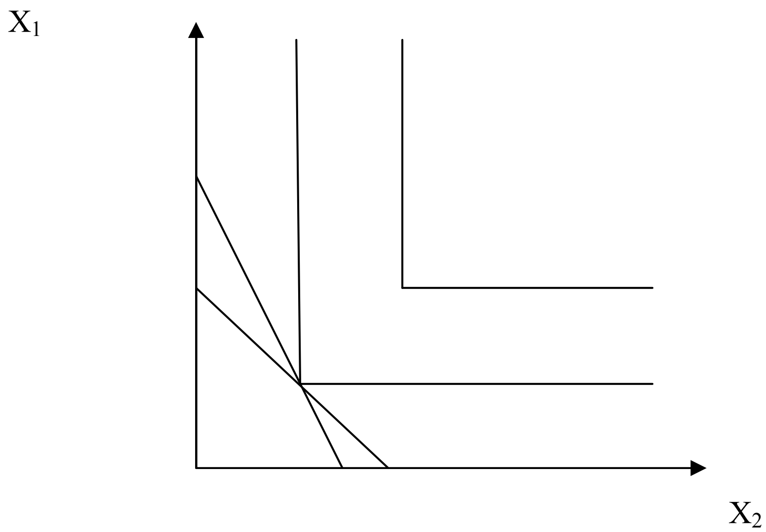
Οι Pietro Crocioni και Cento Veljanovski στο άρθρο τους "Price Squeezes, Foreclosure and Competition Law" αναφέρουν πως σύμφωνα με τη θεωρία του Chicago ένας μονοπωλητής θα εκμεταλλευτεί τη δύναμη του στην πάνω αγορά χωρίς να αποκλείσει τον ανταγωνισμό στην κάτω αγορά, ακόμα και στην περίπτωση που οι ανταγωνιστές του είναι περισσότερο αποτελεσματικοί από τον ίδιο στην downstream market. Σε μία τέτοια κατάσταση δεν είναι επικερδής η αύξηση της τιμής της βασικής εισροής σε αποκλειστικά για τους ανταγωνιστές επίπεδα. Αντί αυτού, η στρατηγική που θα μεγιστοποιήσει τα κέρδη του upstream μονοπωλητή απαιτεί την εκμετάλλευση της ανώτερης αποτελεσματικότητας των ανταγωνιστών θέτοντας τιμή πάνω από το δικό του “profit-maximizing” επίπεδο. Η συμπίεση των τιμών η οποία προκύπτει δεν τους οδηγεί σε έξοδο από την κάτω αγορά, επομένως δεν παραβιάζονται οι όροι του Άρθρου 102.

Οι υποθέσεις του single monopoly profit theorem ήταν αρκετά ευρείες με αποτέλεσμα η ισχύς τους να αρχίσει να αμφισβητείται από αρκετούς επιστήμονες στις αρχές της δεκαετίας του 1980. Για παράδειγμα, αναπτύχθηκαν υποδείγματα τα οποία κάτω από συγκεκριμένες υποθέσεις αποδεικνύουν πως ένα μονοπώλιο έχει κίνητρο να κάνει tying το προϊόν του σε secondary αγορές ώστε να εξαλείψει τον ανταγωνισμό στις αγορές αυτές και να μοχλεύσει τη μονοπωλιακή του δύναμη. Σε πολλά άρθρα παρουσιάζονται κάποια σύνολα υποθέσεων σύμφωνα με τα οποία dominant επιχειρήσεις έχουν τόσο το κίνητρο, όσο και τη δυνατότητα να αποκλείσουν τον ανταγωνισμό σε secondary αγορές είτε για να αποκομίσουν μονοπωλιακό κέρδος , είτε για να προστατέψουν τη μονοπωλιακή τους δύναμη στις primary αγορές. Αυτά τα μοντέλα βασίστηκαν κατά κύριο λόγο στη θεωρία παιγνίων και έθεσαν τη βάση για το λεγόμενο Post- Chicago Thinking , το οποίο απέδειξε το κίνητρο για την εφαρμογή πρακτικών αποκλεισμού που συνδέονται με την κάθετη ολοκλήρωση και εξήγησε την ορθολογικότητα τους.

2.1. Κριτική της σχολής του Chicago

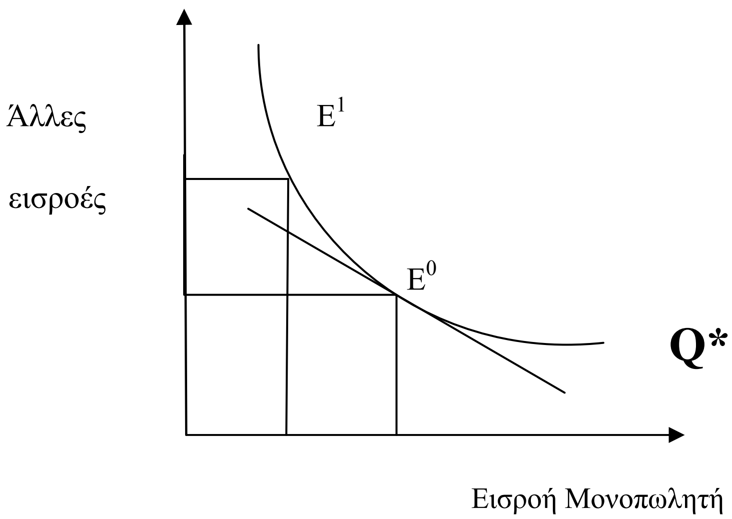
Η προαναφερθείσα σύγχρονη βιβλιογραφία δέχεται τα συμπεράσματα της σχολής του Chicago, αλλά επιχειρεί να χαλαρώσει τις υποθέσεις από τις οποίες έχουν προκύψει, δηλαδή το ότι η downstream market είναι τέλεια ανταγωνιστική χωρίς εμπόδια εισόδου (και εξόδου) και το ότι υφίσταται αυστηρή συμπληρωματικότητα των εισροών της πάνω και της κάτω αγοράς.

Η αυστηρή συμπληρωματικότητα αναφέρεται στο γεγονός ότι οι εισροές χρησιμοποιούνται σε σταθερές αναλογίες κατά τη διαδικασία παραγωγής, άρα η ποσότητα της εισροής που χρησιμοποιείται για την παραγωγή μίας μονάδας προϊόντος δεν μπορεί να μεταβληθεί σε περίπτωση αύξησης της τιμής της εισροής, όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα:



Αν X_1 είναι η εισροή του μονοπωλητή και X_2 άλλες εισροές, τότε βλέπουμε ότι μία αύξηση της τιμής της X_1 δεν είναι δυνατόν να οδηγήσει σε υποκατάστασή της με τη X_2.

Αντίθετα, αν οι εισροές δεν είναι αυστηρά συμπληρωματικές, τότε ένας upstream προμηθευτής χάνει τη δύναμη αγοράς του αυξάνοντας την τιμή του, αφού οι downstream παραγωγοί είναι σε θέση να μειώσουν την ποσότητα της συγκεκριμένης εισροής που χρησιμοποιούν υποκαθιστώντας την με άλλες εισροές για την παραγωγή ποσότητας Q* και οδηγούμαστε στη νέα ισορροπία E^1 όπως βλέπουμε στο επόμενο σχήμα:



Τα συμπεράσματα του διάσημου single monopoly profit theorem της σχολής του Chicago κλονίζονται στις τρεις περιπτώσεις που αναλύονται παρακάτω, στις οποίες η πρακτική του margin squeeze καθίσταται ορθολογική και επικερδής:

i.) <u>Η downstream market χαρακτηρίζεται από ατελή ανταγωνισμό</u>

Η συμπίεση του περιθωρίου μεταξύ της τιμής χονδρικής και λιανικής είναι επικερδής για μία κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, όταν η downstream market είναι ολιγοπώλιο. Σημειώνεται ότι στην περίπτωση που η upstream και η downstream market παρουσιάζουν υψηλή συγκέντρωση, η κάθετη ολοκλήρωση αυξάνει την οικονομική ευημερία. Συγκεκριμένα, αν η πάνω αγορά είναι μονοπώλιο και η κάτω αγορά είναι ολιγοπώλιο (ενώ το μονοπώλιο της πάνω αγοράς δεν δραστηριοποιείται και στην κάτω), η upstream επιχείρηση θα θέσει μονοπωλιακή τιμή για το προϊόν της η οποία θα μεταφραστεί ως κόστος για τις downstream επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό θα οδηγήσει σε “double marginalization” έχοντας ως αποτέλεσμα μία τιμή υψηλότερη της μονοπωλιακής για το τελικό προϊόν. Η παρουσία της κάθετης ολοκλήρωσης, όμως, θα διατηρήσει την τιμή αυτή σε επίπεδα κατώτερα του μονοπωλιακού. Η απόφαση της επιχείρησης να αυξήσει την τιμή της εισροής ή της essential facility έχει δύο συνδυαστικές επιδράσεις στα κέρδη της τα οποία προκύπτουν από τη δραστηριότητα της τόσο στην πάνω όσο και στην κάτω αγορά.

- Η αύξηση στην τιμή της εισροής είναι πιθανό να αυξήσει το downstream κέρδος της. Αυτό συμβαίνει διότι το κόστος των downstream ανταγωνιστών της αυξάνεται και οι τελευταίοι μειώνουν το output τους με αποτέλεσμα η τιμή του προϊόντος να αυξάνεται. Αυτό είναι γεγονός αν υποτεθεί ότι οι κάτω επιχειρήσεις ανταγωνίζονται a la Cournot παράγοντας ένα ομοιογενές αγαθό. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η αύξηση στο κόστος εκτός από εξωγενής για τον κλάδο της downstream αγοράς είναι και ασυμμετρική, δηλαδή την υφίστανται μόνο οι ανταγωνιστές ως μέρος της πρακτικής του margin squeeze, η επιχείρηση που ασκεί την πρακτική επωφελείται. Η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση αποκτά υψηλότερο μερίδιο στην κάτω αγορά και τα περιθώρια κέρδους της σε κάθε επίπεδο της κάθετης αλυσίδας είναι μεγαλύτερα. Αυτό συμβαίνει διότι το downstream κόστος της παραμένει το ίδιο, ενώ η τιμή του downstream προϊόντος έχει αυξηθεί. Παρ’ όλα αυτά, επειδή η αύξηση αυτή μειώνει το συνολικό downstream output, είναι ασαφές αν το downstream output της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης αυξάνεται.

- Ο αντίκτυπος της πώλησης της εισροής στους ανταγωνιστές στην upstream κερδοφορία της επιχείρησης δεν είναι ξεκάθαρος. Ωστόσο, οι S. King και R. Maddock ("Imputation rules and the regulation of anticompetitive behavior in Telecommunications" – 1999) δείχνουν πως αν η κάτω αγορά χαρακτηρίζεται από ανταγωνισμό a la Cournot με ομοιογενές προϊόν, τότε η καθετοποιημένη επιχείρηση έχει πάντα το κίνητρο να αυξήσει την τιμή της εισροής συμπιέζοντας το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών. Υπάρχει ένας περιορισμός σε επιχειρήματα του Post Chicago thinking όπως αυτό, ο οποίος αφορά στο βαθμό διαφοροποίησης του προϊόντος που παράγεται στην κάτω αγορά στην περίπτωση που αυτό δεν είναι τελείως ομοιογενές. Σε γενικά πλαίσια το κίνητρο για margin squeeze μειώνεται όσο η διαφοροποίηση αυξάνεται, γεγονός που θα αναλυθεί εκτενέστερα σε επόμενη ενότητα.

Οι τρείς τύποι margin squeeze είναι υποκατάστατοι τρόποι αποκλεισμού των ανταγωνιστών για την επιχείρηση που εφαρμόζει την πρακτική, αλλά η ελκυστικότητα του κάθε τύπου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες. Η συμπίεση περιθωρίου κέρδους μέσω αύξησης της τιμής της εισροής ενέχει λιγότερο κόστος από την μείωση της τιμής του τελικού προϊόντος. Αυτό συμβαίνει διότι η επίπτωση της αύξησης της τιμής της εισροής στο συνολικό κέρδος, αν και ασαφής, μπορεί να είναι θετική. Αντιθέτως, η μείωση της τιμής του downstream output είναι πιθανό στις περισσότερες περιπτώσεις να μειώσει τα συνολικά κέρδη της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης. Επιπλέον το κόστος της δεύτερης στρατηγικής αυξάνει αναλογικά με το μερίδιο που κατέχει η επιχείρηση στην κάτω αγορά. Συνοψίζοντας, η σύγχρονη οικονομική βιβλιογραφία συμφωνεί πως η πρακτική του margin squeeze είναι απίθανο να παρατηρηθεί στις περιπτώσεις που η κάτω αγορά είναι ανταγωνιστική, παρ' όλα αυτά υπό συνθήκες ατελούς ανταγωνισμού είναι και ορθολογική και επικερδής αντίθετα με τις πεποιθήσεις της Σχολής του Chicago.

ii.) Προστασία μονοπωλιακής δύναμης στην πάνω αγορά:

Η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση μπορεί να αντιμετωπίσει απειλή εισόδου στην πάνω αγορά από κάποιος εκ των ανταγωνιστών της στην κάτω αγορά. Σε μία τέτοια περίπτωση είναι ορθολογικό το να τους αποκλείσει από την downstream market και να προστατέψει έτσι τη δύναμη του στην upstream market μη επιτρέποντας τους να προχωρήσουν σε αντίστροφη ολοκλήρωση του.

iii.) Restoring monopoly power (commitment problem):

Ορισμένες φορές είναι δύσκολο για τον μονοπωλητή να επωφεληθεί της δύναμής του στην πάνω αγορά. Ένα τυπικό παράδειγμα είναι η περίπτωση των διαρκών αγαθών (Coase). Σε τέτοιες περιπτώσεις η κάθετη ολοκλήρωση και ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών είναι συμφέρουσα στρατηγική σε αντίθεση με την επιχειρηματολογία της Σχολής του Chicago.

3. Οικονομικές συνθήκες για margin squeeze

Σκοπός της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους είναι ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών από μία downstream market. Ο αποκλεισμός αυτός μπορεί να είναι πλήρης, οδηγώντας τους ανταγωνιστές σε έξοδο από την αγορά, ή μερικός και στην περίπτωση αυτή η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση αρκείται σε περιορισμό της εκροής των ανταγωνιστών και αύξηση του μεριδίου της στην κάτω αγορά. Η οικονομική θεωρία βοηθά στον προσδιορισμό κάποιων βασικών οικονομικών συνθηκών που καθιστούν το margin squeeze τόσο εφικτό, όσο και επικερδές. Οι ελάχιστες απαιτούμενες προϋποθέσεις είναι οι εξής, όπως αποδίδονται από τους Jorge Padilla και Robert O’ Donoghue (The law and economics of Article 82 EC):

i.) **Σημαντική δύναμη στην upstream market:** Τυπικά, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση πρέπει να είναι dominant στην πάνω αγορά γεγονός που προκύπτει από το ότι προμηθεύει μία βασική για την κάτω αγορά εισροή ή μία essential facility. Μία τέτοια εισροή θα πρέπει να μην έχει καλά υποκατάστατα, ούτε να μπορεί να αναπαραχθεί άμεσα και σε χαμηλό κόστος από άλλες επιχειρήσεις. Η απουσία σημαντικής δύναμης στην πάνω αγορά καθιστά την πρακτική της συμπίεσης τιμών ανέφικτη, αφού στην περίπτωση αυτή οι επιχειρήσεις μπορούν να προμηθευτούν την εισροή από άλλες ανταγωνίστριες upstream firms.

ii.) **Ένας βαθμός δύναμης στην downstream market:** Εκτός από την προαναφερθείσα σημαντική δύναμη στην πάνω αγορά, η επιχείρηση πρέπει να κατέχει και κάποια δύναμη στην κάτω αγορά προκειμένου να εφαρμόσει επιτυχώς την πρακτική του margin squeeze. Υπάρχουν κάποιες διαφωνίες σχετικά με το βαθμό της δύναμης αυτής. Οι οικονομολόγοι τείνουν να πιστεύουν πως απαιτείται δεσπόζουσα θέση και στην κάτω αγορά, αφού η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θα πρέπει να έχει ισχυρές προσδοκίες να αποκομίσει μεγάλο μέρος των πωλήσεων των εκτοπισμένων ανταγωνιστών της. Αν επιχείρηση δεν είναι dominant στην κάτω αγορά, οι ανταγωνιστές μπορεί για την ακρίβεια να επωφεληθούν από την πρακτική του margin squeeze περισσότερο από την επιχείρηση που την εφαρμόζει. Αυτό συμβαίνει διότι η τελευταία θα πρέπει να είναι σε θέση να ελέγχει το περιθώριο μεταξύ των τιμών χονδρικής και λιανικής. Μία υψηλή τιμή για την εισροή μπορεί να είναι αναποτελεσματικό εργαλείο για τη συμπίεση περιθωρίου κέρδους αν οι ανταγωνιστές στην κάτω αγορά είναι σε θέση να μεταφέρουν αυτό το κόστος στους καταναλωτές. Προκειμένου να αποτρέψει τη μεταφορά αυτή θα πρέπει η επιχείρηση να χρησιμοποιήσει τη δική της τιμή λιανικής και αυτό το επιτυγχάνει κατέχοντας υψηλή δύναμη στην κάτω αγορά.

iii.) **Εμπόδια εισόδου:** Τα εμπόδια εισόδου θα πρέπει να είναι υψηλά τόσο στην πάνω, όσο και στην κάτω αγορά. Έτσι διασφαλίζεται πως στην περίπτωση αύξησης της τιμής στην κάτω αγορά, άλλες επιχειρήσεις δεν θα έχουν τη δυνατότητα να εισέλθουν. Αυτό ισχύει ιδίως όταν λαμβάνει χώρα επιθετική τιμολόγηση στην κάτω αγορά και η επιχείρηση επιδιώκει να κάνει recoupment μετά την έξοδο των ανταγωνιστών της. Ισχύει όμως και στις περιπτώσεις που μία υψηλή τιμή της βασικής εισροής αυξάνει την τιμή του τελικού προϊόντος με αποτέλεσμα μία νεοεισερχόμενη downstream επιχείρηση να προμηθευτεί την εισροή από έναν ανώτερο upstream ανταγωνιστή. Τα εμπόδια εισόδου στην πάνω αγορά είναι απαραίτητα για την επιχείρηση, ώστε να επωφεληθεί των αποτελεσμάτων της πρακτικής του margin squeeze χωρίς να αντιμετωπίσει απειλή εισόδου στην upstream market.

iv.) **Ασυμμετρίες μεταξύ της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης και των ανταγωνιστών της:** Οι ασυμμετρίες γενικά είναι απαραίτητες ώστε μία επιθετική τιμολόγηση να καθίσταται ορθολογική. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση του margin squeeze. Αν υφίσταται συμμετρία στο κόστος και την τεχνολογία, τότε είναι δύσκολο για την κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση να πείσει τους ανταγωνιστές της πως η παραμονή τους στην αγορά είναι ζημιογόνος μακροχρόνια. Οι ασυμμετρίες μπορεί να αφορούν την πληροφόρηση και να δίνουν στην επιχείρηση τη δυνατότητα να δημιουργήσει φήμη επιθετικότητας ή να κάνει signalling of low cost, ή να της δίνουν τη δυνατότητα πρόσβασης στη χρηματοδότηση με ευνοϊκότερους όρους. Από την άλλη πλευρά, ασυμμετρίες στο κόστος, τα χρηματικά αποθέματα (deep pocket) και στην capacity των επιχειρήσεων είναι απαραίτητες ώστε η επιχείρηση που εφαρμόζει την πρακτική να μπορεί να ανταπεξέλθει στις ζημίες (όταν συμπιέζει τους ανταγωνιστές της τιμολογώντας επιθετικά downstream), να κάνει recoupment μετά την έξοδο των ανταγωνιστών της από την αγορά και να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση που θα αντιμετωπίσει εν τέλει.

4. Νομικές συνθήκες για margin squeeze

Σύμφωνα με τον ορισμό που έχει δοθεί για την πρακτική του margin squeeze και το σκοπό τον οποίο εξυπηρετεί, υπάρχει ένας ελάχιστος αριθμός βασικών νομικών συνθηκών που πρέπει να πληρούνται, ώστε οι Αρχές Ανταγωνισμού να κρίνουν πως μία επιχείρηση έχει προχωρήσει σε συμπίεση περιθωρίου τιμών. Στο κομμάτι αυτό θα αναλυθούν οι συγκεκριμένες συνθήκες όπως προκύπτουν από το Άρθρο 102. Είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ότι οι τελευταίες χρησιμοποιούνται από την Ευρωπαϊκή

Επιτροπή για την σαφή αναγνώριση υποθέσεων margin squeeze αλλά ταυτόχρονα αποτελούν και προϋποθέσεις που καθιστούν τις αποφάσεις των εκάστοτε επιχειρήσεων - όσον αφορά την υπό εξέταση πρακτική – ορθολογικές.

Συνθήκη 1. : Κάθετη ολοκλήρωση

Όπως έχει προαναφερθεί, η επιχείρηση είναι κάθετα ολοκληρωμένη και δραστηριοποιείται στην πάνω αγορά, όπου και κατέχει δεσπόζουσα θέση, προμηθεύοντας στην κάτω αγορά τόσο τη δική της παραγωγική δραστηριότητα όσο και εκείνη των ανταγωνιστών της. Με άλλα λόγια, οι ανταγωνιστές της επιχείρησης στην Downstream Market είναι ταυτόχρονα και πελάτες της στην Upstream Market. Δεν είναι δυνατόν να υφίσταται υπόθεση σύμφωνα με την οποία μία επιχείρηση κατηγορείται για margin squeeze αν η επιχείρηση αυτή δεν είναι ενεργή στην αγορά τόσο στην αγορά της εισροής, όσο και στην αγορά του τελικού προϊόντος.

