

# Az árdiszkrimináció megítélése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban

2009 március



# Az árdiszkrimináció megítélése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban

Készült a

Gazdasági Versenyhivatal  
Versenykultúra Központ  
és a  
Nemzeti Hírközlési Hatóság

támogatásával.

Kutatásvezető: Nagy Péter

Részvevők: Bölcskei Vanda, Édes Balázs, Micski Judit, Pápai Zoltán, Urbán Ágnes

# Tartalomjegyzék

|  |    |
|--|----|
| 1. Bevezetés   | 5  |
| 2. Elméleti áttekintés   | 7  |
| 2.1. Az árdiszkrimináció típusai és közgazdasági értékelése                | 7  |
| 2.2. Az árdiszkrimináció és a versenyár viszonya                           | 13 |
| 2.3. Információ és árdiszkrimináció  | 13 |
| 2.4. Az árdiszkrimináció jóléti hatásai                                    | 14 |
| 2.5. Árdiszkrimináció, belépés és verseny                                  | 16 |
| 2.6. Az árdiszkrimináció és egyes versenytorzító magatartások kapcsolata   | 17 |
| 2.7. Az árdiszkrimináció szabályozási kezelése                             | 19 |
| 3. Az árdiszkrimináció kezelése a versenykontrollban                       | 21 |
| 4. Az Európai Unió gyakorlata  | 22 |
| 4.1. Jogszabályi háttér  | 22 |
| 4.2. Általános gyakorlat   | 23 |
| 4.3. Az árdiszkrimináció különböző típusainak kezelése                     | 24 |
| 4.3.1. Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció                                | 24 |
| 4.3.2. Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció                               | 27 |
| 4.3.3. Földrajzi árdiszkrimináció  | 29 |
| 5. Az Egyesült Államok gyakorlata  | 31 |
| 6. Uniós tagállami versenyhatóságok gyakorlata                             | 33 |
| 6.1. Egyesült Királyság  | 33 |
| 6.1.1. BT/BSkyB eset   | 33 |
| 6.2. Franciaország   | 35 |
| 6.2.1. Jogszabályi háttér  | 35 |
| 6.2.2. Orange Caraïbe eset (04-MC-02) - hűségkedvezmény                    | 35 |
| 6.2.3. France Télécom eset (04-D-22) - árukapcsolás                        | 39 |
| 6.2.4. TSP/ Canal Plus ügy (05-D-13) - árukapcsolás                        | 41 |
| 6.2.5. A francia versenyhatóság árdiszkriminációval kapcsolatos gyakorlata | 43 |

|   |    |
|---|----|
| 6.3. Olaszország  | 44 |
| 6. 3. 1. Olasz árdiszkriminációs joggyakorlat                 | 44 |
| 6. 3. 2. Telecom Italia ügy - 1998                            | 44 |
| 6.4. Spanyolország  | 46 |
| 6. 4. 1. Spanyol árdiszkriminációs joggyakorlat               | 46 |
| 6. 4. 2. ASEMPRE/Correos ügy                                  | 46 |
| 6. 4. 3. Tarjetas prepago de Telefónica ügy                   | 48 |
| 6.5. Svédország   | 51 |
| 6. 5. 1. Svéd árdiszkriminációs joggyakorlatról               | 51 |
| 6. 5. 2. Posten Sverige AB (posta) ügy - 1998                 | 51 |
| 7. Magyarország   | 53 |
| 7.1. A versenytörvény szabályozása                            | 53 |
| 7.2. Esetek   | 54 |
| 7. 2. 1. Telekom erőfölényes ügy, vj022_2002_61               | 54 |
| 7. 2. 2. BHRT erőfölényes ügy, Vj038_2005_88                  | 55 |
| 7. 2. 3. UPC erőfölényes ügy, Vj044_2003_86                   | 56 |
| 7. 2. 4. Tahitótfalu átkelés ügy, Vj036_2004_24               | 57 |
| 8. Versenyhatósági gyakorlat értékelése                       | 58 |
| 9. A magyar versenyjogi gyakorlatra vonatkozó következtetések | 61 |
| 9.1. Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció                    | 62 |
| 9.2. Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció                     | 65 |
| 10. Hivatkozások  | 67 |

## 1. Bevezetés

A gazdasági szereplők által alkalmazott árdiszkrimináció számos piacon megfigyelhető jelenség. A kifejezéshez a hétköznapi értelemben negatív jelentéstartalom kapcsolódhat, amiből azt gondolhatnánk, hogy ezt a magatartást eleve tiltani kell. Az árdiszkrimináció közgazdasági fogalma azonban egyáltalán nem szükségszerűen negatív. Sőt, az árdiszkrimináció bizonyos esetekben lehet kifejezetten társadalmilag kívánatos, amelynek korlátozása ekkor káros jóléti következményekkel jár (pl. ha az árdiszkrimináció lehetővé tenné a fix költségek megtérülését magas fix költségekkel működő iparágak esetében). Más esetekben az árdiszkrimináció egyes fogyasztói csoportok közötti keresztfinanszírozást tesz lehetővé, aminek megítélése lehet pozitív és negatív is. Ugyanakkor számos példa van arra is, amikor az árdiszkrimináció a társadalmi jólét, illetve a verseny szempontjából káros hatásokkal jár.