Οι Jorge Padilla και Robert O'Donoghue παραθέτουν το εξής επιχείρημα για την κατανόηση του ρόλου της κάθετης ολοκλήρωσης στο margin squeeze: Το να αυξήσει μία επιχείρηση στην πάνω αγορά το κόστος των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του προϊόντος στην κάτω αγορά δεν σημαίνει ότι συμπιέζει το περιθώριο τιμών, από τη στιγμή που δεν δραστηριοποιείται στην τελευταία. Μία τέτοια ενέργεια λοιπόν, αν και επηρεάζει τη δυνατότητα της κάτω αγοράς να μετασχηματίσει τις πρώτες ύλες σε προϊόν, δεν αποτελεί υπόθεση margin squeeze. Η μόνη κατηγορία που μπορεί να βαρύνει την επιχείρηση στην περίπτωση αυτή είναι το γεγονός ότι η τιμή των πρώτων υλών με τις οποίες προμηθεύει την κάτω αγορά είναι υπερβολικά υψηλή και προκύπτει από εκμετάλλευση πιθανής μονοπωλιακής δύναμης, σύμφωνα με το Άρθρο 102.

Ουσιαστικά η κάθετη ολοκλήρωση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον ορισμό του margin squeeze, αφού μόνο μια καθετοποιημένη dominant επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αποσπά κέρδη τόσο από την πάνω όσο και από την κάτω αγορά και επομένως να διαφοροποιεί τις ενέργειες της σε σχέση με τους μη-καθετοποιημένους ανταγωνιστές της εφαρμόζοντας ένα είδος διακριτικής τιμολόγησης για τη βασική εισροή της D-mkt. Με άλλα λόγια η κάθετη ολοκλήρωση είναι εκείνη που δίνει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να ασκεί ένα είδος διακριτικής τιμολόγησης για τη βασική εισροή που παράγει ή την essential facility την οποία κατέχει, χρεώνοντας διαφορετική (υψηλότερη) τιμή στους μη-καθετοποιημένους ανταγωνιστές της.

Συνθήκη 2: Δεσπόζουσα θέση στην προσφορά μιας βασικής upstream εισροής

Η εισροή που προσφέρεται από την dominant πάνω επιχείρηση πρέπει να είναι απαραίτητη και δύσκολα υποκαταστάσιμη για την παραγωγή στην κάτω αγορά. Επιπλέον η καθετοποιημένη επιχείρηση θα πρέπει τουλάχιστον να κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά της εισροής, αν δεν αποτελεί μονοπώλιο. Αν οι downstream ανταγωνιστές μπορούν να βασιστούν σε εναλλακτικές τεχνολογίες ή υποκατάστατες εισροές, τότε θεωρείται πως δεν διατρέχουν κίνδυνο να πέσουν θύματα μιας κατάχρησης μέσω margin squeeze. Ένα τυπικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση National Carbonising όπου το National Coal Board είχε εικονικό μονοπώλιο στην προσφορά άνθρακα, πρώτη ύλη για την downstream παραγωγή κοκ, αφού η καταγγέλλουσα επιχείρηση μπορούσε να προμηθευτεί άνθρακα από τη Ρωσία, την Κίνα ή τη Νότιο Αμερική. Αντιθέτως, στην υπόθεση της Deutsche Telekom, δεν υπήρχε αποτελεσματικό υποκατάστατο για το δίκτυο τηλεπικοινωνιών του εν λόγω μονοπωλίου.

Για να υφίσταται συμπίεση περιθωρίου πρέπει επιπλέον η εισροή που προμηθεύει η καθετοποιημένη επιχείρηση να χρησιμοποιείται σε σταθερές αναλογίες και η αγορά της να αποτελεί ένα μεγάλο μέρος του συνολικού κόστους των downstream παραγωγών. Αν αποτελεί ένα σχετικά μικρό ποσοστό του κόστους ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μεταβλητές αναλογίες υποκαθιστάμενη από άλλες εισροές, τότε είναι αμφίβολο το επιχείρημα πως μία προφανής μειωμένη κερδοφορία των επιχειρήσεων της κάτω αγοράς οφείλεται σε margin squeeze της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης. Ένα παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση British Sugar/ Napier Brown όπου η βιομηχανική ζάχαρη συσκευαζόταν στην κάτω αγορά για να διοχετευτεί στους καταναλωτές, άρα αποτελούσε τη βασική εισροή και χρησιμοποιούνταν σε σταθερές αναλογίες για την παραγωγή του τελικού προϊόντος.

Συνθήκη 3: Οι τιμές της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση καθιστούν τις δραστηριότητες εξίσου αποτελεσματικών ανταγωνιστών αντιοικονομικές.

Το πιο σημαντικό στοιχείο σε υποθέσεις margin squeeze αποτελεί η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης. Για το λόγο αυτό απαιτείται προσεκτική επιλογή των νομικών τεστ που εξετάζουν αν η τιμή της βασικής εισροής, του τελικού προϊόντος, ή κάποιου συνδυασμού των δύο καθιστούν τη δραστηριότητα των ανταγωνιστών αντιοικονομική. Με τον όρο αντιοικονομική εννοείται η δραστηριότητα που είτε αποφέρει ζημίες, είτε δεν επαρκεί για την πραγματοποίηση ενός λογικού κέρδους. Το συνηθέστερο τεστ που χρησιμοποιείται εξετάζει αν η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδος στην περίπτωση που υφίσταται το ίδιο κόστος με τους ανταγωνιστές της για τη βασική εισροή στην κάτω αγορά. Στο σημείο αυτό προκύπτει το ζήτημα του αν θα πρέπει να εφαρμόζεται και κάποιο cost based τεστ ώστε να εξετάζεται αν ένας εξίσου αποτελεσματικός entrant μπορεί να πραγματοποιήσει κέρδος κάτω από τις ισχύουσες συνθήκες κόστους. Επιπλέον, πρέπει να προσδιοριστούν κάποια standards σχετικού κόστους για τις downstream δραστηριότητες της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση. Τέλος, πρέπει να διασφαλιστεί η συγκρισιμότητα των εισροών, του κόστους και των εσόδων του κατώτερου επιπέδου της κάθετης αλυσίδας παραγωγής. Τα διαφορετικά τεστ που χρησιμοποιούνται θα αναλυθούν διεξοδικά σε επόμενη ενότητα.

5. Κίνητρα για margin squeeze

Η συμπίεση περιθωρίου τιμών φαίνεται να είναι μία προφανής πρακτική αύξησης της κερδοφορίας για μία καθετοποιημένη επιχείρηση μέσω περιορισμού ή και αποκλεισμού του ανταγωνισμού στην κάτω αγορά. Παρ’ όλα αυτά τα κίνητρα εφαρμογής της πρακτικής επηρεάζονται από κάποιους παράγοντες που αφορούν τη δομή της αγοράς, τη φύση του προϊόντος και το είδος του ανταγωνισμού που επικρατεί τόσο στην upstream όσο και στη downstream market. Κάτω από ορισμένες συνθήκες είναι συμφέρον για την κάθετα οργανωμένη επιχείρηση να διατηρήσει τον ανταγωνισμό στην κάτω αγορά σε υψηλά επίπεδα. Οι συνθήκες αυτές αναλύθηκαν προηγουμένως κατά την παρουσίαση του single monopoly profit theorem σύμφωνα με τη Σχολή του Chicago. Η ανάλυση των κινήτρων για margin squeeze και η εξέταση τους στην πράξη είναι ένα βήμα εξέχουσας σημασίας για την Πολιτική Ανταγωνισμού. Πέρα από την οικονομικές συνθήκες οι οποίες όταν ισχύουν καθιστούν εφικτή, πιθανή και ορθολογική την εφαρμογή της πρακτικής συμπίεσης περιθωρίου τιμών, ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη στρατηγική της καθετοποιημένης επιχείρησης αφορά την ίδια τη φύση του τελικού προϊόντος ή – πιο γενικά- του προϊόντος που παράγεται στο κατώτερο επίπεδο της υπό εξέταση αλυσίδας παραγωγής. Όπως εξετάστηκε προηγουμένως αν στην κάτω αγορά υφίσταται ανταγωνισμός a la Cournot με ομοιογενές προϊόν η επιχείρηση έχει το κίνητρο να κάνει margin squeeze. Αν, όμως το προϊόν είναι διαφοροποιημένο, τότε το κίνητρο πρέπει να εξεταστεί υπό το πρίσμα της διαφοροποίησης αυτής. Το μοντέλο του ανταγωνισμού a la Cournot σε αυτή την περίπτωση είναι το εξής:

Έστω ότι υπάρχουν δύο επιχειρήσεις (Cournot δυοπώλιο) οι οποίες παράγουν διαφοροποιημένα προϊόντα. Η αντίστροφη συνάρτηση ζήτησης για κάθε προϊόν είναι: $p_i = a - q_i - sq_j$ όπου s είναι ο βαθμός υποκατάστασης μεταξύ των δύο προϊόντων ($0 \leq s \leq 1$) το ύψος του οποίου επηρεάζει εν τέλει και το κίνητρο για margin squeeze. Οι συναρτήσεις αντίδρασης των επιχειρήσεωνi και j είναι οι εξής: $q_i = \frac{a-sq_j-c}{2}$ και $q_j = \frac{a-sq_i-c}{2}$, όπου c το οριακό κόστος, κοινό και για τις δύο επιχειρήσεις.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες το βασικό ρόλο σχετικά με το αν η συμπίεση περιθωρίου κέρδους είναι συμφέρουσα παίζει η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς και η υποκατάσταση από πλευράς ζήτησης.

5.1. Διαφοροποιημένο προϊόν και υποκατάσταση ζήτησης

Σε γενικές γραμμές, όσο πιο διαφοροποιημένο είναι το προϊόν που παράγεται στην κάτω αγορά, δηλαδή όσο μικρότερος είναι ο βαθμός υποκατάστασης s, τόσο χαμηλότερο είναι το κίνητρο συμπίεσης περιθωρίου κέρδους από την κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση. Αυτό συμβαίνει για τον εξής λόγο. Όσο πιο διαφοροποιημένα είναι τα προϊόντα, τόσο πιο «ανεξάρτητη» είναι η ζήτηση τους. Αν τα προϊόντα είναι τελείως διαφοροποιημένα με βαθμό υποκατάστασης s=0, τότε το καθένα αντιμετωπίζει εντελώς διαφορετική ζήτηση.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση δεν έχει κίνητρο να κάνει margin squeeze αυξάνοντας την τιμή της εισροής σε επίπεδα τέτοια ώστε να οδηγήσει τους downstream ανταγωνιστές της σε έξοδο από την αγορά. Εφόσον το προϊόν της είναι πλήρως διαφοροποιημένο θεωρείται ότι είναι ήδη μονοπώλιο στην κάτω αγορά, στην προσφορά του δικού της προϊόντος. Τα προϊόντα των ανταγωνιστών της απευθύνονται σε διαφορετικές καταναλωτικές ανάγκες και επομένως έχουν διαφορετική συνάρτηση ζήτησης. Μετά την έξοδο των ανταγωνιστών από την αγορά, οι καταναλωτές δεν θα υποκαταστήσουν τα προϊόντα τους με το προϊόν της καθετοποιημένης επιχείρησης.

Με άλλα λόγια, το margin squeeze σε περίπτωση που η διαφοροποίηση των προϊόντων είναι υψηλή δεν πρόκειται να αποφέρει σημαντικό επιπλέον κέρδος για την επιχείρηση που θα ασκήσει την πρακτική. Μετά τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την downstream market, η επιχείρηση δε θα αποσπάσει τη ζήτηση των προϊόντων που οι τελευταίοι παρήγαγαν. Επομένως, όσο χαμηλότερη είναι η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς για το προϊόν που παράγει η καθετοποιημένη επιχείρηση και εκείνα που παράγουν οι ανταγωνιστές της, τόσο χαμηλότερο είναι και το κίνητρο της να συμπιέσει το περιθώριο κέρδους τους και να τους αποκλείσει από την αγορά.

5.2 Διαφοροποιημένο προϊόν και υποκατάσταση προσφοράς

Η μέχρι τώρα υπάρχουσα βιβλιογραφία δεν έχει εξετάσει το κίνητρο για margin squeeze σε περίπτωση διαφοροποιημένου downstream προϊόντος, όταν υπάρχει η δυνατότητα υποκατάστασης από πλευράς προσφοράς στην κάτω αγορά. Στο σημείο αυτό τονίζεται πως τα επιχειρήματα που θα αναλυθούν παρακάτω δεν προέρχονται από τη βιβλιογραφία, επομένως υφίσταται η πιθανότητα λάθους στη λογική που παραθέτω. Όπως αναλύθηκε προηγουμένως, όσο χαμηλότερος είναι ο βαθμός υποκατάστασης από πλευράς ζήτησης για τα downstream προϊόντα, τόσο χαμηλότερο είναι και το κίνητρο της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης να προχωρήσει σε συμπίεση περιθωρίου κέρδους των ανταγωνιστών της και να τους οδηγήσει σε έξοδο από την αγορά.

Σύμφωνα με τη θεωρία, όμως, δύο προϊόντα για τα οποία δεν υπάρχει υποκατάσταση ζήτησης μπορεί να ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά αν η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς είναι πολύ υψηλή. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναλυθεί το πώς προσδιορίζεται η υψηλή υποκαταστασιμότητα προσφοράς. Από τις Αρχές Ανταγωνισμού εφαρμόζεται το Almost Universal Supply Side Substitutability- Test (AUSS-test) . Έστω ότι στην περίπτωση της downstream market, X είναι η υποψήφια αγορά του προϊόντος της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης και Y τα προϊόντα των ανταγωνιστών της. Υπενθυμίζεται ότι τα προϊόντα είναι διαφοροποιημένα και αντιμετωπίζουν διαφορετική ζήτηση, επομένως αναμένεται ότι η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση δεν έχει κίνητρο να κάνει margin squeeze. Η λογική του AUSS-test βασίζεται στην ικανοποίηση των εξής κριτηρίων:

- Τα περιουσιακά στοιχεία για την παραγωγή του X και του Y, τόσο τα υλικά όσο και τα άυλα είναι κοινά.
- Η είσοδος του X στην αγορά του Y είναι τεχνολογικά εφικτή. Αν η τεχνολογία συμπεριληφθεί στα απαιτούμενα assets, τότε το κριτήριο αυτό συμπίπτει με το παραπάνω.
- Η είσοδος του προϊόντος X στην αγορά του Y θα πρέπει να είναι οικονομικά συμφέρουσα και να μπορεί να συμβεί άμεσα.
- Θα πρέπει να υπάρχει καθολικότητα στην είσοδο.
- Στην περίπτωση που απαιτείται η απόκτηση κάποιων περιουσιακών στοιχείων για την προσφορά των προϊόντων Y από την επιχείρηση που παράγει το X, τότε τα περιουσιακά στοιχεία αυτά θα πρέπει να μπορούν να αποκτηθούν γρήγορα. Επίσης θα πρέπει για το σκοπό αυτό να μην απαιτούνται μη-ανακτήσιμες δαπάνες (sunk costs).

Εξειδικεύοντας την εξέταση ύπαρξης δυνατότητας για υποκατάσταση που πλευράς προσφοράς σε μία περίπτωση margin squeeze μπορούμε να εξάγουμε κάποια σημαντικά συμπεράσματα. Η λογική της στρατηγικής συμπίεσης περιθωρίου κέρδους βασίζεται στο γεγονός πως ο μονοπωλητής (ή σχεδόν μονοπωλητής) της πάνω αγοράς κατέχει μία essential facility ή παράγει τη βασική εισροή που απαιτείται για την παραγωγή των προϊόντων στην κάτω αγορά. Το γεγονός αυτό από μόνο του καθιστά αρκετά πιθανή την ικανοποίηση πολλών από τα κριτήρια του AUSS-test.

Εφόσον η βασική εισροή για την παραγωγή των downstream προϊόντων είναι κοινή, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα η παραγωγική διαδικασία να είναι αρκετά παρεμφερής τεχνολογικά. Στην περίπτωση αυτή τα περιουσιακά στοιχεία που απαιτούνται είναι κατά ένα μεγάλο βαθμό κοινά. Επομένως και η είσοδος στην αγορά των προϊόντων

των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων είναι εφικτή. Στην περίπτωση του margin squeeze, αν η κάτω αγορά είναι ολιγοπώλιο, τότε η είσοδος είναι αναμφίβολα και συμφέρουσα όπως άλλωστε αναλύθηκε και σε προηγούμενες ενότητες σχετικά με την ορθολογικότητα της εφαρμογής της πρακτικής.

Αν η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση κατέχει μία essential facility, η πιθανότητα να ικανοποιούνται τα κριτήρια του AUSS-test είναι επίσης υψηλή. Για την κατανόηση του επιχειρήματος αυτού δίνεται το εξής παράδειγμα. Έστω ότι στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών, η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση κατέχει το δίκτυο χαλκού και χρεώνει την πρόσβαση των ανταγωνιστών της σε αυτό. Υποθέτουμε ότι στην κάτω αγορά η επιχείρηση προσφέρει υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας τοπικής εμβέλειας, ενώ οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις προσφέρουν πακέτα σταθερής τηλεφωνίας για ομιλία σε διάφορες χώρες του εξωτερικού. Τα προϊόντα είναι μεταξύ τους διαφοροποιημένα και το καθένα αντιμετωπίζει διαφορετική συνάρτηση ζήτησης. Από πλευράς ζήτησης η υποκατάσταση δεν είναι υψηλή. Αν ο προσδιορισμός του κίνητρου για margin squeeze γίνει λαμβάνοντας υπόψη μόνο την υποκατάσταση ζήτησης, τότε θα συμπεράνουμε πως η καθετοποιημένη επιχείρηση δεν θα αποκλείσει τους ανταγωνιστές της, αφού έπειτα δεν θα κατορθώσει να αποσπάσει τη ζήτηση τους και να αυξήσει τα κέρδη της.

Βλέπουμε όμως πως στην περίπτωση αυτή ικανοποιούνται τα κριτήρια του AUSS-test και η επιχείρηση είναι σε θέση να προσφέρει και πακέτα ομιλίας σε χώρες του εξωτερικού. Αν αποκλείσει τους ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά, η προσφορά των προϊόντων τους θα είναι καθολική, εφικτή τεχνολογικά, άμεση και επικερδής. Επιπλέον, από τη στιγμή που κατέχει το δίκτυο δεν απαιτούνται ιδιαίτερες περεταίρω μη-ανακτήσιμες δαπάνες. Η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αυξήσει το μερίδιο της ή και να μονοπωλήσει την κάτω αγορά, ενώ το γεγονός ότι τα προϊόντα στην τελευταία είναι διαφοροποιημένα δεν αποτελεί ουσιαστικό εμπόδιο. Επομένως με βάση αυτή τη λογική, θα πρέπει να εξετάζεται το κίνητρο της ΚΑΙ υπό το πρίσμα της υποκατάστασης από πλευράς προσφοράς για τα προϊόντα της downstream market. Με άλλα λόγια τα προϊόντα αν και διαφοροποιημένα αρκετά θα πρέπει να συναθροίζονται.

Η πλήρης ικανοποίηση των κριτηρίων που προσδιορίζουν αν η υποκατάσταση προσφοράς είναι υψηλή εξαρτάται από την περίπτωση. Αυτό που καθιστά την ικανοποίηση τους λογική και πιθανή σε περιπτώσεις margin squeeze είναι το ότι η βασική εισροή ή η essential facility της κάτω αγοράς είναι κοινή. Ακόμα όμως και αν το τεστ δεν ικανοποιείται απόλυτα, το κίνητρο για margin squeeze θα πρέπει να εξετάζεται διεξοδικά από την πλευρά της υποκατάστασης προσφοράς, ανεξάρτητα της διαφοροποίησης των προϊόντων. Εξάλλου, η αντιμετώπιση της κατάστασης διαφέρει μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και Ηνωμένων Πολιτειών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση προστάζει καθολικότητα στην είσοδο ενός προϊόντος στην αγορά άλλων. Αν η είσοδος μπορεί να συντελεστεί σε κάποιο μικρότερο ποσοστό το γεγονός αυτό λαμβάνεται υπόψη ως δυνητικός ανταγωνισμός. Αντίθετα, οι Αρχές των Ηνωμένων Πολιτειών συναθροίζουν και αυτό το μικρότερο ποσοστό στην αγορά ενός προϊόντος.

Η αντιμετώπιση μιας τέτοιας υπόθεσης δεν είναι σαφώς κοινή για τις Αρχές Ανταγωνισμού ανά τον κόσμο. Είναι λοιπόν λογικό κατά την εξέταση μιας υπόθεσης margin squeeze με διαφοροποιημένα προϊόντα στην κάτω αγορά, να εξετάζεται η δυνατότητα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης, για την οποία υπονοείται συμπίεση περιθωρίου κέρδους των downstream ανταγωνιστών της, να παράγει και να προσφέρει τα προϊόντα τους. Αν η απάντηση είναι θετική και η προσφορά αυτή είναι εφικτή και συμφέρουσα, τότε η επιχείρηση σαφώς και έχει υψηλό κίνητρο να κάνει margin squeeze παρά τη διαφοροποίηση των προϊόντων της κάτω αγοράς.

6. Σχέση margin squeeze με άλλες πρακτικές αποκλεισμού.

Σε γενικές γραμμές, συμπίεση περιθωρίου τιμών υφίσταται όταν μία κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θέτει υπερβολικά υψηλή τιμή για μία βασική εισροή την οποία παράγει και την οποία χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές της στην κάτω αγορά, ή/και όταν θέτει υπερβολικά χαμηλή τιμή για το προϊόν στην κάτω αγορά στην οποία και η ίδια δραστηριοποιείται. Στην ακραία του μορφή των margin squeeze ταυτίζεται με την πρακτική refusal to deal όταν η επιχείρηση αρνείται την πρόσβαση σε μία essential facility, ή όταν αρνείται να προμηθεύσει τη βασική εισροή στους ανταγωνιστές της στην downstream market.

Οι πρακτικές της υπερβολικής τιμολόγησης, της ληστρικής τιμολόγησης και της άρνησης πρόσβασης αποτελούν σαφείς παραβιάσεις του Άρθρου 102, επομένως η σχέση τους με την πρακτική του margin squeeze πρέπει να εξετάζεται διεξοδικά. Είναι σημαντικό να προσδιορίζεται ο βαθμός στον οποίο το margin squeeze είναι μία σαφής κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και το κατά πόσο οι αρχές που διέπουν τις παραπάνω πρακτικές μπορούν να υποβοηθήσουν την εξέταση υποθέσεων συμπίεσης τιμών. Στο κομμάτι αυτό παρατίθενται οι απόψεις των J. Padilla και R. O'Donoghue σχετικά με το θέμα.

6.1 Margin squeeze και υπερβολική τιμολόγηση

Σύμφωνα με το Άρθρο 102, οι τιμές που βρίσκονται σε σημαντικά υψηλά επίπεδα για εύλογο χρονικό διάστημα αποτελούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Η υπερβολική τιμολόγηση στην πράξη είναι μία καταχρηστική πρακτική δύσκολη στον προσδιορισμό της, αφού δεν μπορεί εύκολα να εντοπιστεί η «δίκαιη» τιμή για ένα προϊόν. Επιπλέον, η Commission έχει δηλώσει δημοσίως απρόθυμη να λειτουργήσει ως Αρχή ελέγχου και ρύθμισης των τιμών. Για τον προσδιορισμό της υπερβολικής τιμολόγησης έχουν προταθεί διάφορα τεστ μεταξύ των οποίων ο έλεγχος της σχέσης μεταξύ κόστους και τιμής, η σύγκριση της τιμής που θέτει η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση με τις τιμές σε ανταγωνιστικές αγορές, η «οικονομική αξία» του προϊόντος ή της υπηρεσίας, η σύγκριση τιμών σε διαφορετικές σχετικές γεωγραφικές αγορές.

Το margin squeeze συνδέεται εκ πρώτης όψεως με την υπερβολική τιμολόγηση στην περίπτωση που τίθεται υπερβολικά υψηλή τιμή για τη βασική εισροή της downstream market ή την essential facility. Στην υπόθεση της Deutche Telekom η Commission απεφάνθη πως η DT καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση της θέτοντας υπερβολική και μη-δίκαιη τιμή για την πρόσβαση των ανταγωνιστών στο δίκτυο της, αλλά και για την πρόσβαση των καταναλωτών. Για την εξαγωγή αυτού του συμπεράσματος δεν δόθηκαν ιδιαίτεροι λόγοι από την Commission. Επιπλέον δεν έχουν καταστεί σαφείς οι διαφορές μεταξύ υπερβολικής τιμολόγησης και margin squeeze. Με άλλα λόγια δεν αναγνωρίστηκε σαφώς το margin squeeze ως μία ανεξάρτητη καταχρηστική πρακτική.

Παρ’ όλα αυτά οι δύο πρακτικές εμφανίζουν σημαντικές διαφορές στη λογική τους τόσο σε νομική βάση, όσο και από τη σκοπιά της στρατηγικής. Η υπερβολική τιμολόγηση είναι μία καταχρηστική πρακτική στα πλαίσια του Άρθρου 102, ενώ το margin squeeze είναι κυρίως μία πρακτική αποκλεισμού. Το να θεωρηθεί η αύξηση της τιμής μιας εισροής , η οποία συμπιέζει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών, ως υπερβολική τιμολόγηση μπορεί να προκαλέσει σύγχυση ανάμεσα στις έννοιες της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και του αποκλεισμού ανταγωνιστών από μία αγορά. Επίσης, τα κύρια νομικά τεστ που χρησιμοποιούνται για την εξέταση υποθέσεων υπερβολικής τιμολόγησης είναι διαφορετικά από εκείνα που χρησιμοποιούνται για τις υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Για την πρακτική της υπερβολικής τιμολόγησης συνήθως συγκρίνεται το κόστος της υπό εξέταση επιχείρησης για την προσφορά του προϊόντος με το κόστος άλλων επιχειρήσεων στην ίδια ή σε άλλες παρόμοιες αγορές. Αντιθέτως, στις υποθέσεις margin squeeze, η τιμή δεν είναι υπερβολική σε σύγκριση με το κόστος της ίδιας της dominant επιχείρησης, αλλά σε σχέση με τη σχετική τιμή και το κέρδος των downstream ανταγωνιστών της. Μία υπερβολική τιμολόγηση είναι καταχρηστική λόγω της σχέσης της με το σχετικό κόστος που αφορά την προσφορά ενός και μόνο προϊόντος, ενώ το margin squeeze είναι αποκλειστικό λόγω της αύξησης του κόστους των επιχειρήσεων που προκαλεί σε μία άλλη αγορά. Με άλλα λόγια, η υπερβολική τιμολόγηση αφορά τη μέγιστη δυνατή νόμιμη (ή δίκαιη) τιμή ενός προϊόντος, ενώ το margin squeeze αφορά το ελάχιστο δυνατό (και μη αποκλειστικό) κέρδος των downstream επιχειρήσεων.

Τέλος, είναι πιθανό μία τιμή η οποία δεν είναι καταχρηστικά υψηλή με βάση τους όρους του Άρθρου 102, να είναι ικανά υψηλή ώστε να προκαλέσει μία συμπίεση στο περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών και να τους οδηγήσει σε αποκλεισμό. Επίσης μπορεί να ισχύει και το αντίστροφο, δηλαδή μία τιμή για την εισροή η οποία δεν θεωρείται υπερβολική, μπορεί να οδηγήσει σε margin squeeze σύμφωνα με το Άρθρο 102 και πάλι. Συνοψίζοντας παρά τη σύνδεση των δύο πρακτικών, η εξέταση υποθέσεων margin squeeze απαιτεί μία διαφορετική νομική βάση από εκείνη της εξέτασης της υπερβολικής τιμολόγησης.

6.2 Margin Squeeze και ληστρική τιμολόγηση

Οι βασικές συνθήκες για margin squeeze παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες με τις συνθήκες που καθιστούν πιθανή και ορθολογική την πρακτική της καθαρής ληστρικής τιμολόγησης. Παρά το γεγονός ότι το margin squeeze αποτελεί μία ξεχωριστή πρακτική, πολλές από τις αρχές που διέπουν την ληστρική τιμολόγηση μπορούν να υποβοηθήσουν την εξέταση υποθέσεων συμπίεσης περιθωρίου κέρδους. Οι αρχές αυτές αφορούν την αξιοπιστία μίας ληστρικής στρατηγικής, τις επιπτώσεις στην ευημερία των καταναλωτών, την ανάγκη για recoupment και τα σχετικά με τον αποκλεισμό αποδεικτικά στοιχεία.

Η πρώτη και προφανέστερη ομοιότητα μεταξύ των δύο πρακτικών έχει να κάνει με τα εφαρμοζόμενα νομικά τεστ για την εξέταση υποθέσεων. Όπως έχει αναλυθεί, η πρακτική του margin squeeze μπορεί να πάρει τρεις μορφές: 1.) όταν η τιμή του προϊόντος στην κάτω αγορά είναι υπερβολικά χαμηλή σε σύγκριση με το upstream κόστος, 2.) όταν η upstream τιμή της εισροής είναι υπερβολικά υψηλή σε σύγκριση με την τιμή του προϊόντος της κάτω αγοράς, 3.) όταν υφίσταται συνδυασμός των δύο προηγούμενων τύπων ο οποίος προκαλεί ζημιογόνο για τους ανταγωνιστές συμπίεση των τιμών. Και οι τρεις παραπάνω τύποι οδηγούν στο ίδιο αποτέλεσμα, επομένως χρησιμοποιείται ένα κοινό βασικό νομικό τεστ το οποίο εξετάζει κατά πόσο η οικονομική δραστηριότητα της κάθετα οργανωμένης επιχείρησης θα ήταν επικερδής αν αυτή πλήρωνε για τη βασική εισροή την οποία παράγει στην πάνω αγορά την ίδια τιμή με τους ανταγωνιστές της. Αυτό το τεστ, στην ουσία, εξετάζει κατά πόσο στην κάτω αγορά υφίσταται ληστρική τιμολόγηση στα πλαίσια της κάθετης ολοκλήρωσης.

Μία δεύτερη σημαντική ομοιότητα μεταξύ των συνθηκών για margin squeeze και ληστρική τιμολόγηση αφορά το γεγονός ότι η επιχείρηση που εφαρμόζει την πρακτική πρέπει να έχει μία σημαντική δύναμη αγοράς ώστε η στρατηγική της να οδηγήσει σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Άλλη μία ομοιότητα αφορά την αξιολόγηση της οικονομικής ορθολογικότητας των δύο πρακτικών. Τέλος, και στις δύο πρακτικές εξετάζεται το κατά πόσο ο αποκλεισμός που προκαλούν μπορεί να αποβεί επικερδής μελλοντικά και μακροχρόνια για την επιχείρηση που εφαρμόζει την πρακτική.

Πρέπει, όμως, να καταστούν σαφείς και οι διαφορές μεταξύ συμπίεσης περιθωρίου κέρδους και ληστρικής τιμολόγησης. Στη ληστρική τιμολόγηση οι Αρχές Ανταγωνισμού εξετάζουν όλα τα σχετικά κόστη της dominant επιχείρησης. Στις υποθέσεις margin squeeze εξετάζεται το κόστος που αφορά την κάτω αγορά, συμπεριλαμβανομένης της τιμής της βασικής εισροής που παράγεται upstream. Επίσης σε μία υπόθεση margin squeeze , δεν είναι απαραίτητο η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση να παρουσιάζει ζημίες συνολικά. Είναι πιθανό απλά να μεταφέρει το downstream κέρδος της στην upstream δραστηριότητα. Αντιθέτως η πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης περιλαμβάνει στη λογική της την πραγματοποίηση ζημιών βραχυχρόνια με σκοπό το μελλοντικό recoupment. Στις περιπτώσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους, οι downstream απώλειες αντισταθμίζονται από ένα ταυτόχρονο και όχι μελλοντικό upstream recoupment. Η ληστρική τιμολόγηση απαιτεί τον διαχωρισμό των δύο αυτών φάσεων, της ζημίας και του recoupment, σε δύο διακριτές διαδοχικές χρονικές περιόδους.

Το παραπάνω επιχείρημα, όμως, δεν καθιστά την πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης ασύνδετη με το margin squeeze. Είναι αλήθεια ότι το margin squeeze δεν υπονοεί μία άμεση απώλεια ανά μονάδα προϊόντος όπως συμβαίνει στην περίπτωση της ληστρικής τιμολόγησης. Παρόλα αυτά η επιχείρηση υφίσταται ένα κόστος ευκαιρίας για κάθε μονάδα της βασικής εισροής που πουλά στους downstream ανταγωνιστές της. Το επίπεδο αυτού του κόστους μπορεί να είναι υψηλό όταν η τιμή χονδρικής είναι πολύ υψηλότερη του upstream οριακού κόστους, όταν οι ανταγωνιστές στην κάτω αγορά παράγουν διαφοροποιημένα προϊόντα ή όταν οι ανταγωνιστές είναι αποτελεσματικότεροι από την κάθετα οργανωμένη dominant επιχείρηση. Αυξάνοντας την τιμή της εισροής, η επιχείρηση συρρικνώνει το μέγεθος των πωλήσεων της κάτω αγοράς και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα και τη συρρίκνωση των δικών της upstream πωλήσεων.

Επίσης, τα κίνητρα που οδηγούν σε αποκλειστική συμπεριφορά διαφέρουν μεταξύ των περιπτώσεων του margin squeeze και της ληστρικής τιμολόγησης. Για τη δεύτερη, δεν χρειάζεται να ληφθεί υπόψη το κατά πόσο η επιχείρηση θα επωφεληθεί εφαρμόζοντας την πρακτική, αφού σε κάθε περίπτωση ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών θα αποβεί επικερδής. Αντιθέτως, στις περιπτώσεις margin squeeze η αποκλειστική συμπεριφορά δεν είναι πάντοτε συμφέρουσα εφόσον ο downstream ανταγωνιστής δεν παύει να είναι και upstream πελάτης. Η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση μπορεί να υποστεί απώλειες λόγω της μείωσης των upstream πωλήσεων της οι οποίες να υπερβαίνουν το όφελος που προκύπτει από τη μείωση ή και την εξάλειψη του ανταγωνισμού στην κάτω αγορά. Επομένως, τα τεστ εξέτασης υποθέσεων συμπίεσης περιθωρίου κέρδους πρέπει να λαμβάνουν υπόψη το αν οι συνθήκες της αγοράς ενισχύουν το κίνητρο της καθετοποιημένης επιχείρησης για margin squeeze.

Άλλη μία διαφορά αφορά την επίπτωση της κάθε πρακτικής στην ευημερία των καταναλωτών. Η ληστρική τιμολόγηση αυξάνει το όφελος των καταναλωτών βραχυχρόνια, ενώ δεν ισχύει το ίδιο για τις περιπτώσεις margin squeeze. Αυτό συμβαίνει διότι στη ληστρική τιμολόγηση η επιχείρηση θέτει υπερβολικά χαμηλή τιμή πραγματοποιώντας βραχυχρόνιες ζημίες ενώ το ίδιο δεν ισχύει απαραίτητα και στο margin squeeze. Στην πράξη, βέβαια, ο τύπος margin squeeze που αποδεικνύεται αποτελεσματικότερος στον αποκλεισμό των downstream ανταγωνιστών είναι εκείνος που έγκειται στην μείωση της downstream τιμής σε επίπεδα τέτοια που δεν μεγιστοποιούν το κέρδος της κάθετα οργανωμένης επιχείρησης στην κάτω αγορά. Στην περίπτωση αυτή οι καταναλωτές σαφώς επωφελούνται βραχυχρόνια.

Τέλος υπάρχει διαφορά στο φάσμα των διαθέσιμων μέσων εξυγίανσης για τις υποθέσεις ληστρικής τιμολόγησης και margin squeeze. Στη ληστρική τιμολόγηση η ρύθμιση συνήθως απαιτεί την αύξηση της ζημιογόνου τιμής. Στις υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου κέρδους η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση μπορεί να κληθεί να μειώσει την τιμή της βασικής εισροής, να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της στην κάτω αγορά, ή να προχωρήσει σε μία κατάλληλη προσαρμογή των upstream και downstream τιμών της.

6.3 Margin Squeeze και Refusal to Deal

Η θεμελιώδης ερώτηση που αφορά τις υποθέσεις συμπίεσης περιθωρίου τιμών, έχει να κάνει με το κατά πόσο η πρακτική αυτή σχετίζεται με την υποχρέωση της επιχείρησης να επιτρέψει την πρόσβαση των ανταγωνιστών της στην κάτω αγορά στην βασική εισροή ή την essential facility υπό τους όρους του Άρθρου 102. Οι αρχές που διέπουν τη λογική της αντιμετώπισης υποθέσεων margin squeeze απαιτούν τη συνδιαλλαγή της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρηση με τους downstream ανταγωνιστές της έστω και με τους ελάχιστους δυνατούς όρους.

Η σχέση μεταξύ των αρχών που αφορούν τις essential facilities και την πρακτική του margin squeeze γεννά περίπλοκα ζητήματα που αφορούν την αποτελεσματικότητα των νόμων περί Ανταγωνισμού. Η περιπλοκότητα αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι η πρακτική εφαρμογή του δόγματος για τις essential facilities είναι ασαφής και αμφιλεγόμενη. Στην υπόθεση BSKyB ο OFT πρότεινε ότι θα πρέπει να αναγνωριστεί η περίπτωση του margin squeeze ακόμη και αν η επιχείρηση δεν είχε την υποχρέωση να επιτρέψει την πρόσβαση, αλλά παρόλα αυτά αποδέχτηκε ότι δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία που να στηρίζουν κατάχρηση. Το συμπέρασμα του OFT φαίνεται να βασίστηκε σε μία διάκριση ανάμεσα στην υποχρέωση της επιχείρησης να επιτρέψει την πρόσβαση στην essential facility σε νέους πελάτες και το δικαίωμα να επιτρέψει την πρόσβαση σε ήδη υπάρχοντες.

Σύμφωνα με το Άρθρο 102 , οι όροι που διέπουν την υποχρέωση μιας dominant επιχείρησης να προμηθεύσει ανταγωνιστές που ήδη υπάρχουν στην αγορά είναι αυστηρότεροι από εκείνους που αφορούν νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις. Ακόμη και αν η παραπάνω διάκριση είναι σωστή, προσφέρει μία ανεπαρκή εξήγηση στο επιχείρημα ότι μπορεί να προκύψει υπόθεση margin squeeze ακόμη και αν η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση δεν υποχρεούται να συναλλάσσεται με τους downstream ανταγωνιστές της. Είναι προφανές ότι η πρακτική refusal to deal είναι μία ακραία μορφή του margin squeeze. Στην ανάλυση υποθέσεων, όμως, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κάποιες πιθανές αντίθετες επιπτώσεις της εμπλεκόμενης υποχρέωσης μιας καθετοποιημένης επιχείρησης να προμηθεύσει τους ανταγωνιστές της.

Ένας από τους κύριους παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη είναι ότι η προσθήκη περισσότερων ανταγωνιστών σε μία αγορά δεν βελτιώνει απαραίτητα τον ανταγωνισμό. Αυτό ισχύει ιδίως στην περίπτωση που δύο οι περισσότερες επιχειρήσεις απλά μοιράζονται τα μονοπωλιακά κέρδη. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχει απόδειξη της αποτελεσματικότητας ενός "duty to deal", δηλαδή θα πρέπει να αυξάνεται η αξία του ανταγωνισμού στην κάτω αγορά. Τέλος θα πρέπει να είναι σαφές ότι η εφαρμογή ενός duty to deal θα πρέπει συνολικά να αυξάνει την ευημερία.

Με άλλα λόγια θα πρέπει τα οφέλη που θα προκύψουν για τους καταναλωτές να αντισταθμίζουν οποιαδήποτε απώλεια προκαλείται για τις επιχειρήσεις.

6.4. Margin squeeze και Διασταυρούμενες Επιδοτήσεις (Cross Subsidies)

Οι διασταυρούμενες επιδοτήσεις αφορούν τη δυνατότητα της επιχείρησης να χρηματοδοτήσει μία οικονομική δραστηριότητα της με πόρους που κατέχει από μία άλλη δραστηριότητα. Αυτό συμβαίνει σε επιχειρήσεις κάθετα ολοκληρωμένες ή σε περιπτώσεις επιχειρήσεων που παράγουν μία γκάμα διαφορετικών προϊόντων ή brands. Οι cross subsidies εγείρουν αρκετά ζητήματα ρύθμισης, όπως για παράδειγμα την ανάγκη δομικού και λογιστικού διαχωρισμού μεταξύ μονοπωλιακών και ανταγωνιστικών εμπορικών δραστηριοτήτων. Τέτοιες συζητήσεις σχετικές με τις διασταυρούμενες επιδοτήσεις αναλύονται εκτενώς από τους L. Hancher και JL Buendia Sierra (Cross-Subsidisation and EC Law – 1998). Αναφέρουν συγκεκριμένα , πως σύμφωνα με το Δευτερογενές Κοινοτικό Νομοσχέδιο οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας – οι οποίες συνήθως αποτελούν και κρατικά μονοπώλια- είναι υπερχρεωμένες να κατακρατούν ξεχωριστούς λογαριασμούς για τις δραστηριότητες χονδρικής και λιανικής.

Οι διασταυρούμενες επιδοτήσεις καθίστανται παράνομες σύμφωνα με το Άρθρο 102 αν ικανοποιούνται δύο ελάχιστες συνθήκες: Πρώτον, εάν η επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά και χρησιμοποιεί πόρους από την αγορά αυτή για να χρηματοδοτήσει τη δραστηριότητά της σε μία άλλη σχετιζόμενη αγορά όπου ανταγωνίζεται με επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται μόνο στην τελευταία. Θα πρέπει να υπάρχει σαφής σύνδεση μεταξύ των δύο αυτών αγορών, διαφορετικά το να προσδιοριστεί ακριβώς η ύπαρξη διασταυρούμενης επιδότησης είναι σχεδόν απίθανο. Οι Jorge Padilla και Robert ‘O Donoghue αναφέρουν για παράδειγμα την υπόθεση της Deutche Post όπου η επιχείρηση χρησιμοποιούσε τα κέρδη της από την αγορά γραμμάτων η οποία ήταν μονοπώλιο, ώστε να χρηματοδοτήσει τις απώλειες της στην αγορά διανομής δεμάτων. Οι δύο αυτές αγορές ήταν σαφώς συνδεδεμένες μεταξύ τους, αφού οι υποδομές που χρησιμοποιούνταν για τη συλλογή και διανομή των γραμμάτων μπορούσαν άμεσα να χρησιμοποιηθούν και για την αγορά διανομής δεμάτων. Η δεύτερη συνθήκη αφορά τον έλεγχο ύπαρξης διασταυρούμενης επιδότησης μέσω του “combinatorial test”, σύμφωνα με το οποίο η τιμή κάθε προϊόντος σε μία ομάδα θα πρέπει να καλύπτει πλήρως το επαυξητικό κόστος παραγωγής του προϊόντος αυτού και τα συνολικά έσοδα που προκύπτουν από τις πωλήσεις όλων των προϊόντων θα πρέπει να καλύπτουν το συνολικό κόστος τους.