A tanulmány különböző lehetséges esetek mentén igyekszik értékelést adni az árdiszkrimináció hatásairól és az ezekhez kapcsolódó szabályozói, versenyjogi eszközök alkalmazhatóságáról, várható hatásáról. Ennek során bemutatjuk az árdiszkriminációs esetek kezeléséhez szükséges közgazdasági, versenyjogi eszköztárat, áttekintjük az Unióban és a tagállamokban felmerült árdiszkriminációs versenyjogi eseteket, majd strukturáljuk ezeket közgazdasági szempontok szerint. Áttekintjük, hogy milyen típusú árdiszkriminációról van szó az adott esetben, s ez káros-e a társadalom, a fogyasztók számára, szükség van-e valamilyen szabályozási beavatkozásra.

Az árdiszkrimináció a hatékonysági kérdések mellett jövedelemelosztási kérdéseket is felvet, ezek azonban már nem szabályozási, hanem inkább társadalompolitikai válaszokat igényelnek.

Az árdiszkrimináció versenyjogi kezelésekor tekintettel kell lenni arra is, hogy a közvetlenül árdiszkrimináló magatartás mellett több olyan piaci magatartás is azonosítható, amelyek implicit árdiszkriminációhoz vezetnek. Példák erre az árukapcsolás egyes formái, az árengedmények vagy az utólagos visszatérítések.

Az árdiszkrimináció esetjoga és közgazdasági háttérének viszonya még nem kellően egyértelmű ahhoz, hogy rendelkezünk az ilyen típusú esetek szabályozási, versenypolitikai kezelésére alkalmas általános eszköztárral. A gyakorlati problémák sokféleségének feldolgozásában azonban sokat segíthet egy strukturált, versenypolitikai szempontú áttekintés.

Munkánk során a következő kutatási kérdésekre keressük a választ:

- Mit kell megvizsgálni ahhoz, hogy megállapítható legyen az árdiszkrimináció ténye?
- Hogyan lehet eldönteni, hogy az árdiszkrimináció a vizsgált esetben milyen jóléti következményekkel jár?

- Milyen statikus (jóléti) és dinamikus (versenyre gyakorolt) hatásokat érdemes figyelembe venni az árdiszkrimináció hatásainak megítélésakor?
- Mi a legfőbb oka annak, hogy egy vizsgált esetben az árdiszkrimináció összességében károsnak bizonyul? Kapcsolódik-e ez a tény a piaci erőfölény fennállásához, avagy más, külső tényezőknek köszönhető?
- Hogyan kell vizsgálni az árdiszkrimináció hatását a csomagképzés esetén?
- A fenti kérdésekre adott válaszok ismeretében milyen szabályozói, versenypolitikai eszközökkel lehet vagy érdemes beavatkozni?

Az elemzés során csoportosítjuk a megfigyelt árdiszkriminációs helyzeteket azok közgazdasági jellemzői alapján, a különböző árdiszkriminációs gyakorlatok ugyanis eltérő hatással lehetnek a piaci versenyre és a fogyasztói jólétre, ennek megfelelően eltérő szabályozói beavatkozást igényelnek.

## 2. Elméleti áttekintés

„az árdiszkriminációval kapcsolatos értelmes hozzáállásnak a szóban forgó piac közgazdasági jellemzőinek gondos megértésén kell alapulnia”

Mark Armstrong

### 2.1. Az árdiszkrimináció típusai és közgazdasági értékelése

Árdiszkriminációnak hívjuk azt az árazási politikát, amikor az eladó hasonló jószágokat különböző vevők számára különböző áron értékesít, miközben az árban megjelenő különbség nem indokolható a jószágok határkötségének eltéréseivel.<sup>1</sup> Ennél egyértelműbben fogalmaz Stigler, aki szerint árdiszkriminációnak azt nevezzük, amikor az értékesítési árak aránya eltér az előállított termék határkötségének arányától.<sup>2</sup> Az árkülönbséget természetesen a költségek eltérésén túl más tényezőkkel is lehet indokolni, ami üzleti szempontból teljesen védhető. Különösen igaz ez az olyan személytelen differenciáló tényezőkre, mint a vásárlás helye, mennyisége, vagy az a tény, hogy a vevő korábban is vásárolt már az eladónál, de akár az is hogy épp most tér be először hozzá. Az árdifferenciát személyesnek tűnő tulajdonságok is indokolhatják, ami mögött a normális üzleti gyakorlatban persze nem valami önkényes válogatás, hanem az adott jellemzővel összekapcsolható valószínűsíthető keresleti jellemző húzódik meg.<sup>3</sup> Ilyen lehet pl. a vevő neme, kora, vagy akár konkrét személye, ha az egyéni kereslet ismert. Mindez nem változtat azon, hogy a határkötség aránytól eltérő árárányok esetén mindig árdiszkriminációról beszélünk.

Hogy mit is jelent az árdiszkrimináció, azt úgy érthetjük meg legkönnyebben, ha azt az állapotot tekintjük kiindulópontnak, amikor nincs árdiszkrimináció. Ilyenkor egységnyi termék ára minden vásárló számára ugyanaz. Ez persze túl restriktív lenne, így a gyakorlatban az árdiszkrimináció hiánya azt jelenti, hogy az árak csak olyan mértékben térhetnek el két vevő számára, amit a termék, szolgáltatás nyújtásának költségdifferenciái indokolnak. Ilyen lehet például a volumen, ha a nagyobb mennyiség valóban kisebb fajlagos költséget jelent (pl. fizetési feltételek esetében). Ha a költségek nem indokolják a különböző árakat, akkor miért kerül sor árdiszkriminációra? Az ár kiemelten fontos változó a fogyasztói döntés során. A vállalat számára a termékjellemzők mellett ez a fogyasztói döntés másik kulcsváltozója. Ha egy vállalat árdiszkriminációt alkalmaz, arra jó oka van. Ha racionálisan cselekszik, akkor ez az ok csak a profit motívum lehet. Ha ugyanis van információja arról, hogy az egyes fogyasztók kereslete milyen, erre építve a megfelelően célzott árazással nagyobb bevételre és profitra tehet szert. Az esetek egy részében ez ráadásul a fogyasztók számára is jobb megoldást jelent.

1 Lásd Verboven (2008)

2 Lásd Stigler (1987)

3 „Míg a közvetlen árdiszkrimináció a fogyasztó személyére szabottan történik, általánosabban az árak a fogyasztó jellemzői alapján kerülnek megállapításra, s az azonos jellemzőkkel bíró fogyasztók azonos árakkal szembesülnek.” McAfee (2008)

Ha nincs semmilyen a fogyasztó jellemzőitől függő (indokolatlan) megkülönböztetés, azt mondhatjuk, hogy az értékesítés teljesen anonim és homogén feltételekkel történik. Bár az értékesítésre gyakran ilyen feltételekkel kerül sor, mégsem mondható, hogy teljesen általános jelenségről van szó, s az árdiszkrimináció valami speciális eset lenne, vagy eleve sértené a vevő igazságérzetét, ha ezzel a gyakorlattal találkozik. Számos esetben nem is tűnik furcsának vagy problémásnak, hogy elvileg ugyanazt a jószágot ugyanattól az eladótól más áron lehet megvenni különböző időpontban, vagy különböző helyen lévő üzletekben, vagy éppen a vásárolt mennyiségtől függően. A vásárlók által kedvelt diszkont akciók vagy leértékelések ugyanúgy árdiszkriminációs gyakorlatot testesíthetnek meg, mint az „egyét fizet kettőt kap” stílusú kötegben való értékesítési módszerek. Az árdiszkrimináció tehát mindennapos gyakorlat, ráadásul nem feltétlenül egyoldalú előnyszerzés, hisz sokszor mind az eladó, mind a vevő számára kedvező hatással jár. A pozitív példák ellenére az árdiszkriminációt alkalmazó üzleti gyakorlat versenyjogi szempontból nem mindig áll gyanú felett. Sőt fogalmazhatunk úgy is a versenyjog rendszerint ferde szemmel néz az efféle ügyekre.<sup>4</sup>

Az árdiszkriminációs technikák, néha jogosan tekinthetők versenyellenes vagy tisztességtelen gyakorlatnak. A helyzet megítélése azonban alapos elemzést kíván. Hogy egy konkrét üzleti gyakorlatot mikor tartunk kívánatosnak vagy elfogadhatónak és mikor megakadályozandó, tisztességtelen magatartásnak, rendszerint eseti elemzés alapján dönthető el. Bár az európai versenyjog általában kevésbé toleráns<sup>5</sup>, s gyakran túl kategorikus megközelítést alkalmaz, a közgazdászok mindig felhívják a figyelmet arra, hogy a tényleges hatást mindig mérlegelni kell, mert az árképzés szabadságának korlátozása csak akkor lehet indokolt, ha a vizsgált magatartás valóban káros a társadalom számára. Az árdiszkriminációs gyakorlat következményeit ráadásul több kritérium alapján értékelhetjük, s ezek alapján határozható meg, hogy társadalmi szempontból pozitív vagy negatív hatásokkal járó árazásról van-e szó. Ilyen kritériumok (tesztek):

- jóléti értékelés:
  - társadalmi jólét (azaz a fogyasztói többlet és a profit súlyozatlan vagy valamilyen súlyozott összege)
  - fogyasztói többlet
- valamilyen piaci működési mutató használata:
  - belépés (ennek lehetősége vagy éppen ellehetetlenítése)
  - verseny mértéke

---

4 Geradin – Petit (2006)

5 Geradin – Petit (2006)



Fontos itt leszögezni, hogy a közgazdasági megítélés szempontból nem az számít, hogy az árdiszkriminációt a költségviszonyok<sup>6</sup> is alátámasztják-e. Előfordulhat ugyanis, hogy maguk a költségek nem indokolják a megkülönböztetést, vagy legalábbis annak mértékét, az árazás azonban önmagában növeli a hatékonyságot.