Σύμφωνα με τους Jorge Padilla και Robert ‘O Donoghue, η ανάλυση των διασταυρούμενων επιδοτήσεων δεν προσφέρει πρακτικά πολλά στοιχεία στην ανάλυση υποθέσεων margin squeeze. Το γεγονός όμως ότι η μεταφορά πόρων από μία δραστηριότητα μπορεί να επιδοτήσει κάποια άλλη δραστηριότητα, σχετίζεται με τη λογική της συμπίεσης τιμών. Πιο συγκεκριμένα, η κάθετη ολοκλήρωση επιτρέπει σε μία επιχείρηση να αντισταθμίσει απώλειες που μπορεί να πραγματοποιεί στο κάτω επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας μέσω του κέρδους της στο ανώτερο επίπεδο. Κάτω από αυτές τις συνθήκες γεννάται το ερώτημα αν το margin squeeze θα πρέπει να αναγνωρίζεται ως ένα είδος καταχρηστικής διασταυρούμενης επιδότησης. Είναι προφανές ότι υπάρχουν περιπτώσεις που η επικερδής upstream αγορά μπορεί να χρηματοδοτήσει την downstream δραστηριότητα, όμως ο Νόμος περί Ανταγωνισμού προστάσει την ίδια ρύθμιση είτε η χρηματοδότηση προέρχεται από την πάνω αγορά, είτε από κάποια εντελώς ασύνδετη αγορά, είτε από τις χρηματαγορές και κεφαλαιαγορές. Επομένως η ανάλυση των διασταυρούμενων επιδοτήσεων σε μία υπόθεση margin squeeze, απλά απαιτεί από την Αρχή Ανταγωνισμού τον προσδιορισμό του αν η χρηματοδότηση προέρχεται από την upstream market ως μία επιπρόσθετη ικανοποιούμενη συνθήκη για την ύπαρξη της πρακτικής. Το μόνο πλεονέκτημα μιας τέτοιας επιπρόσθετης συνθήκης είναι το ότι απαιτεί ακρίβεια στον εντοπισμό της μεθόδου με την οποία εφαρμόζεται το margin squeeze, γεγονός που είναι επιθυμητό στην ανάλυση των υποθέσεων.

7. Essential Facilities

Είναι απαραίτητο να αναλυθεί πιο διεξοδικά το πως ορίζεται και προσδιορίζεται επακριβώς μία essential facility. Essential facility θεωρείται μία εισροή στην οποία είναι απαραίτητο να έχουν πρόσβαση όλες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις σε μία αγορά, ώστε να είναι σε θέση να παράξουν. Χαρακτηριστικό τέτοιου είδους εισροών είναι το ότι δεν μπορούν εύκολα (ή είναι αδύνατο) να αναπαραχθούν ή να υποκατασταθούν από άλλου τύπου εισροές. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα είδος υποδομής η οποία είναι απαραίτητη για την παραγωγική διαδικασία των επιχειρήσεων. Ένα τυπικό παράδειγμα essential facility αποτελεί το δίκτυο χαλκού στις αγορές τηλεπικοινωνιών, το οποίο δύσκολα αναπαράγεται από πολλές επιχειρήσεις, σε αντίθεση με τα δίκτυα οπτικών ινών. Για το λόγο αυτό η πρακτική margin squeeze συναντάται συχνά στις τηλεπικοινωνίες. Άλλα παραδείγματα αποτελούν οι υποδομές ενός λιμανιού ή ενός αερολιμένα, καθώς και τα δίκτυα μεταφοράς και διανομής ηλεκτρισμού.

Αν και ο παραπάνω ορισμός είναι αρκετά σαφής, δεν είναι πάντα εύκολο να διακρίνουμε αν μία εισροή αποτελεί essential facility. Έστω ότι μία επιχείρηση έχει πρόσβαση σε μία εισροή η οποία της παρέχει πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της. Αυτό δε σημαίνει απαραίτητα ότι η επιχείρηση αυτή κατέχει μία essential facility. Οι ανταγωνιστές της μπορεί να χρησιμοποιούν υποκατάστατα της εισροής αυτής κατά την παραγωγική διαδικασία και να είναι σε θέση να παράγουν το ίδιο προϊόν. Στην περίπτωση αυτή η εν λόγω επιχείρηση εμφανίζει απλώς ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Είναι σημαντικό να διακρίνουμε κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στις essential facilities , όπως το ότι η αναπαραγωγή τους είναι μη-πρακτική, κοστοβόρα ή και αδύνατη. Ο ακριβής χαρακτηρισμός μίας εισροής ως essential facility οδήγησε στην ανάγκη για δημιουργία ενός δόγματος γνωστού ως essential facility doctrine, του οποίου η πρακτική σημασία έχει αμφισβητηθεί.

Σύμφωνα με τον OECD (The essential facilities concept – 1966), το essential facility doctrine (EFD) προσδιορίζει το πότε ο κάτοχος και ιδιοκτήτης μιας essential facility πρέπει να έχει την εντολή να παρέχει πρόσβαση αυτή σε μία λογική τιμή. Για παράδειγμα ένα τέτοιο δόγμα μπορεί να προσδιορίζει το πότε ένα σιδηροδρομικό δίκτυο πρέπει να είναι διαθέσιμο σε ανταγωνιστικές εταιρίες σιδηροδρομικών μεταφορών κάτω από ευνοϊκούς όρους. Το εννοιολογικό πλαίσιο των essential facilities περιλαμβάνει την ύπαρξη δύο αγορών, οι οποίες συχνά εκφράζονται ως μία upstream και μία downstream market. Συνήθως, η μία επιχείρηση δραστηριοποιείται και στις δύο αγορές, ενώ οι υπόλοιπες δραστηριοποιούνται ή επιδιώκουν να δραστηριοποιηθούν στην κάτω αγορά. Ένας downstream ανταγωνιστής επιθυμεί να προμηθευτεί την εισροή από την κάθετα οργανωμένη επιχείρηση η οποία αρνείται να την προμηθεύσει. Το EFD προσδιορίζει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση θα υποχρεωθεί να προμηθεύσει την εισροή.

Τα θέματα που αφορούν τις essential facilities αν και μπορεί να προκύψουν στον ιδιωτικό τομέα, απαντώνται συχνότερα σε περιπτώσεις επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας και κρατικά μονοπώλια. Έχει ενδιαφέρον να αναφερθεί συνοπτικά το πώς εδραιώνεται το EFD από τον OECD στις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Αυστραλία.

Ηνωμένες Πολιτείες: Η ηγέτιδα υπόθεση που αφορά τις essential facilities στις Η.Π.Α είναι αυτή της M.C.I. Communications Corp. V. AT&T. Από την υπόθεση προέκυψαν τέσσερα απαραίτητα στοιχεία που υποχρεώνουν μία επιχείρηση να επιτρέψει την πρόσβαση σε μία essential facility:

i.) Η κατοχή και ο έλεγχος της essential facility από έναν μονοπωλητή.

ii.) Η αδυναμία των ανταγωνιστών πρακτικά να αναπαράγουν την essential facility.

iii.) Η άρνηση της πρόσβασης των ανταγωνιστών στην essential facility από την μονοπωλιακή επιχείρηση.

iv.) Η παροχή της essential facility από τον μονοπωλητή στους ανταγωνιστές είναι εφικτή.

Το δεύτερο στοιχείο, δηλαδή το γεγονός ότι η essential facility δεν μπορεί να αντιγραφεί εύκολα και άμεσα από τους ανταγωνιστές είναι ίσως και το σημαντικότερο. Κάτω από αυτό το επιχείρημα, ο κατήγορος πρέπει να αποδείξει ότι η αναπαραγωγή της essential facility ή η παραγωγή κάποιας εναλλακτικής εισροής δεν είναι απλά οικονομικά ασύμφορη, αλλά ουσιαστικά ανέφικτη. Οι υποθέσεις που αφορούν τις essential facilities αποτελούν ένα υποσύνολο των υποθέσεων άρνησης πρόσβασης σύμφωνα με τους σχολιαστές.

Ευρωπαϊκή Ένωση: Σύμφωνα και πάλι με τον OECD , φαίνεται ότι δεν υπάρχουν σαφείς δηλώσεις σχετικές με τις essential facilities στην Ευρωπαϊκή νομολογία. Υπάρχουν ωστόσο δύο πηγές διαφώτισης: οι αποφάσεις του European Court of Justice (ECJ) σχετικά με υποθέσεις refusal to deal από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση (οι οποίες δεν περιλάμβαναν essential facility). Οι αποφάσεις αφορούν τις επιχειρήσεις Commercial Solvents και United Brands στις οποίες επιβλήθηκε η ευρεία υποχρέωση να προμηθεύουν τους ανταγωνιστές τους στην κάτω αγορά. Οι επιχειρήσεις είχαν την υποχρέωση να λογοδοτήσουν για οποιαδήποτε παρέκκλιση από την εντολή και άρνηση προμήθειας και να τη δικαιολογήσουν. Ενώ στις Η.Π.Α το δόγμα των essential facilities παρέχει στις κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις μία εξαίρεση στον κανόνα που επιτρέπει στις κάθετα ολοκληρωμένες επιχειρήσεις να παρέχουν την εισροή κατ' επιλογή, το Άρθρο 86 εδραιώνει ευρείες υποχρεώσεις για παροχή της εισροής.

Η πρώτη δημοσιευμένη απόφαση της European Commission η οποία περιείχε τον όρο essential facility αφορούσε την υπόθεση Sea Containers v. Stena Link. Σύμφωνα με την απόφαση της επιτροπής, η επιχείρηση η οποία έχει στην κατοχή της και χρησιμοποιεί την essential facility έχοντας δεσπόζουσα θέση στην αγορά της (δηλαδή κατέχει μία υποδομή στην οποία οι ανταγωνιστές είναι απαραίτητο να έχουν πρόσβαση προκειμένου να παράγουν οι να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους) και αρνείται πλήρως να την προσφέρει στους ανταγωνιστές της, ή την προσφέρει σε όρους μη ευνοϊκούς χωρίς αντικειμενική αιτιολόγηση, παραβιάζει τους όρους του Άρθρου 86 . Το δόγμα των essential facilities (EFD) είναι ακόμη αναπτυσσόμενο στην Ευρωπαϊκή Ένωση και αρκετά πρόσφατα έχουν τεθεί οι βάσεις που το καθιστούν πιο σαφές. Σε μία δημοσίευση αξιωματούχου του DG IV έχει γραφτεί το εξής: «Μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση έχει τουλάχιστον την υποχρέωση να προμηθεύσει την εισροή της στην περίπτωση που η άρνηση της προμήθειας θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Όταν ο πελάτης είναι ταυτόχρονα και ανταγωνιστής της επιχείρησης σε κάποια άλλη αγορά, συνήθως σε μία downstream αγορά, οι επίπτωση στον ανταγωνισμό εξαρτάται από τρεις παράγοντες: i.) αν ο αγοραστής μπορεί να προμηθευτεί την εισροή από κάποια άλλη πηγή, ii.) αν υπάρχουν και άλλοι downstream ανταγωνιστές, iii.) πόσο σημαντική είναι η εισροή ή η υπηρεσία για την οικονομική δραστηριότητα του πελάτη-ανταγωνιστή. Αν ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να προμηθευτεί την εισροή από εναλλακτική πηγή, αν η εισροή δεν είναι απαραίτητη για την παραγωγική του διαδικασία, ή αν η προσθήκη ενός ακόμη ανταγωνιστή δεν ευνοεί σημαντικά τον ανταγωνισμό στην αγορά, τότε ο Νόμος περί Ανταγωνισμού δεν πρέπει να υποχρεώσει την κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση να προμηθεύσει την εισροή αυτή. Παρόλα αυτά, αν στην πράξη η άρνηση της πρόσβασης στην εισροή από την dominant επιχείρηση οδηγεί έναν ή περισσότερους εκ των λίγων ανταγωνιστών της σε έξοδο από την αγορά, η νομοθεσία της EC υποχρεώνει την επιχείρηση να την προμηθεύσει. Εν συντομία, η πρόσβαση σε μία εισροή είναι απαραίτητη αν η άρνησή της θα απέκλειε όλους ή τους περισσότερους ανταγωνιστές από την αγορά.»

Μέχρι στιγμής, η Commission έχει δηλώσει πως ο dominant ιδιοκτήτης μίας εισροής πρέπει να παρέχει την πρόσβαση σε αυτή σε μία μη-διακριτική βάση. Τα είδη των εισροών, υπηρεσιών ή υποδομών που αποτελούν το «κλειδί» σε υποθέσεις που αφορούν τις essential facilities, συνήθως περιλαμβάνουν λιμάνια, αεροδρόμια, δίκτυα τηλεπικοινωνιών, δίκτυα μετάδοσης ηλεκτρικής ενέργειας κ.α. Άλλες πιθανές essential facilities αποτελούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και οι πληροφορίες διεπαφής. Τέλος τονίζεται ότι η ύπαρξη φυσικού μονοπωλίου στην αγορά μιας υποδομής δεν είναι απαραίτητη για το χαρακτηρισμό της ως essential facility.

Αυστραλία: Στην Αυστραλία, η έκθεση της Εθνικής Πολιτικής Ανταγωνισμού συνιστά ότι πρέπει να ικανοποιούνται τα εξής κριτήρια ώστε ένας Υπουργός να ανακηρύξει το δικαίωμα στην πρόσβαση σε μία essential facility:

1. Η πρόσβαση στην εισροή θα πρέπει να είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού σε μία upstream ή μία downstream αγορά. Με άλλα λόγια η πρόσβαση θα πρέπει να είναι απαραίτητη και όχι μόνο βολική.
2. Η δημιουργία της απόφασης θα πρέπει να είναι δημοσίου ενδιαφέροντος λαμβάνοντας υπόψη: α.) τη σημασία του υπό εξέταση κλάδου στην εθνική οικονομία, β.) την αναμενόμενη επίδραση του ανταγωνισμού στον συγκεκριμένο κλάδο στην εθνική ανταγωνιστικότητα.
3. Τα νόμιμα δικαιώματα του ιδιοκτήτη της εισροής-υποδομής πρέπει να προστατεύονται μέσω της επιβολής ενός access fee και μέσω άλλων δίκαιων και λογικών όρων και συνθηκών. Σε αυτούς τους όρους θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται οι παρούσες και μελλοντικές αξιώσεις του ιδιοκτήτη σχετικά με την παραγωγικότητα της εν λόγω υποδομής.

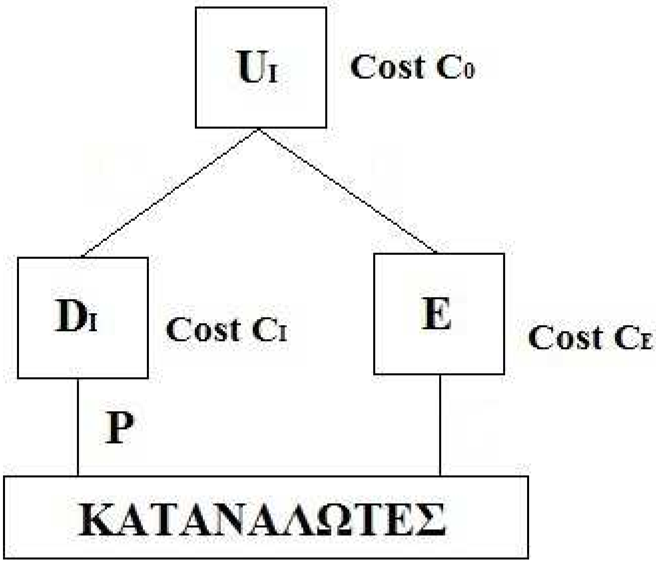
Τα δύο πρώτα κριτήρια μπορεί να ικανοποιούνται σε σχέση με κύριες υποδομές, όπως δίκτυα μετάδοσης ηλεκτρισμού, κύριους αγωγούς φυσικού αερίου, κύρια σιδηροδρομικά δίκτυα, αλλά όχι σε σχέση με προϊόντα, παραγωγικές διαδικασίες και εμπορικές δραστηριότητες. Ενώ είναι δύσκολο να προσδιοριστεί επακριβώς η φύση των υποδομών αυτών και των κλάδων στους οποίους χρησιμοποιούνται, ένα συχνά απαντώμενο στοιχείο είναι η συμμετοχή του κράτους στις υποθέσεις που αφορούν τους κλάδους αυτούς είτε ως ιδιοκτήτη των υποδομών, είτε ως ρυθμιστή.

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ: Ο εντοπισμός του margin squeeze και οι προσεγγίσεις των Αρχών Ανταγωνισμού

1. Τα βασικά τεστ εντοπισμού του margin squeeze από τις Αρχές Ανταγωνισμού.

Κατά την εξέταση υποθέσεων που αφορούν συμπίεση περιθωρίου κέρδους τα τεστ που χρησιμοποιούνται για την εξακρίβωση του αν σε μία αγορά υφίσταται margin squeeze βασίζονται κυρίως στη σύγκριση του κόστους της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης με το κόστος των ανταγωνιστών της στην κάτω αγορά. Τα τεστ, λοιπόν, είναι cost based και αποσκοπούν στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα κέρδη που πραγματοποιεί ένας εξίσου αποτελεσματικός ανταγωνιστής της dominant καθετοποιημένης επιχείρησης η οποία αντιμετωπίζει κατηγορίες για συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Τα δύο βασικότερα cost-based τεστ που χρησιμοποιούνται από τις Αρχές Ανταγωνισμού είναι τα εξής, όπως ακριβώς παρουσιάστηκαν στα πλαίσια του μαθήματος "Firm Strategy and Competition Policy":

- **i.)** Έστω ότι U_I είναι η upstream μονάδα της ήδη υπάρχουσα; (incumbent) καθετοποιημένης επιχείρησης και D_I η αντίστοιχη μονάδα της στην κάτω αγορά. Η U_I αντιμετωπίζει οριακό κόστος C_0 στην upstream παραγωγική διαδικασία. Ουσιαστικά πρόκειται για το οριακό κόστος παραγωγής της βασικής εισροής την οποία έπειτα χρησιμοποιεί στην downstream δραστηριότητα της και επίσης προμηθεύει σε ενδεχόμενους ανταγωνιστές ή νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις στην κάτω αγορά. Η incumbent επιχείρηση αποτελεί μονοπώλιο στην upstream market. Υποθέτουμε ότι στην κάτω αγορά εισέρχεται μία νέα επιχείρηση, η E, η οποία καταγγέλλει την incumbent επιχείρηση για συμπίεση περιθωρίου κέρδους. Η E προμηθεύεται τη βασική εισροή που απαιτείται για την παραγωγή του προϊόντος της σε τιμή α από την U_I, ενώ η dominant καθετοποιημένη επιχείρηση χρεώνεται για την ίδια εισροή τιμή C_0, όσο δηλαδή και το οριακό κόστος παραγωγής της. Η D_I έχει οριακό κόστος C_I και η D_E έχει οριακό κόστος C_E. Αυτή η ασυμμετρία στο κόστος των δύο επιχειρήσεων downstream προκύπτει από το γεγονός ότι η βασική εισροή κοστίζει λιγότερο για την κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, αφού α > C_0. Η τιμή του προϊόντος που παράγεται στην κάτω αγορά και την οποία χρεώνει η incumbent επιχείρηση στους καταναλωτές είναι P. Σχηματικά η παραπάνω υπόθεση μπορεί να απεικονιστεί ως εξής:



Το πρώτο αυτό τεστ εξετάζει κατά πόσο η downstream οικονομική δραστηριότητα της κάθετα οργανωμένης επιχείρησης θα ήταν επικερδής στην περίπτωση που για τη βασική εισροή χρεωνόταν τιμή α, δηλαδή ίδια με εκείνη που χρεώνει στον ανταγωνιστή της στην κάτω αγορά. Με άλλα λόγια εξετάζεται κατά πόσο ισχύει η εξής σχέση:

$$P - a - C_I < 0$$

Αν διαπιστωθεί ότι η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση θα πραγματοποιούσε ζημίες, τότε υφίσταται margin squeeze. Από την εφαρμογή του συγκεκριμένου τεστ προκύπτουν κάποια προβλήματα. Η incumbent επιχείρηση έχει το κίνητρο να μεταφέρει ένα μέρος του συνολικού της κόστους στην upstream δραστηριότητα της, ώστε να πείσει τον ρυθμιστή πως η παραπάνω σχέση είναι θετική. Η λύση αυτού του ζητήματος επιτυγχάνεται επιβάλλοντας στην επιχείρηση να τηρεί λογιστικό διαχωρισμό. Με τον τρόπο αυτό το κόστος σε κάθε δραστηριότητα τυποποιείται και η μεταφορά μέρους του από την downstream δραστηριότητα στην upstream αποφεύγεται.

ii.) Το δεύτερο cost-based τεστ προτάθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για υποθέσεις που αφορούν τον κλάδο των τηλεπικοινωνιών. Με βάση τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφεί του πρώτου τεστ, το δεύτερο τεστ καταλήγει στο συμπέρασμα ότι υφίσταται margin squeeze αν το περιθώριο Ρ – α δεν είναι αρκετό ώστε ένας “reasonably efficient” ανταγωνιστής της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης στην κάτω αγορά να πραγματοποιήσει κανονικά κέρδη. Το τεστ, δηλαδή υποδεικνύει πως η incumbent επιχείρηση συμπιέζει το περιθώριο κέρδους της Ε αν ισχύει ότι:

$$P – α – C_E < 0$$

Ουσιαστικά εξετάζεται αν η τιμή α την οποία χρεώνεται ο ανταγωνιστής για τη βασική εισροή που χρησιμοποιεί στην παραγωγική του διαδικασία είναι υπερβολική.