Mivel az árazás az eladó feladata, ezért a különböző árdiszkriminációs esetek megkülönböztetésének igénye mindig az eladó vállalat szempontjából merül fel. A közgazdászok által használt terminológia, s így az árdiszkrimináció kifejezés azonban nem igazán szerepel az árazási és értékesítési menedzserek szótárában. Az árképzéssel foglalkozó közgazdasági elmélet számára azonban fontos, hogy a különböző eseteket az analízis érdekében egymástól megkülönböztesse. A közgazdasági irodalom és különösen a mikroökonómia tankönyvek<sup>7</sup> általában Pigou osztályozását<sup>8</sup> használják az árdiszkrimináció típusainak megkülönböztetésére.<sup>9</sup> Eszerint beszélhetünk első-, másod- és harmadrendű árdiszkriminációról.

Az elsőrendű vagy tökéletes árdiszkrimináció esete az, amikor minden vásárló tulajdonképpen egyedi árral szembesül, s annyit fizet a jószágért, amennyit az megér számára. Ebben az esetben az „érték(elés) alapú árazással” az eladó képes a vásárló összes fogyasztói többletét megszerezni.

A másodrendű árdiszkrimináció esetén nem külső ismérvek, hanem a vásárlók döntése alapján dől el, hogy ki milyen „egységárral” szembesül a vásárláskor. A vásárló dönt például a mennyiségről, természetesen az ár függvényében, ugyanakkor az ár is változik a vásárló magatartása (pl. vásárolt mennyiség) függvényében. Ebben az esetben nem az eladó dönt közvetlenül a vásárlók megkülönböztetéséről. Mivel az eladónak a megkülönböztetéshez rendszerint nincs elegendő információja sincsen, ő csak azokat a kereteket állítja fel, amelyben az egyes vásárlók önkéntes választása alapján dől el, hogy ki milyen árfeltételekkel jut hozzá ugyanahhoz a jószághoz.

A harmadrendű árdiszkrimináció a vásárlókat bizonyos jól azonosítható és ellenőrizhető ismérvek, attribútumok alapján különbözteti meg (kor, foglalkozás, szervezeti hovatartozás, típus, stb.), s a különböző csoportok tagjai eltérő árat fizetnek. Ez a megoldás akkor éri meg az eladó számára, ha a különböző csoportok árérzékenysége, azaz a keresleti ár rugalmassága, jellemzően eltérő, s csoporton belül kisebb a különbség, mint a csoportok között. Az attribútumokra épített árdiszkrimináció segítségével így az eltérő árérzékenységű fogyasztók könnyen és hatékonyan szeparálhatók.

---

6 Itt természetesen nem a határköltségről van szó, hisz épp a határköltség különbséggel nem indokolható áreltérést tekintjük az árdiszkrimináció jelének, ha a költséget említjük, akkor az egységköltségről vagy általában a költségfüggvényről van szó.

7 Pl. Varian (2008): Mikroökonómia Középfokon

8 Pigou (1920)

9 Bár Pigou tipológiáját ma is használják, a másodrendű árdiszkriminációt nála sokkal szélesebben értelmezik, beleértve a nem-lineáris árazással működő önkiválasztáson alapuló eljárásokat is. Lásd Stole (2007).

McAfee szerint azonban a Pigou féle osztályozás egyszerűen nem jó, s a sorrendre/fokozatra utaló elnevezés valójában nem takar fokozatosságot.<sup>10</sup> Ezt tükrözi, hogy sok esetben az elsőrendű árdiszkrimináció után a harmadrendűt tárgyalják, mert ez sok szempontból közelebb álló. A másik ellenvetés, hogy e tipológia nem teszi világossá, hogy az eladó információs helyzete dönti el, hogy milyen lehetőséggel élhet, milyen árazási megoldás alkalmazására van lehetősége. Célszerűbb tehát egy olyan csoportosításban vizsgálni az árdiszkriminációs eseteket, ahol az eladó információs helyzete által is behatárolt lehetőségek explicit módon megjelennek<sup>11</sup>. A jelen tanulmányban vizsgált elméleti lehetőségek értékelése céljából elégnek tűnik a közvetlen és közvetett árdiszkrimináció megkülönböztetése:

- **Közvetlen árdiszkriminációra** abban az esetben kerül sor, ha az ár, amivel a vásárló szembeesül, az illető valamely jól beazonosítható, vásárlástól független jellemzője, attribútuma alapján kerül meghatározásra. Szélső esetben ez a tényező maga a vásárló személye.
- **Közvetett árdiszkriminációról** akkor beszélünk, ha az eladó egy személytelen (anonim) mechanizmust alkalmazva határozza meg azt az árat, amit a vásárlónak fizetnie kell.

Az árdiszkrimináció eladó szempontjából hatékony alkalmazásának nem csak információs feltételei vannak. Efféle gyakorlat csak akkor működtethető,<sup>12</sup> ha:

1. a vásárlók keresleti jellemzői különböznek, s a különböző keresleti jellemzőkkel bíró fogyasztók közvetlenül vagy közvetve szétválaszthatók egymástól
2. az eladó legalább rövid távon piaci erővel rendelkezik
3. az arbitrázs, azaz a kedvező áron beszerzett jószág továbbértékesítése nem működik vagy hatékonyan megakadályozható

Az árdiszkriminációs helyzeteket vizsgálva tipikusan a következő típusokkal találkozunk:

- **Személyhez kötött árazás** vagy tökéletes árdiszkrimináció
- **Tulajdonsághoz kötött árazás:** valamely jól azonosítható jellemző alapján szegmentált csoportok számára alkalmazott árak: pl. lakóhely, életkor, nem, vásárlás helye, más vásárolt termékek
- **Mennyiségi kedvezmények:** Ebben az esetben a vásárló az adott vásárlás alkalmával megvett áru mennyiségének függvényében volumen kedvezményre jogosult.

---

10 Lásd pl. McAfee (2008)

11 A mai szakirodalomban többféle próbálkozás is megjelenik. Stole (2007) a közvetlen és a közvetett árdiszkrimináció megkülönböztetését használja, jóllehet a tárgyalás során igazodik a Pigou féle kategóriákhoz. Armstrong (2008) az anonim, nem anonim eljárások közt tesz különbséget, McAfee (2008) szintén a közvetlen és közvetett megkülönböztetést javasolja. Png (2002) a teljes, közvetlen és a közvetett típusokat különbözteti meg. Harford (2007) az árazás szempontjából a vevő kiválasztási módjából kiindulva az egyedileg célzott, csoportra célzott és az önbevalláson alapuló eljárást azonosítja.

12 McAfee (2008), Stole (2007)

- **Kapcsolt áru vásárlására adott kedvezmények:** Ennek az árdiszkriminációs technikának feltétele az árukapcsolás (*bundling*), ugyanakkor annak csak a kevert fajtája esetén lehetséges, azaz akkor, amikor a termék kapcsolt áruként és tiszta formában is elérhető. Ilyen esetben a termékért kapcsolt formájában kevesebbet kell fizetni, mint tisztán, ha csak ezt venné meg a fogyasztó.
- **Nem lineáris árazás:** A nem lineáris árazás a mennyiségi kedvezmény általános formulája. A vásárlónak egy fix összeg kifizetésén túl az újabb egységek megvásárlásáért mindig csak a határ árat kell fizetnie.
- **Több időszakos (intertemporális) árazás:** a legalább két periódusú árazás során a vásárló a második periódusban olyan árral szembesül, ami függ attól, hogy az előző periódusban kitől vásárolt (pl. új vevők, régi vevők megkülönböztetése)
- **Viselkedés-alapú árazás:** a vásárló számára egy későbbi periódusban megszabott ár attól függ, hogy mit vásárolt az előző periódusban (ide tartoznak például a hűségkedvezmények).

A tipikusan előforduló árdiszkriminációs gyakorlatot a közvetlen-közvetett dimenzió túl vizsgálhatjuk az idődimenzió szerepének függvényében. Eszerint megkülönböztethetünk:

- időben változatlan, azaz **statikus** és
- időben változó, azaz **dinamikus** árdiszkriminációs helyzeteket.

1. Táblázat: Tipikusan előforduló árdiszkriminációs megoldások

|   | Közvetlen/Nem Anonim   | Közvetett/Anonim  |
|---|--|---|
| <b>Időben változatlan/<br/>statikus</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• személyhez kötött (elsőrendű)</li> <li>• tulajdonsághoz kötött (harmadrendű)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• mennyiségi kedvezmény <ul style="list-style-type: none"> <li>• kuponok</li> </ul> </li> <li>• kapcsolt árukra adott kedvezmények <ul style="list-style-type: none"> <li>• nem lineáris árazás</li> </ul> </li> </ul> |
| <b>Időben változó/<br/>dinamikus</b>    |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• intertemporális árazás</li> <li>• viselkedés-alapú árazás</li> </ul>   |

Az árdiszkrimináció hatásainak bemutatása és elemzése az elméleti egyszerűség és a kezelhetőség szempontjaira tekintettel általában egy monopol eladó feltételezésével történik. E speciális „szélsőséges” piaci szerkezet esetén számos árdiszkriminációs jelenség jól vizsgálható és elemezhető. A valós piaci körülmények esetén – bár nem lehetetlen – mégis jóval ritkábban találkozunk monopóliummal. Az árdiszkrimináció azonban gyakran előfordul oligopol környezetben is. A két piaci szerkezet azonban oly mértékben eltérő, hogy külön mérlegelés nélkül nem élhetünk azzal a feltételezéssel, hogy a monopólium esetén érvényes következteté-

sek minden további nélkül tarthatóak maradnak egy konkrét oligopol piaci helyzetben is<sup>13</sup>. Vagy ahogy Stole fogalmaz: „*Manapság eléggé frusztráló lehet, hogy a klasszikus árdiszkriminációs elméletekhez képest a tökéletlen verseny járulékos hatásaiból adódóan igazán ritkán fogalmazhatunk meg robusztus elméleti következtetéseket. Számos esetben az elméletek nem adnak határozott válaszokat kiegészítő empirikus bizonyíték nélkül.*”<sup>14</sup>

A következő táblázatban az árdiszkriminációs esetek kapcsán felmerülő általános hatásokat foglaljuk össze monopol és oligopol piacszerkezet esetén, Az oligopol piacon azonban ez valóban csak meglehetősen általános eligazítást jelent. Valójában a konkrét elemzéstől csak igen ritkán tekinthetünk el.