Τα δύο παραπάνω τεστ προτάθηκαν και χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Οι Jan Bouckaert και Frank Verboven στο paper τους “Price Squeezes in a Regulatory Environment” (2003) διαχωρίζουν τα είδη της συμπίεσης περιθωρίου κέρδους ανάλογα με το ήδη υπάρχον ρυθμιστικό καθεστώς που επικρατεί όταν λαμβάνει χώρα μία υπόθεση. Αναφέρουν πως αν η ρύθμιση είναι πλήρης, δηλαδή οι Αρχές Ανταγωνισμού ρυθμίζουν τόσο την τιμή λιανικής όσο και την τιμή χονδρικής της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης, τότε μπορεί να προκύψει «κανονιστική συμπίεση περιθωρίου κέρδους» (regulatory squeeze). Όταν η ρύθμιση είναι μερική και οι Αρχές ελέγχουν μόνο την τιμή χονδρικής, δηλαδή την τιμή στην οποία η επιχείρηση παρέχει τη ζωτικής σημασίας εισροή στους downstream ανταγωνιστές, τότε προκύπτει ληστρική συμπίεση περιθωρίου κέρδους (predatory squeezes). Όταν το καθεστώς ρύθμισης είναι απόν, τότε προκύπτει αποκλειστική συμπίεση περιθωρίου κέρδους (squeeze as foreclosure).

Με βάση τον παραπάνω διαχωρισμό, οι συγγραφείς υποστηρίζουν πως το ήδη υπάρχον χρησιμοποιούμενο φάσμα των τεστ περιορίζεται στον έλεγχο για ληστρικές συμπιέσεις περιθωρίου κέρδους. Στο paper τους, αναλύουν τη σχέση και το φάσμα των margin/price squeeze τεστ, εστιάζοντας στο ρυθμιστικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Επίσης, κάτω από τα ήδη υπάρχοντα δεδομένα ρυθμιστικά καθεστώτα, εξετάζουν το κατά πόσο τα margin squeeze tests αποτελούν ένα αποτελεσματικό εφαλτήριο ex ante ρυθμίσεων σε περιπτώσεις παραβιάσεων των Νόμων περί Ανταγωνισμού. Στην ανάλυση τους, υιοθετούν τα παραπάνω τεστ εφαρμόζοντας τα στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, προσθέτοντας μία επιπλέον παράμετρο: η incumbent επιχείρηση αντιμετωπίζει ένα επιπρόσθετο κόστος για την παροχή της εισροής στους entrants το οποίο ισούται με C_2. Έτσι, η προσφορά του τελικού προϊόντος ή της υπηρεσίας στους καταναλωτές κοστίζει στην επιχείρηση $C_0 + C_I$, ενώ η προσφορά στους entrants και ανταγωνιστές της κοστίζει $C_0 + C_2$. Παρακάτω παρουσιάζονται τα τεστ για margin squeeze όπως αποδίδονται από τους Buckaert και Verboven σε αναλογία με το εκάστοτε ρυθμιστικό καθεστώς.

1.1. Τεστ για margin squeeze σε περιβάλλον πλήρους ρύθμισης (regulatory squeezes)

Σε περιβάλλον πλήρους ρύθμισης, ο ρυθμιστής προσδιορίζει τόσο την τιμή λιανικής, όσο και την τιμή χονδρικής της incumbent κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης, επομένως η τελευταία δεν έχει την ελευθερία να επιλέξει τις τιμές της. Η κατάσταση αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ορόσημο για τον εντοπισμό κάποιων προβλημάτων της Πολιτικής. Για την παρούσα ανάλυση χρησιμοποιούνται δύο παραδείγματα:

- **Ρύθμιση των τιμών προσανατολισμένη στο κόστος (cost-oriented regulation):** Μία cost-oriented ρύθμιση της τιμής λιανικής σημαίνει απλά πως $P = C_0 + C_I$. Η cost-oriented ρύθμιση της τιμής χονδρικής μπορεί είτε να επιτρέπει, είτε να μην επιτρέπει το επιπλέον κόστος C_2. Υποθέτουμε ότι το καθεστώς της ρύθμισης επιτρέπει την ύπαρξη ενός ποσοστού b ($0< b <1$) του επιπλέον αυτού κόστους. Στην περίπτωση αυτή, η cost-oriented ρυθμισμένη τιμή χονδρικής ισούται με $\alpha = C_0 + bC_2$. Υπό αυτές τις συνθήκες, για την τιμή χονδρικής και την τιμή λιανικής ισχύει η εξής σχέση:

$$P - \alpha = C_I - bC_2 \quad (1)$$

  Εφόσον $P - \alpha = C_I - bC_2 < C_I$, το πρώτο εκ των δύο τεστ που αναλύθηκαν προηγουμένως παραβιάζεται, εκτός και αν το ρυθμιστικό σύστημα επιβάλλει $b = 0$. Οδηγούμαστε έτσι στο συμπέρασμα ότι το πρώτο τεστ σε αυτή την περίπτωση είναι ασυνεπές, αφού σε κάθε περίπτωση θα εντοπίζεται margin squeeze.

- **Μερική cost-oriented ρύθμιση:** Σε αυτό το παράδειγμα, η ρύθμιση της τιμής χονδρικής είναι cost-oriented όπως παραπάνω σύμφωνα με τη σχέση $\alpha = C_0 + bC_2$, ενώ η ρύθμιση της τιμής λιανικής δεν είναι cost-oriented. Συγκεκριμένα, υποθέτουμε πως ο ρυθμιστής ακολουθεί ένα σύστημα τέτοιο ώστε $P < C_0 + C_I$. Με βάση αυτά τα δεδομένα ισχύει ότι $P - \alpha < C_I - bC_2$.

Επομένως προκύπτει ότι το τεστ δεν παραβιάζεται πάντα, ακόμη και αν δεν επιτρέπεται η ύπαρξη ενός ποσοστού b του C_2.

Με βάση τα δύο παραπάνω παραδείγματα, οι Buckaert και Verboven καταλήγουν πως σε περιβάλλον πλήρους ρύθμισης, όπου η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση δεν είναι σε θέση να επιλέξει τις τιμές της και να τις χρησιμοποιήσει ως εργαλείο για να κάνει margin squeeze, η χρησιμοποίηση των τεστ για margin squeeze δεν είναι πρέπουσα, καθώς τα αποτελέσματα μπορεί να είναι ασυνεπή. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, προκύπτουν τα λεγόμενα "regulatory price squeezes" ως «τεχνητά» αποτελέσματα του ρυθμιστικού συστήματος.

1.2. Τεστ για margin squeeze σε περιβάλλον μερικής ρύθμισης (predatory squeezes)

Υπό το καθεστώς μερικής ρύθμισης, ο ρυθμιστής προσδιορίζει την τιμή χονδρικής της incumbent καθετοποιημένης επιχείρησης, ενώ η τελευταία έχει τη δυνατότητα να επιλέξει την τιμή λιανικής. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, λοιπόν, είναι πρέπον μια υπόθεση margin squeeze να μελετηθεί ως μία ληστρική πρακτική, δηλαδή ως ένα εργαλείο της κάθετα οργανωμένης επιχείρησης για να επηρεάσει τη δομή της αγοράς και να επιφέρει την έξοδο των ανταγωνιστών της από αυτή.

Ουσιαστικά, η επιχείρηση τιμολογεί ληστρικά στην κάτω αγορά με σκοπό να προκαλέσει ζημίες στους ανταγωνιστές της και να τους αποκλείσει από την αγορά. Βέβαια στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να ισχύουν οι συνθήκες που καθιστούν την πρακτική της ληστρικής τιμολόγησης ορθολογική, όπως τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην κάτω αγορά, οι ασυμμετρίες στην αποτελεσματικότητα μεταξύ της incumbent επιχείρησης και των νεοεισερχόμενων ανταγωνιστών της, οι ασυμμετρίες στην πληροφόρηση οι οποίες δίνουν στην incumbent τη δυνατότητα να χρηματοδοτείται με ευνοϊκότερους όρους από τις χρηματαγορές κ.α. Το ζήτημα του εντοπισμού της ληστρικής συμπεριφοράς έχει γίνει στο παρελθόν αντικείμενο πολλών συζητήσεων. Το πλέον αποδεκτό επιχείρημα είναι πως το τεστ εντοπισμού μιας τέτοιας συμπεριφοράς δεν θα πρέπει να βασίζεται στο περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών, καθώς αυτοί μπορεί να είναι αναποτελεσματικοί, αλλά στο περιθώριο κέρδους της incumbent καθετοποιημένης επιχείρησης.

Η ισχύουσα Ευρωπαϊκή πρακτική βασίζεται στην υπόθεση AKZO και συμμορφώνεται με τον κανόνα των Areeda και Turner σχετικά με την ληστρική τιμολόγηση , ο οποίος ορίζει πως η τιμολόγηση κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους θα πρέπει να απαγορεύεται. Η υιοθέτηση της λογικής αυτής στην περίπτωση υποθέσεων margin squeeze σε περιβάλλον μερικής ρύθμισης, οδηγεί στην εφαρμογή ενός τεστ το οποίο εξετάζει την εξής σχέση:

$$P > C_0 + C_1 \qquad (2)$$

Πρόκειται για ένα ευθύ τεστ εξέτασης ληστρικής συμπεριφοράς το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις Αρχές Ανταγωνισμού. Σε περίπτωση που η παραπάνω ανισότητα δεν ισχύει συμπεραίνεται πως η επιχείρηση τιμολογεί ληστρικά στην κάτω αγορά. Συγκεκριμένα, εξειδικεύοντας αυτό το επιχείρημα στην περίπτωση του περιβάλλοντος μερικής ρύθμισης, υποθέτουμε πως η τιμή χονδρικής υφίσταται μία cost-oriented ρύθμιση έτσι ώστε $\alpha = C_0 + bC_2$. Κάτω από αυτές τις συνθήκες, η σχέση (2) είναι ισοδύναμη με το ακόλουθο προτεινόμενο τεστ:

$$P - \alpha > C_I - bC_2 \qquad (3)$$

Εφόσον τα δύο αυτά τεστ είναι ισοδύναμα, για ποιο λόγο η Αρχή Ανταγωνισμού θα επιλέξει να χρησιμοποιήσει το προτεινόμενο τεστ (3) αντί του ήδη οικείου τεστ ληστρικής συμπεριφοράς (2); Οι συγγραφείς παραθέτουν δύο έγκυρους λόγους. Ο πρώτος αφορά τη δυσκολία του υπολογισμού του μέσου μεταβλητού κόστους της επιχείρησης. Χρησιμοποιώντας το τεστ (3), η Αρχή Ανταγωνισμού υπερπηδά αυτό το εμπόδιο αφού μπορεί να χρησιμοποιήσει τα δεδομένα που έχει δημιουργήσει ο ρυθμιστής ex-ante. Δεύτερον, χρησιμοποιώντας το τεστ (3) η Αρχή Ανταγωνισμού εξασφαλίζει πως δεν θα υπάρχει καμία ασυνέπεια μεταξύ της δικής της ex-post πολιτικής και της ex-ante πολιτικής του ρυθμιστή.

Είναι σημαντικό να εξεταστεί ποια είναι τα κίνητρα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης να κάνει margin squeeze σε ένα περιβάλλον μερικής ρύθμισης. Οι Biglaiser και DeGraba (2001) έχουν αναλύσει τα κίνητρα αυτά στην περίπτωση που η επιχείρηση χρεώνει μία ρυθμισμένη και σταθερή τιμή για την εισροή της και έχουν μελετήσει πως μεταβάλλονται τα κίνητρα της για ληστρικό margin squeeze όταν η τιμή χονδρικής αυξάνεται ex-ante από τον ρυθμιστή. Αποδεικνύουν πως μία τέτοια αύξηση έχει δύο επιπτώσεις. Πρώτον, αυξάνει το κέρδος της κάθετα ολοκληρωμένης incumbent επιχείρησης από την upstream δραστηριότητά της, δηλαδή την πώληση της εισροής στους downstream ανταγωνιστές της. Δεύτερον, μία αύξηση στην τιμή της εισροής καθιστά τη ληστρική συμπεριφορά λιγότερο ζημιογόνο, αφού η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να θέσει υψηλότερη ληστρική τιμή. Οι Biglaiser και DeGraba καταλήγουν ότι η πρώτη επίπτωση είναι ισχυρότερη και συμπεραίνουν πως συνολικά μία αύξηση στην ρυθμισμένη τιμή χονδρικής θα μειώσει το κίνητρο για ληστρικό margin squeeze. Ο ρυθμιστής λοιπόν λαμβάνοντας υπόψη το παραπάνω επιχείρημα μπορεί να αποτρέψει την εφαρμογή της ληστρικής αυτής πρακτικής ex-ante, αντί του να παρέμβει ex-post, αυξάνοντας την τιμή της βασικής εισροής που η επιχείρηση παράγει upstream σε επίπεδα πάνω του κόστους.

1.3. Τεστ για margin squeeze σε μη-ρυθμισμένο περιβάλλον (squeezes as foreclosure)

Η απουσία ρύθμισης σημαίνει πως η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να προσδιορίσει ελεύθερα τόσο την τιμή την οποία χρεώνει για τη βασική εισροή στους ανταγωνιστές της, όσο και την τιμή την οποία χρεώνει για το προϊόν που παράγει στην κάτω αγορά. Κάτω από αυτές τις συνθήκες προκύπτει το ενδεχόμενο τόσο για ληστρική συμπεριφορά απέναντι στους ανταγωνιστές της, όσο και για αποκλειστική. Όσον αφορά τη ληστρική συμπεριφορά, το κίνητρο για ληστρικό margin squeeze εξακολουθεί να υφίσταται όπως και στην περίπτωση της μερικής ρύθμισης. Ωστόσο, η τιμή της εισροής σε απορυθμισμένο περιβάλλον δεν προσδιορίζεται πλέον με βάση το κόστος όπως αναλύθηκε προηγουμένως, επομένως το κατάλληλο τεστ δεν είναι το (3) όπως προτάθηκε στην προηγούμενη ενότητα, αλλά ένα άμεσο τεστ ληστρικής συμπεριφοράς.

Το μη-ρυθμισμένο περιβάλλον παρέχει ένα ακόμη εργαλείο στην incumbent επιχείρηση για να επηρεάσει και να αυξήσει τα κέρδη της. Εκτός από την τιμή του προϊόντος της στην downstream market είναι σε θέση να επιλέξει ελεύθερα και την τιμή της εισροής την οποία προμηθεύει στους ανταγωνιστές της. Η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση, όντας μονοπώλιο στην πάνω αγορά, είναι πιθανό να έχει το κίνητρο να εξασκήσει τη δύναμη αγοράς της ώστε να εξαλείψει τον ανταγωνισμό θέτοντας υψηλή τιμή για το τελικό προϊόν και ταυτόχρονα θέτοντας υψηλή τιμή για τη βασική εισροή, ώστε οι downstream ανταγωνιστές της να μη δύνανται να λειτουργήσουν αποτελεσματικά. Πράγματι, σύμφωνα με το δόγμα του αποκλεισμού η επιχείρηση έχει το κίνητρο να αποκλείσει τους downstream ανταγωνιστές της, είτε για να επεκταθεί ως μονοπώλιο και στην κάτω αγορά, είτε για να «κλειδώσει» την μονοπωλιακή της δύναμη στην πάνω αγορά. Το ερώτημα είναι κατά πόσο η τιμή της εισροής που θέτει η incumbent επιχείρηση είναι υπερβολικά υψηλή σε σχέση με την τιμή που χρεώνει για το downstream προϊόν, ώστε να μειωθεί η ένταση του ανταγωνισμού στην κάτω αγορά.

Η επιχείρηση υπό την απουσία ρύθμισης έχει δύο επιλογές. Μπορεί να θέσει την τιμή α σε τέτοια επίπεδα, ώστε να ισχύει η σχέση: $P - \alpha < C_E$. Σε αυτή την περίπτωση συμπιέζει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της σε τέτοιο βαθμό, ώστε να τους αποκλείσει από την αγορά και μπορεί να αντιμετωπίζεται ως μονοπώλιο στην downstream market με οριακό κόστος $C_0 + C_I$. Δεύτερον, η επιχείρηση μπορεί να αποφασίσει να προμηθεύσει την βασική εισροή στους downstream ανταγωνιστές της σε μία τιμή P για το προϊόν της κάτω αγοράς επαρκώς υψηλή ώστε να ισχύει $P - \alpha < C_E$. Υποθέτοντας ότι οι ανταγωνιστές δεν έχουν δύναμη αγοράς, η τιμή λιανικής τους p, θα είναι τέτοια ώστε $p = \alpha + C_E$. Το πρόβλημα της incumbent επιχείρησης για την επιλογή μιας τιμής α για την εισροή η οποία θα μεγιστοποιεί το κέρδος της υπό τον περιορισμό του κόστους της $C_0 + C_2$ είναι ισοδύναμο με την επιλογή μιας τιμής λιανικής $p = \alpha + C_E$ υπό τον περιορισμό του οριακού κόστους $C_0 + C_2 + C_E$.

Υπό το πρίσμα οποιασδήποτε από τις παραπάνω επιλογές, η επιχείρηση μπορεί να λειτουργήσει ως μονοπωλητής στην downstream αγορά. Αν επιλέξει να συμπιέσει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της ή να τους αποκλείσει, θα θέσει μία μονοπωλιακή profit-maximizing τιμή για το downstream προϊόν υπό τον περιορισμό του κόστους $C_0 + C_I$. Από την άλλη, αν επιλέξει να παραχωρήσει την πρόσβαση στην εισροή, θα θέσει μονοπωλιακή τιμή λιανικής υπό τον περιορισμό $C_0 + C_2 + C_E$.

Εφόσον τα μονοπωλιακά κέρδη είναι φθίνουσα συνάρτηση του οριακού κόστους, συμπεραίνουμε ότι η επιχείρηση θα ακολουθήσει τη δεύτερη επιλογή αν και μόνο αν $C_0 + C_2 + C_E < C_0 + C_I$. Σε οποιαδήποτε από τις δύο περιπτώσεις, όμως, οι καταναλωτές πληρώνουν μία μονοπωλιακή τιμή για το προϊόν της downstream αγοράς, για την οποία φυσικά είναι υπεύθυνη η κάθετα ολοκληρωμένη incumbent επιχείρηση. Παρόλα αυτά ο αποκλεισμός δεν θα πρέπει να θεωρείται δεδομένος per se, καθώς θα προκύψει μόνο αν η εφαρμογή του είναι παραγωγικά αποτελεσματική για την επιχείρηση.

Οι Bouckaert και Verboven εξετάζουν τα αποτελέσματα του πρώτου τεστ που χρησιμοποιείται ευρέως στην Ευρωπαϊκή Ένωση ($P - α - C_I < 0$) με βάση τα δεδομένα ενός μη ρυθμισμένου περιβάλλοντος με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το βαθμό στον οποίο το τεστ περιορίζει τις επιχειρήσεις από το να κάνουν margin squeeze:

Περίπτωση 1η: $C_I < C_E$

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, αν $C_I - C_2 < C_I < C_E$, τότε η incumbent επιχείρηση θα επιλέξει να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της θέτοντας μία τιμή α επαρκώς υψηλή ώστε $P – α < C_E$. Συγκεκριμένα, θα θέσει τέτοια τιμή για την εισροή, ώστε $C_I < P – α < C_E$. Επομένως, η σχέση $P – α – C_I > 0$ δεν περιορίζει την incumbent επιχείρηση.

Περίπτωση 2η: $C_I – C_2 < C_E < C_I$

Και σε αυτή την περίπτωση η incumbent επιχείρηση θα επιλέξει να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της θέτοντας τιμή α ώστε να ισχύει $P – α < C_E$. Παρόλα αυτά, όμως, ισχύει ότι $C_E < C_I$. Αυτό το γεγονός υπονοεί πως η επιχείρηση θα πρέπει να διασφαλίσει ότι $P – α < C_I$, επομένως θα παραβιάσει το πρώτο τεστ για margin squeeze. Σε αυτή την περίπτωση το τεστ αποτρέπει την επιχείρηση από το να συμπιέσει το περιθώριο κέρδους των ανταγωνιστών της και να τους αποκλείσει.

Περίπτωση 3η: $C_E < C_I – C_2$

Αν ισχύει η παραπάνω σχέση η κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση θα επιλέξει να κάνει "outsourcing" την downstream δραστηριότητα της, θέτοντας τιμή λιανικής P για το προϊόν τόσο υψηλή ώστε να ισχύει $P – α < C_E$. Συγκεκριμένα, αυτό θα μπορούσε να το επιτύχει αν η τιμή P ήταν τέτοια ώστε $P - \alpha > C_I > C_I - C_2 > C_E$. Επομένως και πάλι το πρώτο τεστ δεν παραβιάζεται και η επιχείρηση δεν περιορίζεται από το να κάνει margin squeeze.