2. Táblázat: A különböző árdiszkriminációs megoldások általános jellemzése

| Az árdiszkrimináció típusa  | Piacszerkezet   |  |
|---|---|--|
|   | Monopólium  | Oligopólium  |
| <b>Személyhez kötött árazás</b> (tökéletes vagy más néven elsőrendű árdiszkrimináció) | a fogyasztói többlet teljes elsajátítása, outputnövelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő  | a fogyasztói többlet részleges elsajátítása, outputnövelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő  |
| <b>Tulajdonsághoz kötött árazás</b> (harmadrendű árdiszkrimináció)                    | a fogyasztói többlet részleges elsajátítása, outputnövelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő   | a fogyasztói többlet részleges elsajátítása, outputnövelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő  |
| <b>Mennyiségi kedvezmények</b>  | fogyasztói jólét növelő, output növelő, összjólét növelő, profitcsökkentő, hatékonyság növelő   | fogyasztói jólét növelő új belépés előtt kizáró hatású<br>belépés után hatékonyság növelő a versenytárs árait adottnak véve, összességében profit szempontból lehet rosszabb, mint az egységár   |
| <b>Kapcsolt termék vásárlására adott kedvezmények</b>                                 | fogyasztói jólét növelő, output növelő, összjólét növelő, profitcsökkentő, hatékonyság növelő   | fogyasztói jólét növelő, profitcsökkentő, de túlzott lojalitást eredményez elrettentő, kizorító, versenycsökkentő hatása is lehet,   |
| Nem lineáris árazás   | a fogyasztói többlet teljes vagy részleges elsajátítása (ha nem tökéletes), output növelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő   | fogyasztói jólét növelő, összességében profit szempontból lehet rosszabb, mint az egységár   |
| Több időszaki (intertemporális) árazás  | ha a monopólium hihetően el tudja kötelezni magát a jövőbeli árakat illetően, nem érdemes alkalmaznia, visszatérő eladásnál a fogyasztói többlet részleges elsajátítása, a már bennlévő fogyasztóknak magas ár, az újaknak alacsony | fogyasztóknak kedvező, minden vállalat a másiktól próbálja alacsony árakkal elhalászni annak fogyasztóit, míg saját korábbi fogyasztói felé magasabb árat szabni pedig, legjobb válasz aszimmetria miatt, túl sok váltás, az összjólét feltehetően csökken, mert a vállalatoknak végeredményben nem jó |
| <b>Viselkedés-alapú árazás</b>  | a fogyasztói többlet részleges elsajátítása, output növelő, összjólét növelő, hatékonyság növelő  | fogyasztóknak kedvező, túl sok vagy kevés fogyasztói lojalitás, az összjólét feltehetően csökken, mert a vállalatoknak végeredményben nem jó   |

13 Armstrong (2008)

14 Stole (2008)

## 2.2. Az árdiszkrimináció és a versenyár viszonya

Az árdiszkrimináció hatásának vizsgálatához mindig szükség van egy viszonyítási pontra, amihez a változás különböző tényezőkre (jólét, kibocsátás, verseny, stb.), gyakorolt hatását mérhetjük. A viszonyítási pont az a helyzet, amikor nincs lehetőség megkülönböztetésre. Ez az állapot egyszerű esetben az, amikor minden fogyasztó ugyanazzal az egységárral szembesül a termék vásárlásakor, amitől az eladó semmilyen tekintetben nem tér el. A valóságban, tehát amikor nem teljesen azonos, hanem lényegében hasonló termékről van szó, fel kell tételeznünk, hogy ezek határkölsége némileg eltér, olyan árakat kell figyelembe vennünk, amelyek aránya megegyezik a határkölség aránnyal. Hasonló termékek esetén tehát nem egységár, hanem költségarányoknak megfelelő ár a diszkrimináció nélküli viszonyítási pont.<sup>15</sup>

Fontos megjegyezni, hogy a diszkrimináció szempontjából nincs szerepe a kompetitív árnak, mint viszonyítási pontnak. A diszkrimináció szó hétköznapi használatával ellentétben, közgazdasági kontextusban nem rendelkezik normatív minőséggel. Így az árral kapcsolatos diszkrimináció önmagában nem jó vagy rossz, hanem egyszerűen egy árazási rendszert leíró pozitív kategória, amit az eladó profitcéljai elérése érdekében legálisan alkalmazhat, ha ezt valamilyen szabály eleve nem tiltja.

## 2.3. Információ és árdiszkrimináció

Az árdiszkrimináció sikeres alkalmazásához az eladó vállalatnak megfelelő információval kell rendelkeznie a fogyasztó keresleti jellemzőiről. Ennek mélysége meghatározza, hogy milyen típusú diszkriminációt alkalmazhat egyáltalán. Monopólium esetén a megszerzett mélyebb információ egyértelműen ahhoz járul hozzá, hogy a fogyasztói többlet minél nagyobb részét az eladó megszerezze. A tökéletes árdiszkrimináció a személyre szabott áraival ezt teljes mértékben meg is valósítja. Oligopol piacon azonban a több információ nem mindig szolgálja a profitmaximalizálást. Ez csak akkor segít az információt megszerző vállalatban, ha a többiek nem rendelkeznek ezzel az információval. Ilyen lehet az a helyzet, amikor egy inkumbens vállalat azon az általa jól ismert piacon, amelyen új belépők megjelenése fenyeget, alacsonyabb árakat alkalmaz, míg a belépéstől védett piacon magasabban áraz. Oligopol piacon az is előfordul, hogy a megszerzett információ ellenére a vállalatok elveszítik a profitot, amivel persze a fogyasztók egyértelműen jól járnak. Ez akkor fordul elő, amikor a versenyző vállalatok ugyan jól ismerik a fogyasztókat, de a másik vállalat lépéseire adható legjobb válasz aszimmetriája miatt minden piacon árcsökkenés következik be.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> A megkülönböztetés mentességre vonatkozó szabályozási előírások is lényegében ezt veszik alapul, bár gyakran nem a költség aránynak megfelelő árányt, hanem, a költség differenciának megfelelő árdifferenciát tekintik olyan eltéréseknek, ami megfelel a diszkriminációmentességi előírásának.