Συμπερασματικά, σε ένα περιβάλλον απουσίας ρύθμισης, το τεστ $P - \alpha - C_I < 0$ δεν περιορίζει τη δυνατότητα της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης να πραγματοποιήσει margin squeeze, εκτός της περίπτωσης 2. Από τη στιγμή που τα τεστ για margin squeeze δεν ωφελούν ιδιαίτερα την ανάλυση υποθέσεων σε μη-ρυθμισμένο περιβάλλον, θα πρέπει από την Αρχή Ανταγωνισμού να λαμβάνονται υπόψη εναλλακτικά στοιχεία και να χρησιμοποιούνται κάποιες μέθοδοι με σκοπό τον εντοπισμό και την αποτροπή συμπίεσης περιθωρίου. Μία πρώτη λύση είναι η αναρρύθμιση των τιμών χονδρικής και λιανικής σε επίπεδα κοντά στα ανταγωνιστικά. Αν και μία τέτοια κίνηση ίσως να είναι αναπόφευκτη, δεν παύει να είναι και ανεπιθύμητη πρακτική από πολλές χώρες καθώς αντιβαίνει στο πνεύμα απορρύθμισης που επικρατεί. Μία άλλη εναλλακτική λύση αποτελεί η ενθάρρυνση του ανταγωνισμού στο ανώτερο κομμάτι της παραγωγικής αλυσίδας, στην upstream αγορά. Με άλλα λόγια η ενθάρρυνση των επενδύσεων για την παραγωγή εναλλακτικών εισροών. Μία τέτοια πολιτική σχετίζεται με θέματα δυναμικής αποτελεσματικότητας και θα πρέπει να βασίζεται σε προσεκτική ανάλυση κόστους-οφέλους.

Τέλος μία δραστική λύση είναι η διάσπαση της κάθετα ολοκληρωμένης επιχείρησης σε upstream και downstream μονάδα. Οι Rey και Tirole (1997), υποστηρίζουν πως ένας τέτοιος διαχωρισμός θα μείωνε τη δύναμη αγοράς στο upstream τμήμα. Η αποκαθετοποιημένη upstream επιχείρηση θα κάνει ένα συμβόλαιο με έναν downstream πωλητή λιανικής, έχοντας ταυτόχρονα το κίνητρο να συνάψει κρυφά συμβόλαια και με άλλους πωλητές. Το γεγονός αυτό θα μείωνε τις τιμές. Η κάθετα οργανωμένη επιχείρηση δεν έχει το αντίστοιχο κίνητρο, αφού είναι σε θέση να εσωτερικοποιήσει την εξωτερικότητα που προκαλεί στην downstream δραστηριότητα της. Φυσικά για να προχωρήσει η Αρχή σε μία τέτοια κίνηση διαχωρισμού, θα πρέπει να διασφαλίσει ότι τα οφέλη που θα προκύψουν θα αντισταθμίζουν την όποια αναποτελεσματικότητα προκαλεί ο κάθετος διαχωρισμός της incumbent επιχείρησης.

2. Margin Squeeze στις αγορές σταθερής τηλεφωνίας

Η σταθερή τηλεφωνία είναι μία αγορά στην οποία η πρακτική του margin squeeze μπορεί να εφαρμοστεί σαφέστατα λόγω της χρήσης του δικτύου χαλκού, το οποίο αποτελεί μία essential facility. Η συγκεκριμένη αγορά απελευθερώθηκε στα τέλη της δεκαετίας του '90 στην Ευρώπη, επιτρέποντας την είσοδο νέων ανταγωνιστών και την πρόσβαση τους στα δίκτυα των ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων που μέχρι πρότινος αποτελούσαν μονοπώλια. Η τιμολόγηση της πρόσβασης στα εν λόγω δίκτυα υπήρξε υπερβολικά υψηλή και η μείωση της αποτέλεσε το κύριο μέλημα των Ρυθμιστικών Αρχών.

Οι Wolfgang Briglauer, Georg Götz και Anton Schwarz διερεύνησαν σε σχετικό τους working paper το 2010 ("Margin Squeeze in Fixed-Network Telephony Markets – competitive or anticompetitive?") τις επιπτώσεις των διαφόρων ειδών ρύθμισης τόσο σε επίπεδο λιανικής, όσο και χονδρικής, στον downstream ανταγωνισμό στις αγορές σταθερής τηλεφωνίας. Επιπλέον, μελέτησαν το κατά πόσο η πρακτική του margin squeeze στον κλάδο αυτό θα πρέπει να θεωρείται αποτέλεσμα αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς λαμβάνοντας υπόψη της ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται η σταθερή τηλεφωνία από νέες αγορές τηλεπικοινωνιών όπως αυτή της κινητής τηλεφωνίας. Συγκεκριμένα, η έρευνα βασίζεται στην υποδειγματοποίηση του margin squeeze με βάση δύο ασυμμετρίες μεταξύ της incumbent επιχείρησης και των νεοεισερχόμενων στην αγορά ανταγωνιστών της: i.) η ήδη υπάρχουσα επιχείρηση έχει μηδενικό οριακό κόστος, ενώ η νέα επιχείρηση έχει θετικό οριακό κόστος πρόσβασης στο δίκτυο. , ii.) η ήδη υπάρχουσα επιχείρηση κάνει τιμολόγηση δύο μερών (two-part tariff) σε επίπεδο λιανικής, δηλαδή οι καταναλωτές της χρεώνονται ένα πάγιο για την πρόσβαση στις υπηρεσίες της και μία τιμή/κλήση, ενώ η νέα επιχείρηση (entrant) τιμολογεί τις κλήσεις γραμμικά.

Επίσης, κατά τη μοντελοποίηση, το προϊόν της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης διαφοροποιείται οριζόντια από αυτά των νέων επιχειρήσεων οι οποίες είναι συμμετρικές, προσφέρουν ομοιογενές προϊόν και δεν έχουν δύναμη αγοράς.

Προϊόντα που προκύπτουν από άλλες υποδομές, όπως η κινητή τηλεφωνία, εντάσσονται στους δυνητικούς ανταγωνιστές, αποτελούν μία «εξωτερική ευκαιρία» για τους καταναλωτές. Οι συγγραφείς καταλήγουν στο συμπέρασμα πως οι νέες επιχειρήσεις με βάση αυτά τα δεδομένα μπορεί να υποστούν margin squeeze αν η τιμή για την πρόσβαση στο δίκτυο τεθεί σε επίπεδα μέσου κόστους και αυξηθεί η ανταγωνιστική πίεση από τις εναλλακτικές υποδομές. Από την άλλη, η διαφοροποίηση των προϊόντων μειώνει την πιθανότητα για margin squeeze με σκοπό τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά. Για την απόδειξη αυτών των συμπερασμάτων οι συγγραφείς δημιουργούν ένα μοντέλο της αγοράς όπως παρατίθεται παρακάτω.

Έστω μία ήδη υπάρχουσα (incumbent) κάθετα οργανωμένη επιχείρηση I, η οποία ανταγωνίζεται με δύο νέες επιχειρήσεις E_2 και E_2. Υποθέτουμε ότι οι νέες επιχειρήσεις αγοράζουν την πρόσβαση τους στο δίκτυο και πουλάνε στους καταναλωτές υπηρεσίες ίδιες με εκείνες της I. Ουσιαστικά, λόγω της παραπάνω υπόθεσης, οι καταναλωτές δεν αντιμετωπίζουν τα προϊόντα ως διαφοροποιημένα, επομένως στην αγορά υφίσταται ανταγωνισμός τιμών a la Bertrand και η τιμή των νέων επιχειρήσεων θα ισούται με το οριακό τους κόστος t, δηλαδή την τιμή πρόσβασης στο δίκτυο της I(το κόστος σε επίπεδο λιανικής είναι μηδενικό).

Σε επίπεδο λιανικής, η I κάνει τιμολόγηση δύο μερών στους καταναλωτές θέτοντας ένα πάγιο f και μία τιμή p_I/λεπτό ομιλίας. Οι E_1 και E_2 τιμολογούν τους καταναλωτές γραμμικά θέτοντας τιμές p_{E1} και p_{E2} αντίστοιχα ανά λεπτό ομιλίας. Οι καταναλωτές καλούνται να πληρώσουν υποχρεωτικά το πάγιο f στην I και έπειτα μπορούν να επιλέξουν οποιαδήποτε επιχείρηση για να πραγματοποιήσουν τις κλήσεις τους. Η I, σε αντίθεση με τις νέες επιχειρήσεις, έχει δύναμη αγοράς και επομένως είναι σε θέση να διαφοροποιήσει την τιμή της σε σχέση με τις E_1 και E_2. Η ζήτηση των νέων επιχειρήσεων είναι η εξής:

$$(1) \qquad x_{Ei} = \begin{cases} 0, & \text{για } p_{Ei} > p_{Ej} \\ \dfrac{1}{2}\dfrac{a - p_{Ei} - as + p_I s}{1 - s^2}, & \text{για } p_{Ei} = p_{Ej} \qquad i, j = 1,2\ ,\ i \neq j \\ \dfrac{a - p_{Ei} - as + p_I s}{1 - s^2}, & \text{για } p_{Ei} < p_{Ej} \end{cases}$$

Η Ι αντιμετωπίζει την εξής ζήτηση λιανικής:

(2) $$x_I = \frac{a - p_I - as + p_E s}{1 - s^2},$$

Όπου $p_E = \min\{p_{E1}, p_{E2}\}$ και s ο δείκτης διαφοροποίησης ανάμεσα στο 0 και το 1 με s=0 να σημαίνει ανεξάρτητες ζητήσεις και s=1 να σημαίνει ότι οι καταναλωτές θεωρούν τα προϊόντα των νέων επιχειρήσεων τέλεια υποκατάστατα των προϊόντων της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης. Οι παραπάνω συναρτήσεις εξάγονται από την οιωνεί-γραμμική συνάρτηση χρησιμότητας ενός αντιπροσωπευτικού καταναλωτή:

(3) $$U = y + (x_{E1} + x_{E2} + x_I) - \frac{x_{E1} + x_{E2}{}^2}{2} - \frac{x_I{}^2}{2} - sx_{E1} + x_{E2}x_I,$$

Όπου *y* το "numeraire" αγαθό. Οι καταναλωτές θεωρούνται πανομοιότυποι. Με βάση την (3) το πλεόνασμα καταναλωτή δίνεται από την εξίσωση:

(4) $$CS = U - Y = a - (x_E + x_I) - \frac{x_E{}^2}{2} - \frac{x_I{}^2}{2} - sx_E x_I - p_E x_E - p_I x_I - f,$$

Όπου $x_E = x_{E1} + x_{E2}$ και το συνολικό εισόδημα *Y* ισούνται με τη συνολική δαπάνη από τον εισοδηματικό περιορισμό και f είναι το πάγιο πρόσβασης στο δίκτυο. Με άλλα λόγια ισχύει η σχέση $Y = y + p_E x_E + p_I x_I + f$. Με ανάλογο τρόπο προσδιορίζεται και το CS^0 δηλαδή το πλεόνασμα που αντλεί ο καταναλωτής αν στραφεί σε εναλλακτικές αγορές όπως η κινητή τηλεφωνία, δηλαδή σε δυνητικούς ανταγωνιστές. Ο καταναλωτής θα επιλέξει να αγοράσει πρόσβαση από την Ι αν $CS > CS^0$. Σημειώνεται ότι ο καταναλωτής καλείται να επιλέξει ανάμεσα στο προϊόν του εξωτερικού εναλλακτικού παρόχου, στο προϊόν της Ι ή στα προϊόντα των νέων επιχειρήσεων. Υποθέτουμε ότι η Ι θεωρεί δεδομένη τη χρησιμότητα που αντλείται από εναλλακτικούς παρόχους, επομένως οποιαδήποτε πιθανή στρατηγική αλληλεπίδραση μεταξύ διαφόρων segments της αγοράς (π.χ. κινητή εναντίον σταθερής τηλεφωνίας) δεν μοντελοποιείται στην παρούσα φάση.

Το κέρδος της νέας επιχείρησης *i* ισούται με:

(5) $$\Pi_{Ei} = x_{Ei}(p_{Ei} - t),$$

ενώ το κέρδος της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης I ισούται με:

(6) $$\Pi_I = f + x_I p_I + t x_E$$

Για λόγους ευκολίας, οποιοδήποτε άλλο μεταβλητό κόστος θεωρείται ίσο με το μηδέν. Όσον αφορά το σταθερό κόστος, υποθέτουμε ότι μια service-based είσοδος στην αγορά δεν απαιτεί fixed επενδύσεις. Επομένως, οι νέες επιχειρήσεις δεν αντιμετωπίζουν σταθερό κόστος ούτε σε επίπεδο χονδρικής, ούτε σε επίπεδο λιανικής. Αυτό υπονοεί ότι ο αποκλεισμός δεν είναι δυνατόν να υφίσταται όσο υπάρχουν παράγοντες που αυξάνουν τη ζήτηση, δηλαδή όσο $s<1$.

2.1. Ισορροπία κάτω από διάφορα ρυθμιστικά καθεστώτα

1. Περίπτωση ορόσημο

Όπως προαναφέρθηκε, το υπόδειγμα παρουσιάζει τουλάχιστον δύο νέους ανταγωνιστές χωρίς δύναμη αγοράς οι οποίοι προσφέρουν ομοιογενές προϊόν και ανταγωνίζονται a la Bertrand, άρα θέτουν τιμή ίση με το οριακό τους κόστος $p_E = t$. Επομένως στην περίπτωση αυτή δεν υφίσταται πρόβλημα διπλού περιθωρίου κέρδους και η incumbent επιχείρηση θα θέσει τιμή πρόσβασης στο δίκτυο ίση με το οριακό κόστος, δηλαδή ισχύει $t = 0$. Το γεγονός αυτό μεγιστοποιεί το πλεόνασμα των καταναλωτών το οποίο η incumbent επιχείρηση αποσπά μέσω του σταθερού παγίου f^{UR}.

$$f^{UR} = \frac{a^2}{1+s} - CS^0$$

Το σταθερό πάγιο είναι φθίνουσα συνάρτηση της παραμέτρου διαφοροποίησης s, δηλαδή όσο πιο ομοιογενή είναι τα προϊόντα, τόσο μειώνεται το πλεόνασμα καταναλωτή.

Το παραπάνω αποτέλεσμα αποτελεί ένα παράδειγμα της κριτικής της Σχολής του Σικάγο σύμφωνα με την οποία υπάρχει ένα και μόνο μονοπωλιακό κέρδος το οποίο η incumbent επιχείρηση μπορεί να αποκομίσει μέσω του παγίου. Αν οι ενδεχόμενοι ανταγωνιστές είναι εξίσου αποτελεσματικοί πάροχοι υπηρεσιών σε επίπεδο λιανικής και αν δεν έχουν δύναμη αγοράς, τότε συμφέρει αυστηρά την incumbent επιχείρηση να τους προσφέρει πρόσβαση στο δίκτυο της για $s < 1$. Οι ιδιότητες της ισορροπίας σχετικά με την ευημερία είναι απλές. Εφόσον οι τιμές ισούνται με το οριακό κόστος βρισκόμαστε στην περίπτωση first-best. Η συνολική ευημερία μεγιστοποιείται και το πλεόνασμα των καταναλωτών ισούται με το πλεόνασμα που προκύπτει από τις εναλλακτικές εξωτερικές ευκαιρίες.

2. Ρύθμιση του παγίου *f* σε επίπεδο λιανικής.

Μέχρι στιγμής έχει μελετηθεί η περίπτωση στην οποία η incumbent επιχείρηση χρεώνει τιμή λιανικής κοντά στο επίπεδο του οριακού κόστους αποσπώντας το πλεόνασμα καταναλωτή μέσω του παγίου πρόσβασης στο δίκτυο. Στο σημείο αυτό θα μελετηθούν οι αλλαγές που προκύπτουν αν το πάγιο ρυθμιστεί. Με την επιβολή περιορισμών στο f, η εξαγωγή όλου του πλεονάσματος του καταναλωτή καθίσταται πλέον αδύνατη.

Θεωρούμε το εξής παίγνιο τριών σταδίων:

Στάδιο 1: Ο ρυθμιστής θέτει το πάγιο πρόσβασης σε επίπεδο λιανικής ίσο με f^R.

Στάδιο 2: Η incumbent επιχείρηση θέτει την τιμή σε επίπεδο χονδρικής ίση με *t*.

Στάδιο 3: Λαμβάνει χώρα ανταγωνισμός τιμών μεταξύ των επιχειρήσεων.

Πρέπει να διακρίνουμε μεταξύ τριών περιπτώσεων

Περίπτωση 1: Το f^R είναι τόσο χαμηλό ώστε να θέτονται άριστες γραμμικές τιμές.

Περίπτωση 2: Το f^R είναι μεσαίας κλίμακας ώστε μία οριακή αλλαγή του να έχει επίπτωση στις τιμές.

Περίπτωση 3: Το f^R είναι αρκετά υψηλό και επανερχόμαστε στην περίπτωση ορόσημο με απουσία ρύθμισης που αναλύθηκε παραπάνω.

Στην περίπτωση 1, το πάγιο είναι αρκετά χαμηλό και η incumbent επιχείρηση μεγιστοποιεί τα κέρδη της επιλέγοντας μία άριστη γραμμική τιμή p_I. Λαμβάνοντας υπόψη ότι $p_E = t$, η μεγιστοποίηση του κέρδους αποδίδει την εξής συνάρτηση αντίδρασης, η οποία αποτελεί και την τιμή ισορροπίας στο τρίτο στάδιο του παιγνίου:

$$p_I = \frac{a(1-s)}{2} + ts \tag{7}$$

Αντικαθιστώντας την παραπάνω σχέση στη συνάρτηση κερδών και λύνοντας για την τιμή ισορροπίας σε επίπεδο ισορροπίας, λαμβάνουμε:

$$t = \frac{a}{2} \tag{8}$$

Το αποτέλεσμα είναι απλό. Ο ανταγωνισμός Bertrand στο downstream επίπεδο μεταξύ των νέων επιχειρήσεων οδηγεί σε τιμή $p_E = t$ και η incumbent επιχείρηση θέτει τιμές t και p_I μονοπωλιακές και ίσες με α/2 . Θέτοντας την τιμή t σε αυτό το επίπεδο, η incumbent επιχείρηση επιδιώκει να αποσπάσει όλο το δυνατό κέρδος με γραμμική τιμολόγηση. Σημειώνεται ότι αυτή η λογική έχει εφαρμογή μόνο όταν τόσο το πάγιο f^R , όσο και η χρησιμότητα από τα εξωτερικά εναλλακτικά αγαθά (άρα και το CS^0) είναι σε χαμηλά επίπεδα. Υποθέτουμε λοιπόν ότι ακόμα κι αν τεθούν μονοπωλιακές τιμές για τις υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, δεν υπάρχει μεγάλη υποκατάσταση από πλευράς ζήτησης με άλλες υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών. Δεδομένου του ότι η κινητή τηλεφωνία θεωρείται ένα αυξανόμενα καλύτερο υποκατάστατο για τις υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, υποθέτουμε πως η incumbent επιχείρηση αντιμετωπίζει ισχυρούς περιορισμούς.

Στην περίπτωση 2, υποθέτουμε ότι η incumbent επιχείρηση έχει τέτοια τιμή και πάγιο ώστε το επακόλουθο πλεόνασμα καταναλωτή να ισούται με $f^R + C^0$.

(9) $$p_I = p_E = t = a - \sqrt{CS^0 + f^R\left(1+s\right)}$$

για $$CS^0 + f^R \in \left[\frac{a^2}{4\left(1+s\right)}, \frac{a^2}{1+s}\right]$$

Δεδομένου του ότι το ρυθμισμένο πάγιο αποσκοπεί στο να υφίσταται ένα επαρκές πλεόνασμα καταναλωτή, η incumbent επιχείρηση θα θέσει τις τιμές της όσο το δυνατόν ψηλότερα εφόσον βρίσκονται στο φάσμα κάτω των μονοπωλιακών τιμών. Το αποτέλεσμα της σχέσης (9) δείχνει ότι δεν υπάρχει σε αυτή την περίπτωση margin squeeze. Επιπλέον, όσο η χρησιμότητα των καταναλωτών από τις εναλλακτικές υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών αυξάνεται, οι τιμές της incumbent επιχείρησης μειώνονται, δηλαδή αυτός ο διακλαδικός ανταγωνισμός έχει άμεσες επιπτώσεις στις τιμές των κλήσεων. Επίσης, η σχέση μεταξύ f^R, τιμών ισορροπίας και χρέωσης πρόσβασης είναι αντίστροφη. Αν επιτραπεί στην επιχείρηση να χρεώσει ένα υψηλότερο σταθερό πάγιο, θα μειώσει τιμή ανά κλήση.

3. Ρύθμιση του παγίου f και της τιμής πρόσβασης t.

Στην παρούσα ρυθμιστική πολιτική της ευρωπαϊκής ένωση είναι πολύ συνηθισμένη τόσο η ρύθμιση τόσο της σταθερής πάγιας χρέωσης των καταναλωτών σε επίπεδο λιανικής, όσο και η ρύθμιση της τιμής πρόσβασης στο δίκτυο της incumbent επιχείρησης σε επίπεδο χονδρικής. Πρέπει να διαχωρίσουμε τις περιπτώσεις όπου το f^R είναι δεσμευτικό για την επιχείρηση. Επίσης, η τιμή πρόσβασης στο δίκτυο είναι ένας εξωγενής παράγοντας ορισμένος από τη Ρυθμιστική Αρχή και είναι είτε cost-oriented t^{CO}, είτε ορίζεται με έναν retail-minus κανόνα $t^{RM} = p_I$. Συνήθως η cost-oriented ρύθμιση βασίζεται στο μέσο κόστος του δικτύου της incumbent, άρα η τιμή βρίσκεται σε επίπεδα υψηλότερα του οριακού κόστους. Σε κάθε περίπτωση, η τιμή που θα αντιμετωπίσει η entrant επιχείρηση για την πρόσβαση στο δίκτυο της incumbent θα έχει προσδιοριστεί από τον ρυθμιστή.