<sup>16</sup> Thisse és Vives (1988), Armstrong (2006; 2008)

Egyes helyzetekben, mint például a több periódusban történő vásárlás esetén stratégiai információk szempontok is felmerülnek. Egyrészt fontos, hogy a fogyasztók mit tudnak, gondolnak a különböző periódusokban várható árakról,<sup>17</sup> másrészt a vállalat mit tud a fogyasztók információjáról, stratégiájáról. A helyzetet még tovább színesíti, hogy oligopol piacon, ha nem minden szereplő egyformán informált, akkor ez a versenytársak közti információs aszimmetria – attól függően, hogy erről az aszimmetriáról a két fél milyen információval illetve tudással rendelkezik – különféle stratégiai játékot eredményez.

Összességében megállapítható, hogy a monopólium és az oligopólium esete jelentősen különbözik abban, hogy a több információ oligopol esetben a versenyhelyzet miatt nem feltétlenül profitnövelő, sőt bizonyos helyzetekben egyenesen profitmegszüntető hatású lehet. A vásárlókat összességében a gyenge pozíciótól, azaz a fogyasztói többlet elsajátításától három dolog védheti meg:<sup>18</sup>

1. az ízlésükre, keresletükre vonatkozó információ privát információként való megtartása
2. a vállalatok nem tudják hitelesen kommunikálni, hogy elkötelezték magukat a jövőbeli árpolitika vonatkozásában
3. több szereplős piacon a fogyasztók keresletére vonatkozó információk ellenére a verseny miatt a vállalatok nem képesek a fogyasztói többlet egészének megszerzésére

## 2.4. Az árdiszkrimináció jóléti hatásai

Az árdiszkrimináció megítélésének legfontosabb mércéje, hogy milyen hatással van a jólétre, s növeli-e a hatékonyságot. Mark Armstrong több írásában alaposan számba veszi és ki- vesézi az árdiszkrimináció különböző változatait, az ezeket vizsgáló modelleket, melyeknek szerinte fontos tanulsága, hogy: „*az árdiszkrimináció jóléti hatásai sem a monopólium, sem az oligopólium esetén nem egyértelműek*”.<sup>19</sup> Valójában a konkrét árazási módszer valamint a piaci viszonyok és a fogyasztók ismerete nélkül nem állapítható meg generálisan, hogy társadalmi szempontból mikor jó és mikor ártalmas az árdiszkrimináció. Ez azonban azt is jelenti, hogy e

---

17 Nem csak a vállalatok élhetnek a több információ biztosította előnyökkel, hanem a fogyasztók is. Több periódus esetén például egy tartós jószág vásárlása kapcsán fogyasztók stratégiát alakíthatnak ki a vállalati árképzésre vonatkozó információ függvényében. Ha a vállalat nem tudja hihetően elkötelezni magát például az ár változatlansága mellett, akkor ez előnyt jelent a fogyasztók számára, akik a későbbi periódusban joggal számíthatnak arra, hogy olcsóbban juthatnak a termékhez. Érdekes módon épp az árdiszkrimináció tiltása az, ami ilyen esetben a fogyasztók helyzetét rontja, mivel azzal a következménnyel jár, hogy a vállalat hihetően képes kommunikálni, hogy később sem ad kedvezményt. Az efféle gyakorlatra jó példa a fogyasztók számára hátrányos, az árak merevségét megteremteni kívánó próbálkozása, amikor a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülése kezdeményezte a könyvárak rögzítését.

18 Lásd Armstrong (2006)

19 Armstrong (2006)

magatartás általános tiltása kifejezetten káros lenne. Különösen akkor, amikor például piacok megnyitásával ahhoz járul hozzá, hogy korábban ellátatlanul maradt fogyasztók – akik gyakran szegényebbek is – vásárolhassanak a termékből, szolgáltatásból.<sup>20</sup>

McAfee bemutatja, hogy árdiszkrimináció esetén érdemes a jóléti hatást kétfelé bontva vizsgálni. Az egyik rész a cseréből származó nyereség (*gains from trade*), a másik a teljes kibocsátás mennyiségi hatása.<sup>21</sup>