Αρχικά, υποθέτουμε πως η τιμή πρόσβασης είναι cost-oriented και ισούται με t^{CO}. Για ένα χαμηλό επίπεδο παγίου f^R (όπως στην περίπτωση 1) , γνωρίζουμε ότι θα προκύψει η άριστη γραμμική τιμολόγηση. Η τιμή λιανικής της incumbent επιχείρησης εξάγεται από τη συνάρτηση αντίδρασης (7) και παρατηρούμε ότι:

(10) $$p_I = 1 - s\frac{a}{2} + st^{co}$$

Σημειώνεται ότι η τιμή p_I είναι πάντα μεγαλύτερη του t^{CO} , καθώς πρόκειται για ένα σταθμισμένο μέσο όρο της μονοπωλιακής τιμής και της τιμής πρόσβασης στο δίκτυο t^{CO}. Επομένως, η τιμή της incumbent επιχείρησης είναι μεγαλύτερη από εκείνη των νέων επιχειρήσεων και συμπεραίνεται ότι δεν υπάρχει margin squeeze.

Όταν το f^R είναι μεσαίας κλίμακας, όπως παρουσιάστηκε προηγουμένως στην περίπτωση 2, δηλαδή φια μεγαλύτερες τιμές του $f^R + CS^0$, τα αποτελέσματα είναι τα εξής: Αν $f^R + CS^0$ είναι μεγαλύτερο από το πλεόνασμα καταναλωτή που προκύπτει με άριστη γραμμική τιμολόγηση, δηλαδή :

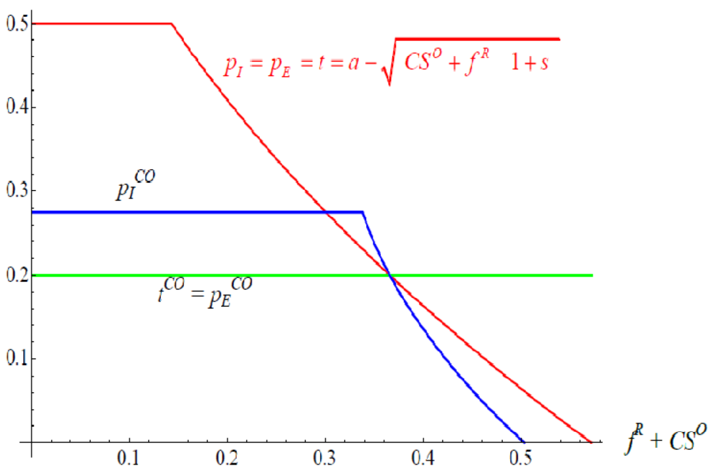
(11) $$f^R + CS^0 > CS\left(p_I = 1 - s\frac{a}{2} + st^{CO}, p_E = t^{CO}\right) = \frac{1}{8}\left(\frac{a^2(5+3s)}{1+s} - 8at^{CO} + 4t^{CO^2}\right)$$

Αν ισχύει αυτή η συνθήκη, η incumbent επιχείρηση θα χρεώσει όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή προκειμένου να εξασφαλίσει το f^R. Αν ισχύει ότι:

(12) $$f^R + CS^0 > CS\left(p_I = t^{CO}, p_E = t^{CO}\right) = \frac{a - t^{CO^2}}{1+s}$$

Τότε η incumbent θα χρεώσει τιμή χαμηλότερη από εκείνη των νέων επιχειρήσεων και χαμηλότερη από το t^{CO}.

Στο παρακάτω σχήμα, φαίνονται οι τιμές πρόσβασης στο δίκτυο και οι τιμές λιανικής ως συνάρτηση των f^R και CS^0, συμπεριλαμβανομένων των περιπτώσεων ύπαρξης και μη ρύθμισης για την τιμή χονδρικής (α = 1, s = 0,75).



Το σχήμα επιτρέπει μία δυναμική ερμηνεία συμπεριλαμβανομένου και του διακλαδικού ανταγωνισμού, δηλαδή του ανταγωνισμού που προκύπτει με εναλλακτικές υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών. Χωρίς ρύθμιση σε επίπεδο χονδρικής ,για χαμηλές τιμές του f^R και υποθέτοντας ότι $CS^0=0$, ώστε να τίθενται οι άριστες γραμμικές τιμές, η μονοπωλιακή γραμμική τιμή ισούται με 0.5. Αυξάνοντας τον διακλαδικό ανταγωνισμό, αυξάνεται και το CS^0 με αποτέλεσμα οι τιμές λιανικής και χονδρικής σταδιακά να μειώνονται αγγίζοντας τα επίπεδα του οριακού κόστους. Αν λάβουμε υπόψη cost-oriented ρύθμιση σε επίπεδο χονδρικής με t^{CO} = 0.2, οι τιμές είναι πιο χαμηλές για χαμηλά επίπεδα CS^0, από εκείνες που προκύπτουν χωρίς ρύθμιση. Επιπλέον, δεν υφίσταται margin squeeze και η incumbent επιχείρηση χρεώνει τιμές λιανικής υψηλότερες από εκείνες των νέων επιχειρήσεων ($p_I^{CO} > p_E^{CO}$). Παρόλα αυτά, καθώς ο διακλαδικός ανταγωνισμός αυξάνεται και το $f^R + CS^0$ αγγίζει τιμές υψηλότερες του 0.34 περίπου, η incumbent επιχείρηση μειώνει την τιμή λιανικής. Ο υψηλός διακλαδικός ανταγωνισμός οδηγεί τελικά σε margin squeeze.

Το τελευταίο είναι ένα σημαντικό αποτέλεσμα, καθώς αποτελεί μία καλή εξήγηση για το γεγονός ότι οι ρυθμίσεις που παρατηρούνται παύουν να επικεντρώνονται στην πρόληψη υπερβολικά υψηλών τιμών για τις κλήσεις και προσανατολίζονται πλέον στην πρόληψη πολύ χαμηλών τιμών οι οποίες συμπιέζουν τους ανταγωνιστές. Η αλλαγή αυτή στον προσανατολισμό των ρυθμίσεων παρατηρείται τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη άλλων κλάδων τηλεπικοινωνιών, ιδιαιτέρως της κινητής τηλεφωνίας. Τρία αποτελέσματα αξίζουν στο σημείο αυτό περαιτέρω αναφορά: Πρώτον, αναφορικά με το margin squeeze, η incumbent επιχείρηση χρεώνει χαμηλότερη τιμή όταν είναι αντικείμενο ρύθμισης σε επίπεδο χονδρικής από ότι όταν είναι σε θέση να επιλέξει ελεύθερα τις τιμές χονδρικής. Η χαμηλή τιμή λιανικής της επιτρέπει να αποσπάσει το σύνολο του f^R . Δεύτερον, ακόμη και αν οι τιμές λιανικής των νέων επιχειρήσεων είναι υψηλότερες από εκείνη της incumbent, αντιμετωπίζουν θετική ζήτηση λόγω της υπόθεσης της διαφοροποίησης των προϊόντων τους και επομένως δεν αποκλείονται από την αγορά. Τρίτον, η incumbent επιχείρηση μπορεί να έχει το κίνητρο να μειώσει εθελοντικά την τιμή πρόσβασης στο δίκτυο t^{CO} σε επίπεδα κάτω του κόστους, ώστε να αποσπάσει ακόμη μεγαλύτερο μέρους του πλεονάσματος καταναλωτή.

Στην περίπτωση που η ρύθμιση γίνεται σύμφωνα με τον retail-minus κανόνα, οι τιμή πρόσβασης των ανταγωνιστών στο δίκτυο προσδιορίζεται από το πρόβλημα αριστοποίησης της incumbent επιχείρησης. Τα αποτελέσματα μιας retail-minus ρύθμισης ταυτίζονται με εκείνα της περίπτωσης χωρίς ρύθμιση σε επίπεδο χονδρικής. Οποιαδήποτε αύξηση είτε στο πάγιο f^R, είτε στο πλεόνασμα καταναλωτή CS^0, θα οδηγήσει μείωση της τιμής πρόσβασης t^{RM}. Με retail-minus ρύθμιση, δηλαδή, οι αυξήσεις αυτές θα οδηγήσουν σε χαμηλότερες τιμές πρόσβασης στο δίκτυο για τις νέες επιχειρήσεις, σε σχέση με εκείνες που προκύπτουν με cost-oriented ρύθμιση.

2.2. Συμπεράσματα

Οι Wolfgang Briglauer, Gorg Gotz και Anton Schwarz παρουσίασαν ένα υπόδειγμα όπου μία κάθετα ολοκληρωμένη επιχείρηση στον κλάδο της σταθερής τηλεφωνίας προσφέρει την πρόσβαση στο δίκτυό της σε δύο νέες επιχειρήσεις στην αγορά και ανταγωνίζεται με αυτές σε επίπεδο λιανικής. Το μοντέλο επιτρέπει τη διερεύνηση του κατά πόσο οι νέες αυτές επιχειρήσεις στον κλάδο αντιμετωπίζουν margin squeeze από την ήδη υπάρχουσα επιχείρηση και διατρέχουν τον κίνδυνο του αποκλεισμού κάτω από διάφορες συνθήκες ρύθμισης. Οι νέες επιχειρήσεις θέτουν τις τιμές τους ανάλογα με το θετικό οριακό κόστος που αντιμετωπίζουν, ενώ η incumbent επιχείρηση έχει μηδενικό οριακό κόστος. Επιπλέον, η υπάρχουσα επιχείρηση εφαρμόζει τιμολόγηση δύο μερών (two-part tariff), σε αντίθεση με τις νέες επιχειρήσεις οι οποίες κάνουν απλά γραμμική τιμολόγηση. Το μοντέλο επιδιώκει να συλλάβει τους κύριους παράγοντες που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό στην αγορά σταθερής τηλεφωνίας (συγκεκριμένα αναφορικά με τις υπηρεσίες κωδικού επιλογής φορέα/ κωδικού προεπιλογής φορέα – CS/CPS), δεδομένου του ότι οι νέες επιχειρήσεις του κλάδου δεν απολαμβάνουν δύναμη αγοράς, σε αντίθεση με την incumbent επιχείρηση. Η ανάλυση του μοντέλου λαμβάνει υπόψη τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει η αγορά σταθερής τηλεφωνίες και ο οποίος προέρχεται από την ανάπτυξη νέων ειδών τηλεπικοινωνιών, όπως για παράδειγμα η αγορά κινητής τηλεφωνίας, ο οποίος παρουσιάζεται ως μία «εξωτερική ευκαιρία» για τους καταναλωτές.

Τα προϊόντα των νέων επιχειρήσεων είναι ομοιογενή, οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν δύναμη αγοράς και δεν υφίσταται margin squeeze στην περίπτωση απουσίας ρύθμισης. Παρόλα αυτά, μπορεί να προκύψει margin squeeze αν η τιμή πρόσβασης των νέων επιχειρήσεων στο δίκτυο ρυθμιστεί στο ύψος του μέσου κόστους και το πάγιο που χρεώνει η incumbent επιχείρηση στους καταναλωτές δεν ρυθμιστεί (ή αν ρυθμιστεί σε υψηλά επίπεδα). Ο αποκλεισμός των ανταγωνιστών από την αγορά, όμως, αποφεύγεται εφόσον τα προϊόντα τους αν και μεταξύ τους ομοιογενή, είναι διαφοροποιημένα από αυτό της incumbent, άρα αντιμετωπίζουν θετική ζήτηση. Αν η πάγια χρέωση των καταναλωτών υφίσταται ρύθμιση σε χαμηλά επίπεδα, τότε margin squeeze εξαφανίζεται. Με το συνυπολογισμό του εξωτερικού ανταγωνισμού η ανάλυση γίνεται δυναμική. Σε ένα περιβάλλον όπου η χρέωση της πρόσβασης των ανταγωνιστών στο δίκτυο ρυθμίζεται στο επίπεδο του μέσου κόστους και το πάγιο ρυθμίζεται σε επαρκώς χαμηλά επίπεδα, μία αύξηση στη χρησιμότητα των καταναλωτών από τις «εξωτερικές ευκαιρίες» θα προκαλέσει τη μείωση της τιμής λιανικής/κλήση της incumbent επιχείρησης σε επίπεδα κάτω της τιμής πρόσβασης που χρεώνει στους ανταγωνιστές της. Με αυτό τον τρόπο ο εξωτερικός ανταγωνισμός μπορεί να οδηγήσει σε margin squeeze. Αυτό είναι ένα σημαντικό αποτέλεσμα καθώς είναι πιθανό να έχει συμβεί σε πολλές χώρες τα τελευταία χρόνια.

Καθώς η πίεση που προέρχεται από εναλλακτικούς κλάδους τηλεπικοινωνιών αυξάνεται συνεχώς, έχει παρατηρηθεί μία αλλαγή στον προσανατολισμό των ρυθμίσεων που αφορούν τη σταθερή τηλεφωνία. Οι ρυθμίσεις παύουν να εστιάζουν στην αποτροπή των υπερβολικών τιμών/κλήση και προσανατολίζονται στην αποτροπή του margin squeeze. Το μοντέλο που παρουσιάστηκε προσφέρει μία λογική εξήγηση για αυτό το γεγονός και αποδεικνύει ότι οι περιπτώσεις margin squeeze στον κλάδο της σταθερής τηλεφωνίας είναι πιθανό να προέρχονται από την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα εναλλακτικών μορφών τηλεπικοινωνιών, προερχόμενων από διαφορετικές υποδομές. Οι περιπτώσεις margin squeeze μπορεί λοιπόν να είναι αποτέλεσμα αυτής της ανάπτυξης και όχι αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς των incumbent επιχειρήσεων του κλάδου. Στο υπόδειγμα φαίνεται πως η incumbent μπορεί κατά ένα μεγάλο βαθμό να μειώσει εθελούσια την τιμή πρόσβασης στο δίκτυό της σε επίπεδα κάτω του μέσου κόστους. Σε μία τέτοια περίπτωση, μία retail-minus (τιμή λιανικής μείον ένα προκαθορισμένο ποσοστό) τιμολόγηση της πρόσβασης μπορεί – έστω θεωρητικά – να οδηγήσει σε μείωση των τιμών λιανικής εντονότερη από εκείνη που θα προκαλούσε μία cost-oriented τιμολόγηση της πρόσβασης. Πράγματι οι ρυθμιστές ολοένα και περισσότερο φαίνεται να εφαρμόζουν retail-minus ρυθμίσεις και να τις θεωρούν ασφαλέστερες οδούς πρόληψης φαινομένων margin squeeze.

Οι ισχυρές πιέσεις από τις «εξωτερικές ευκαιρίες» φαίνεται να θέτουν υπό αμφισβήτηση την ανάγκη ρυθμίσεων στις αγορές σταθερής τηλεφωνίας. Για το λόγο αυτό οι ρυθμιστές πρέπει να εξετάζουν διεξοδικά το κατά πόσο και σε ποιες αγορές σταθερής τηλεφωνίας η ανταγωνιστική πίεση της κινητής τηλεφωνίας καθιστά τη ρύθμιση μη απαραίτητη, ή το κατά πόσο απαιτεί τουλάχιστον τη μείωση της έντασης των ρυθμίσεων. Στην παρούσα φάση, τουλάχιστον η Ευρωπαϊκή Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική, φαίνεται να θεωρεί πως οι ανταγωνιστικές πιέσεις αυτές δεν αποτελούν επαρκή αιτία για πλήρη απορύθμιση των τιμών πρόσβασης και των τιμών λιανικής.

Ένα ακόμη σημαντικό αποτέλεσμα του υποδείγματος αποτελεί η επίπτωση της διαφοροποίησης των προϊόντων στα κίνητρα της incumbent επιχείρησης να αποκλείσει τους νέους της ανταγωνιστές κάνοντας margin squeeze. Θεωρώντας πως η ζήτηση των καταναλωτών εμφανίζει μία «προτίμηση στην ποικιλία», οι νέες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ζήτηση θετική για τα προϊόντα τους παρά το γεγονός ότι μπορεί να υπόκεινται στην πίεση του margin squeeze και για το λόγο αυτό δεν αποκλείονται από την αγορά. Εφόσον προσελκύουν επιπλέον ζήτηση στον κλάδο, είναι προς συμφέρον της incumbent επιχείρησης να μην τις αποκλείσει και να επωφεληθεί από την πώληση της πρόσβασης τους στο δίκτυο της. Οι service-based νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις, επίσης διασφαλίζουν πως οι καταναλωτές θα χρησιμοποιήσουν την υποδομή, δηλαδή το δίκτυο της incumbent επιχείρησης, πληρώνοντας πάγιο, ενώ απλά θα χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες των entrants πληρώνοντας την τιμή/κλήση σε αυτούς, αντί να στραφούν σε εναλλακτικές αγορές τηλεπικοινωνιών. Στο σημείο αυτό, πάνω στο συγκεκριμένο επιχείρημα των συγγραφέων θα ήθελα να αντιπαραθέσω το επιχείρημα που παρουσίασα στο προηγούμενο μέρος της διπλωματικής σχετικά με το κίνητρο για margin squeeze όταν η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς είναι υψηλή. Αν η incumbent επιχείρηση είναι σε θέση να προσφέρει η ίδια τις διαφοροποιημένες υπηρεσίες των entrants, τότε ίσως έχει κίνητρο να εφαρμόσει margin squeeze και να μονοπωλήσει ολόκληρη τη λιανική αγορά αποσπώντας τη ζήτηση τους. Για το λόγο αυτό ίσως να είναι αναγκαία η εφαρμογή του AUSS τεστ για να εξεταστεί κατά πόσο τα κριτήριά του ικανοποιούνται.

3. Νομολογία σχετικά με το margin squeeze

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μία έντονη αύξηση στις υποθέσεις που αφορούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέση υπό το Άρθρο 102 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ένα από τα θέματα που έχει απασχολήσει κατά κόρον τις Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού αποτελεί το margin squeeze κυρίως στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών. Παρά την ανάπτυξη της νομολογίας πάνω στη συγκεκριμένη πρακτική, πολλά θέματα που σχετίζονται με τον σαφή εντοπισμό του margin squeeze και την ερμηνεία του παραμένουν ακόμη ασαφή. Για παράδειγμα, έχει λάβει χώρα μακροσκελής διάλογος μεταξύ ακαδημαϊκών, νομικών και οικονομολόγων σχετικά με το αν το margin squeeze θα πρέπει να αντιμετωπίζεται αυτούσιο ως μία πρακτική αποκλεισμού ή αν δεν αποτελεί τίποτα άλλο παρά μία μορφή ή ένας συνδυασμός των πρακτικών refusal to deal , ληστρική τιμολόγηση και υπερβολική τιμολόγηση στις περιπτώσεις κάθετα οργανωμένων επιχειρήσεων. Σε πρόσφατο DG-Competition Discussion Paper σχετικά με την εφαρμογή του Άρθρου 102 σε πρακτικές αποκλεισμού το margin squeeze τοποθετείται στον τομέα της άρνησης πρόσβασης. Παρά την παρατήρηση περιπτώσεων εφαρμογής της πρακτικής από τις Αρχές Ανταγωνισμού, δεν υπάρχει ακόμη κάποια σαφής δήλωση από το Court of First Instance (CFI) η το European Court of Justice (ECJ) η οποία να αναγνωρίζει το margin squeeze ως μία διακριτή μορφή κατάχρησης. Επιπλέον, η ήδη υπάρχουσα νομολογία παράγει αποκλίνοντα αποτελέσματα σχετικά με διάφορα θέματα-κλειδιά, σε βαθμό τέτοιο ώστε να παραμένει ασαφές το πώς μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θα πρέπει να διαχειρίζεται τη σχέση μεταξύ των τιμών που χρεώνει σε επίπεδο χονδρικής στους downstream ανταγωνιστές της και των τιμών που χρεώνει σε επίπεδο λιανικής στην downstream αγορά στην οποία συμμετέχει.

Ο Paolo Palmigiano στο paper του “ The abuse of margin squeeze under Article 82 of the EC treaty and its application to new and emerging markets” επιδιώκει να προσφέρει μία επισκόπηση των υποθέσεων και της σχετικής νομολογίας που αφορά το margin squeeze στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το Ηνωμένο Βασίλειο, να εξετάσει ποιες αρχές μπορούν να εξαχθούν από την ήδη υπάρχουσα νομολογία και πως αυτές εφαρμόζονται σε αναπτυσσόμενες αγορές στις οποίες προκύπτει καταχρηστικό margin squeeze. Η εξέταση μερικών από τις σημαντικότερες υποθέσεις, όπως διεξήχθη από το συγγραφέα, παρατίθεται παρακάτω.

3.1. Παλαιότερες υποθέσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση

National Carbonising (1976)

Η υπόθεση National Carbonising αποτελεί την πιο πρόσφατη υπόθεση στην οποία οι καταγγελίες τελικά απορρίφθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Η εταιρία National Carbonising Company (NCC) προμηθευόταν άνθρακα από την National Coal Board (NCB) της οποίας η θυγατρική (NSF) παρήγαγε κοκ και ανταγωνιζόταν με την NCC. Η NCB αποτελούσε μονοπώλιο στην upstream παραγωγή άνθρακα και απολάμβανε δεσπόζουσα θέση στην downstream αγορά μέσω της θυγατρικής της NSF κατέχοντας το μερίδιο του 90% της κάτω αγοράς. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκρινε πως η NSF είχε ηγεσία τιμής στην κάτω αγορά και πως η NCC δεν είχε τη δυνατότητα να θέσει την τιμή της σε επίπεδα χαμηλότερα από εκείνα της NSF. Κάποιες επιτυχείς αυξήσεις στην τιμή της πρώτης ύλης που η NCB προμήθευε στην NCC είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους της NCB κατά 10.39 λίρες Αγγλίας ανά τόνο, ενώ ταυτόχρονα η τιμή του τελικού προϊόντος της θυγατρικής της NSF ήταν μόλις 6.70 λίρες/τόνο. Η NCC συνεπώς δεν είχε τη δυνατότητα να λειτουργήσει επικερδώς στην κάτω αγορά.

Η Επιτροπή απέρριψε την καταγγελία της NCC και συμπέρανε πως δεν υφίσταται κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, αλλά αναγνώρισε πως η συμπεριφορά μπορεί να αποτελεί κατάχρηση δηλώνοντας το εξής:

«Μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην παραγωγή μίας πρώτης ύλης (στην περίπτωση αυτή στην παραγωγή άνθρακα) και συνεπώς μπορεί να ελέγξει πλήρως την τιμή που χρεώνει σε κατασκευαστές παράγωγων προϊόντων (στην περίπτωση αυτή κοκ) και η οποία παράγει αυτά τα προϊόντα σε ανταγωνισμό με τους παραπάνω κατασκευαστές, μπορεί να καταχραστεί τη δεσπόζουσα θέση της αν ενεργήσει με τέτοιο τρόπο ώστε να εξαλείψει τον ανταγωνισμό που προέρχεται από την αγορά των παράγωγων προϊόντων. 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»

Προφανώς η Επιτροπή επιδίωξε να κάνει μία σαφή διάκριση μεταξύ της «γενικής αρχής» και ενός κανόνα για margin squeeze. Με βάση αυτή τη γενική αρχή, η συγκεκριμένη υπόθεση συχνά τοποθετείται στον τομέα της νομολογίας που αφορά την άρνηση πώλησης/πρόσβασης.

British Sugar/Napier Brown (1988)

Το 1988 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκρινε πως η British Sugar (BR) κατείχε δεσπόζουσα θέση στην αγορά ακατέργαστης ζάχαρης, αλλά και στην αγορά κατεργασμένης και συσκευασμένης ζάχαρης σε επίπεδο λιανικής. Η Napier Brown προμηθευόταν ζάχαρη από τη BS, τη συσκεύαζε και την επαναπωλούσε στη λιανική αγορά όπου και ανταγωνιζόταν με τη BS. Η Επιτροπή συμπέρανε πως το περιθώριο που αντιμετώπιζε μία εταιρία εμπορίας ζάχαρης εξίσου αποτελεσματική με την BS , με βάση το κόστος της BS, δεν επαρκούσε ώστε η πρώτη να επιβιώσει στην αγορά. Στην περίπτωση αυτή το margin squeeze ήταν ένα από τις πολλές αντιανταγωνιστικές πρακτικές οι οποίες κρίθηκε ότι θα οδηγούσαν τη Napier Brown σε έξοδο από την αγορά.

Industrie des Poudres Spheriques (1996)

Το 1996 η Επιτροπή απέρριψε την καταγγελία της Industrie des Poudres Spheriques εναντίον της Pechiney Electrometallurgie (PEM) ,η οποία αποτελούσε μονοπώλιο στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα στην παραγωγή μεταλλικού ασβεστίου και η οποία ταυτόχρονα πωλούσε μία παράγωγη επεξεργασμένη μορφή μεταλλικού ασβεστίου. Η καταγγέλλουσα IPS δραστηριοποιούνταν στην αγορά της παράγωγης επεξεργασμένης μορφής και βασιζόταν στην PEM για την προμήθεια της πρώτης ύλης. Η IPS διαμαρτυρήθηκε πως η PEM αρνούνταν να της παρέχει την πρώτη ύλη και πως την τιμολογούσε καταχρηστικά. Η IPS απευθύνθηκε στο CFI ζητώντας την ακύρωση της απόφασης της Επιτροπής ισχυριζόμενη πως η τιμή της πρώτης ύλης με την οποία η PEM την προμήθευε ήταν αφύσικα υψηλή και συνεπώς καταχρηστική. Επίσης ισχυρίστηκε ότι:

«Η τιμή της πρώτης ύλης σε συνδυασμό με την τιμή στην οποία πουλά το προϊόν της η PEM στην παράγωγη αγορά, αναγκάζει τους ανταγωνιστές της να πωλούν το προϊόν τους πραγματοποιώντας ζημίες προκειμένου να μην εξέλθουν από την αγορά.»

Το CFI δήλωσε τα επιχειρήματα της IPS ως εξής:

«Η καταγγέλλουσα υποστηρίζει πως η PEM επιχείρησε να εφαρμόσει την πρακτική που είναι γνωστή ως συμπίεση τιμών. Η συμπίεση τιμών μπορεί να προκύψει όταν μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά ενός ακατέργαστου προϊόντος και χρησιμοποιεί μέρος της παραγωγής της για την παραγωγή ενός η περισσότερων κατεργασμένων προϊόντων, ενώ ταυτόχρονα προμηθεύει το ακατέργαστο προϊόν, θέτει την τιμή του ακατέργαστου προϊόντος σε επίπεδο τέτοιο ώστε αυτοί που το

προμηθεύονται να μη δύνανται να έχουν ένα περιθώριο κέρδους που να τους καθιστά ανταγωνιστικούς στην αγορά του κατεργασμένου προϊόντος.»

Το CFI απέρριψε την καταγγελία της IPS για διάφορους λόγους συμπεριλαμβανομένου του ότι η επιχείρηση είχε εναλλακτικές πηγές προμήθειας της πρώτης ύλης από τη Ρωσία, την Κίνα και τη Νότιο Αμερική. Όσον αφορά το θέμα των τιμών, το CFI υποστήριξε πως:

«Η καταγγέλλουσα απέτυχε να αποδείξει τις βάσεις πάνω στις οποίες στηρίζεται το επιχείρημα της, δηλαδή την ύπαρξη καταχρηστικής τιμολόγησης της πρώτης ύλης. Υπό την απουσία καταχρηστικών τιμών οι οποίες τίθενται από την PEM για την πρώτη ύλη [...] ή τη ληστρική τιμολόγηση του παράγωγου προϊόντος [...], το γεγονός ότι η καταγγέλλουσα, προφανώς λόγω του υψηλού κόστους παραγωγής της, δεν μπορεί να παραμείνει ανταγωνιστική στην αγορά του παράγωγου προϊόντος δεν δικαιολογεί το χαρακτηρισμό της τιμολογιακής πολιτικής της PEM ως καταχρηστική.»

Έχει υποστηριχθεί πως σε αυτή τη δικαστική απόφαση, το CFI δεν έθεσε τις αρχές του margin squeeze, απλά ανέφερε τα επιχειρήματα της IPS και το γενικό υπόβαθρο σχετικά με το πότε μπορεί να προκύψει margin squeeze. Το Δικαστήριο δήλωσε απλώς ότι η καταγγέλλουσα θα επιτύγχανε αν απεδείκνυε πως η τιμολόγηση της PEM είναι υπερβολική ή ληστρική.

3.2. Πρόσφατες υποθέσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι πιο πρόσφατες σχετικές υποθέσεις margin squeeze αφορούν νέες και αναπτυσσόμενες αγορές, αγορές τηλεπικοινωνιών και βιομηχανίες που παράγουν πολλαπλά προϊόντα. Στους κλάδους αυτούς μία ή και περισσότερες εισροές χρησιμοποιούνται για την παραγωγή μιας ποικιλίας διαφορετικών προϊόντων στο κάτω επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας.

<u>Deutsche Telekom (2003)</u>

Το 2003 η ευρωπαϊκή επιτροπή διερεύνησε την υπόθεση της Deutsche Telekom (DT) και έκρινε πως η DT είχε δεσπόζουσα θέση τόσο στη downstream όσο και στην upstream αγορά για την πρόσβαση στο τοπικό δίκτυο σταθερής τηλεφωνίας. Η Επιτροπή δήλωσε ότι:

«Υφίσταται margin squeeze όταν οι χρεώσεις που πληρώνονται στην DT για την πρόσβαση στο δίκτυο της σε επίπεδο χονδρικής είναι τόσο υψηλές ώστε οι ανταγωνιστές της να αναγκάζονται να χρεώνουν στους τελικούς χρήστες του δικτύου τιμές υψηλότερες από εκείνες που χρεώνει η DT στους δικούς της πελάτες για ανάλογες υπηρεσίες. Αν οι χονδρικές χρεώσεις είναι υψηλότερες από τις λιανικές, οι ανταγωνιστές της DT , ακόμη κι αν είναι τουλάχιστον όσο αποτελεσματικοί όσο η DT, δεν μπορούν να πραγματοποιήσουν κέρδος…»

Η Επιτροπή έκρινε πως η DT παραβίασε του όρους του Άρθρου 82. Αξίζει να σημειωθεί πως ενώ η αιτιολόγηση της απόφασης αναφέρει την πρακτική του margin squeeze, το διατακτικό δεν κάνει αντίστοιχη αναφορά και συγκεκριμένα Άρθρο 1 δηλώνεται ότι:

«Η Deutsche Telekom AG έχει παραβεί από το 1998 το Άρθρο82(α) της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, χρεώνοντας στους ανταγωνιστές της και στους τελικούς πελάτες της άδικες μηνιαίες και εφάπαξ τιμές πρόσβασης στο τοπικό δίκτυο, άρα παρεμποδίζοντας σημαντικά τον ανταγωνισμό στην αγορά πρόσβασης στο τοπικό δίκτυο»

Στη συγκεκριμένη υπόθεση έχει ενδιαφέρον να παρατεθεί και η συγκεκριμένη δήλωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:

«Αποδεικνύοντας την ύπαρξη margin squeeze, η Επιτροπή έχει αρκετά στοιχεία για να εδραιώσει την ύπαρξη κατάχρησης, χωρίς να χρειάζεται να εξεταστούν οι επιπτώσεις στην αγορά.»

Παρόλα αυτά, συνεχίζει δηλώνοντας:

«Αλλά ακόμη και αν η κατάχρηση μπορεί να αποδειχθεί μέσω των στοιχείων που υποδεικνύουν πως η DT περιόρισε τους ανταγωνιστές της υψώνοντας εμπόδια εισόδου στην αγορά, τα εμπόδια αυτά υπάρχουν.»

Είναι συζητήσιμο το κατά πόσο η συγκεκριμένη υπόθεση αποτελεί per se μία κατάχρηση υπό τους όρους του Άρθρου 82. Παρά το γεγονός ότι η Επιτροπή δήλωσε πως η ύπαρξη του margin squeeze αρκεί για να συμπεράνει κατάχρηση, εξέτασε τη θέση της DT στην αγορά και το μερίδιο της σε αντιστοιχία με εκείνο των ανταγωνιστών της και έκρινε πως η συμπεριφορά της περιόριζε τον ανταγωνισμό. Παρά τις πρώτες εντυπώσεις, λοιπόν, η υπόθεση αυτή δεν είναι απαραίτητα ασυνεπής με τη βασική θεωρία περί βλάβης στον ανταγωνισμό λόγω αποκλεισμού από την αγορά. Μία per se κατάχρηση είναι δύσκολο να συμβιβαστεί με το Discussion Paper το οποίο σαφέστατα απαιτεί ως συνθήκη για margin squeeze το ότι η συμπεριφορά πρέπει να έχει αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό.

Wanadoo Interactive (2003)

Το 2003, η Επιτροπή αποφάσισε πως Wanadoo Interactive, θυγατρική της France Telecom σε υπηρεσίες πρόσβασης στο ίντερνετ, χρέωνε ληστρικές τιμές στους καταναλωτές για τις ευρυζωνικές υπηρεσίες πρόσβασης στο διαδίκτυο. Όπως και στην περίπτωση της Deutsche Telekom, η υπόθεση αυτή θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί εξαρχής ως μία υπόθεση margin squeeze αλλά αποφασίστηκε να μελετηθεί στη βάση της ληστρικής τιμολόγησης σε επίπεδο λιανικής αγοράς. Κάποιοι από τους πιθανούς λόγους αυτής της απόφασης είναι οι εξής:

- Η Wanadoo τη δεδομένη στιγμή δεν αποτελούσε πλήρη ιδιοκτησία της France Telecom. Κατά την περίοδο εξέτασης της υπόθεσης η France Telecom κατείχε μόλις το 72% των μετοχών της Wanadoo, επομένως η υπόθεση δεν αποτελούσε σαφή περίπτωση κάθετης ολοκλήρωσης.
- Ικανοποιούνταν οι συνθήκες ύπαρξης ληστρικής τιμολόγησης, συγκεκριμένα:
  - Η Wanadoo κατείχε δεσπόζουσα θέση στη λιανική αγορά.
  - Η Wanadoo τιμολογούσε κάτω του μέσου μεταβλητού κόστους για μία συγκεκριμένη περίοδο και η Επιτροπή είχε εντοπίσει εσωτερικά εταιρικά έγγραφα τα οποία απεδείκνυαν αντιανταγωνιστική στρατηγική. Σε αυτό το συγκεκριμένο σημείο, η Επιτροπή δήλωσε:

«Η απόφαση θεωρεί πως η επιχείρηση έσφαλε όχι τόσο λόγω του ότι έθεσε τιμές χαμηλότερες του μέσου μεταβλητού κόστους στο τέλος του 2000, αλλά διότι διατήρησε τις τιμές στα επίπεδα αυτά ως μέρος μιας ευρείας στρατηγικής εφαρμοσμένης σε εθνικό επίπεδο από το Μάρτιο του 2011.»

Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί πως για την εξυγίανση της κατάστασης επιβλήθηκε στην France Telecom να μειώσει τις τιμές λιανικής της και όχι στη Wanadoo Interactive η οποία ήταν και η υπό εξέταση επιχείρηση. Το ενδιαφέρον αυτής της περίπτωσης ληστρικής τιμολόγησης στο πλαίσιο εξέτασης υποθέσεων margin squeeze, έγκειται κυρίως στο γεγονός ότι η ανάλυση της Επιτροπής πραγματοποιήθηκε με βάση της απώλειες που εμφάνισε η Wanadoo. Η υπόθεση αυτή, όπως και εκείνη της DT βρίσκεται επί του παρόντος στα χέρια του CFI.

<u>Telefonica (2006)</u>

Το Φεβρουάριο του 2006, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έστειλε στην Telefonica μία ανακοίνωση με τις ενστάσεις της ισχυριζόμενη ότι η επιχείρηση καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση που κατείχε στην αγορά ευρυζωνικής πρόσβασης στην Ισπανία πραγματοποιώντας margin squeeze:

Κάποια σημεία πάνω στην υπόθεση αυτή παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον:

- Η Επιτροπή για την ανάλυση της χρησιμοποίησε το “hypothetical as efficient competitor test”.
- Η Επιτροπή υποστήριξε πως δεν ήταν απαραίτητο να καταδείξει σημαντική δύναμη αγοράς στην downstream market, παρόλο που το μερίδιο της Telefonica στην κάτω αγορά ήταν υψηλό.
- Το πρότυπο κόστους για την ανάλυση της Επιτροπής ήταν το μακροχρόνια μέσο επαυξητικό κόστος (LRAIC).

- Όπως και στην περίπτωση της Deutsche Telekom, η Επιτροπή υποστήριξε πως η απόδειξη ύπαρξης margin squeeze είναι αρκετή για να θεωρηθεί πως υφίσταται κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης.

3.3. Υποθέσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο

Οι Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού και Ρυθμιστικές Αρχές του Ηνωμένου Βασιλείου έχουν υπάρξει ιδιαίτερα παραγωγικές στο θέμα του margin squeeze τα τελευταία χρόνια. Έχουν αντιμετωπιστεί διάφορες υποθέσεις που αφορούν margin squeeze οι οποίες παρατίθενται με χρονολογική σειρά:

BSkyB (2002)

Το 2002, η Εθνική Αρχή Ανταγωνισμού του Ηνωμένου Βασιλείου (OFT) εξέτασε αν η εταιρία BSkyB είχε λειτουργήσει καταχρηστικά. Υποθέτοντας πως το κόστος εισροής της BSkyB αποτελούσε την τιμή χονδρικής που έθετε στους διανομείς της, αξιολογήθηκε πως η BSkyB πραγματοποιούσε ζημίες στις downstream υπηρεσίες παροχής συνδρομητικής τηλεόρασης. Οι ζημίες συνεχίστηκαν για τουλάχιστον ένα χρόνο, ενώ μάλιστα η εταιρία ήταν στη διαδικασία απόσβεσης μιας επένδυσης που πραγματοποίησε σε μία νέα πλατφόρμα. Παρόλα αυτά, δεδομένης της επιστροφής της BSkyB στην κερδοφορία και της αμείωτης αβεβαιότητας σχετικά με την υποδειγματοποίηση των ζημιών και των κερδών της, η Εθνική Αρχή Ανταγωνισμού απεφάνθη ότι η υπόθεση εναντίον της BSkyB δεν αποδείχθηκε.

British Telecom (2003)

Το Νοέμβριο του 2003, ο Oftel – πλέον Ofcom (the Office Of Communications) – αποφάσισε ότι η British Telecom (BT) δεν παραβίασε το Νόμο περί Ανταγωνισμού 1998 και ότι το περιθώριο μεταξύ των τιμών χονδρικής και λιανικής της BT ήταν αρκετό για να επιτρέψει έναν λογικά αποτελεσματικό πάροχο να την ανταγωνιστεί, αναφορικά με το κόστος της BT. Επιπλέον, το φθίνον μερίδιο της BT στην ευρυζωνική αγορά και η απουσία ηγεσίας τιμής συνεργούσαν στο συμπέρασμα ότι δεν υπήρχαν απτά στοιχεία που να αποδεικνύουν οποιαδήποτε αρνητική επίπτωση στον ανταγωνισμό. Ο Oftel θεώρησε ότι δεν υπήρχε ουσιαστική διαφορά μεταξύ της εφαρμογής ενός τεστ για ληστρική συμπεριφορά στην κάτω αγορά και ενός τεστ για margin squeeze. Η καταγγέλλουσα, Wanadoo UK, άσκησε έφεση της απόφασης στο Εφετείο το 2004. Η έφεση ανεστάλθηκε, ενώ μία περεταίρω διερεύνηση της υπόθεσης έλαβε χώρα από τον Ofcom.

Είναι προφανές πως η αναγνώριση της πρακτικής margin squeeze ως αυτοτελούς πρακτικής αποκλεισμού είναι σχετικά πρόσφατο γεγονός. Σε παλαιότερες υποθέσεις οι Αρχές έθεσαν τα θεμέλια του ορισμού της και του προσδιορισμού των χαρακτηριστικών της, αλλά δεν την αντιμετώπισαν ως μία ανεξάρτητη πρακτική. Η αντιμετώπιση των υποθέσεων προσέγγιζε το margin squeeze ως μία ειδική υποπερίπτωση άλλων πρακτικών αποκλεισμού. Διαχρονικά, όμως, η εφαρμογή του margin squeeze έλαβε μεγαλύτερες διαστάσεις, ιδιαιτέρως λόγω της ανάπτυξης κλάδων όπως αυτός των τηλεπικοινωνιών, τα χαρακτηριστικά και η λογική του έγιναν σαφέστερα και η νομολογία εξελίχθηκε και προσαρμόστηκε αναγνωρίζοντας και αντιμετωπίζοντας το margin squeeze ως μία αυτοτελή πρακτική αποκλεισμού με αρνητικές επιδράσεις στον ανταγωνισμό, το πλεόνασμα των καταναλωτών και τη συνολική κοινωνική ευημερία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ν. Βέττας, Γ. Κατσουλάκος, (2004) «Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική», Τυπωθήτω – Γιώργος Δαρδάνος , 1η Έκδοση

- P. Briglaiser, G. DeGraba (2001), "Downstream integration by a bottleneck input supplier whose regulated wholesale prices are above costs" RAND Journal of Economics, Vol 32

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

- P. Crocioni, C. Veljanovski, (2003). "Price Squeezes, Foreclosure and Competition Law – Principles and Guidelines", Journal of Network Industries, Vol 4

- L. Hancher, JL Buendia Sierra (1998), "Cross Subsidisation and EC Law", 35 Common Market Law Review 901

- S. King, R. Maddock (1999), " Imputation Rules and The Regulation of Anticompetitive behavior in Telecommunications", mimeo

- Massimo Motta (2004), "Competition Policy, Theory and Practice", Cambridge University Press

- OECD (1996), Policy Roundtables " The Essential Facilities Concept"

- J. Padilla, R. O' Donoghue (2006), "The Law and Economics of Article 82 EC", Hart Publishing

- Paolo Palmigiano (2006), " The Abuse of Margin Squeeze Under Article 82 of The EC Treaty And Its Application to New And Emerging Markets", British Telecommunications PLC

- R. Patrick, J. Tirole, (1997), " A Primer on Foreclosure" Handbook of Industrial Organization (Vol III) ed. By Mark Armstrong and Robert H. Porter

- J. Vickers (2004), "Abuse of Market Power", Office of Fair Trading

- F. Verboven, J. Bouckaert (2003), "Price Squeezes in a Regulatory Environment