- Az első hatás abból adódik, hogy az egységes árhoz képest a kisebb keresleti ár rugalmasságú csoport tagjai felé érvényesített ár rendszerint nő, míg a nagyobb keresleti ár rugalmasságú fogyasztók alacsonyabb árral szembesülnek. Összhatásként a profit nő, a fogyasztók közül egyes fogyasztók jobban, mások rosszabbul járnak, de a fogyasztók, mint csoport összességében veszítenek az ügyön, tehát az eredő jóléti hatás negatív.
- A második hatás a teljes mennyiségre gyakorolt hatás, ami lehet pozitív vagy negatív. Az elosztási hatások vizsgálata alapján McAfee felhívja a figyelmet arra, hogy „az árdiszkrimináció csak akkor növeli az összjólétet, ha a mennyiség megfelelően nagy mértékben nő”.<sup>22</sup>

Az árdiszkriminációs kutatások aktuális helyzetét és eredményeit összefoglaló átfogó tanulmányában Armstrong megállapítja, hogy: *„arra a következtetésre juthatunk, hogy ha az árdiszkrimináció nem vezet a vállalati kibocsátás növekedéséhez, akkor a jólét csökkenését eredményezi. Ez azonban nem sokat mond arról, hogy mi van akkor, amikor a diszkrimináció hatására a teljes kibocsátás nő, mivel a jólét lehet nagyobb, de kisebb is. Ha tehát a kibocsátás változását jóléti tesztként akarjuk használni, akkor azzal csak rossz híreket tudunk kimutatni. Ráadásul néhány tantermi példán kívül, nem igazán könnyű olyan feltételeket találni, amelyek megmutatják, hogy a kibocsátás mikor nő vagy csökken a diszkrimináció hatására. A fogyasztói kereslet igen alapos ismeretére van szükség az árdiszkriminációval kapcsolatos megfelelő közpolitika kialakításához.”*<sup>23</sup>

Viszonylag általános érvénnyel kijelenthető azonban, hogy a közvetett árdiszkrimináció és különösen annak nemlineáris árazást alkalmazó megoldása gyakran jár a mennyiség növekedésével, ami a jólét növelését is eredményezi, s minden olyan diszkrimináció, ami új piacok megnyitásával jár, alapvetően jólétnövelő hatású.<sup>24</sup>

---

20 McAfee (2008)

21 McAfee (2008)

22 McAfee (2008)

23 Armstrong (2006)

24 McAfee (2008)

## 2.5. Árdiszkrimináció, belépés és verseny

Az árdiszkrimináció monopol és oligopol piacon is működik. Mivel valamilyen mértékű, legalább rövid távú piaci erő megléte feltétele annak, hogy egyáltalán alkalmazható legyen, tökéleteshez közeli versenyhelyzetben már egyáltalán nem használható.

Monopol piacon, amennyiben szabaddá válik a belépés, az inkumbens által bevezetett árdiszkrimináció – amelynek során a versenynek kitett fogyasztók kedvezőbb árat kapnak (pl. mennyiségi kedvezmények, csoportra célzott kedvezmények formájában), mint társaik – alkalmas lehet a belépéstől való elrettentésre. Különösen igaz ez, ha a belépőnek jelentős nagyságú fix költséget kell felvállalnia az induláshoz. Az árdiszkrimináció tiltása vagy korlátozása ilyen esetben eleve versenytámogató megoldásnak tűnik, ez azonban nem egyértelmű, mert az inkumbens árazása ekkor a fogyasztói bázis összetételétől is függ. Ha túl nagy azoknak a kiszolgáltatott fogyasztóknak az aránya, akikért nem folya verseny, akkor az inkumbens az egységárat magasabb szinten állapítaná meg, így nem hatékony belépő is megjelenhet a piacon.

A felesleges belépés ráadásul később számos probléma forrásává válhat, mivel a nem hatékony szereplő a versenyhelyzet erősödésével (például akkor, ha az árdiszkrimináció a belépők megjelenése után később megengedett lesz), folyamatosan a szabályozó támogatására szorulhat.

A belépéstől való elrettentést célozhatja az inkumbens vállalat által alkalmazott csomagképzés és árukapcsolás.<sup>25</sup> Az elemeinek összegénél alacsonyabb áron megvásárolható csomagcsábító lehet a fogyasztóknak, ami a piac megnyitása előtt, s különösen hűségszerződésekkel, illetve egyéb magas váltási költséget eredményező praktikákkal összekapcsolva alkalmas lehet a versenynek kitett fogyasztók megkötésére,<sup>26</sup> s ezáltal a belépéstől való elrettentésre is.

Az árukapcsolás és csomagképzés alkalmazása, ha már verseny van, jó lehet a fogyasztóknak, de főfájást okozhat az eladóknak, mert lehet, hogy túl sok fogyasztó választja ezeket a csomagokat, s ez végső soron csökkenti a profitot.

---

<sup>25</sup> Természetesen itt a kevert árukapcsolásról (*mixed bundling*) van szó, amikor a termékek mind együtt, mind külön-külön megvásárolhatók.

<sup>26</sup> Ráadásul a belépés elmaradása esetén piaci erejét kihasználva az inkumbens még árat is emelhet, ami végső soron károsítja a fogyasztókat, s így még az összjólét szempontjából is hátrányos lehet.



## 2.6. Az árdiszkrimináció és egyes versenytorzító magatartások kapcsolata

Az árdiszkrimináció, mint piaci magatartás gyakran jóléti, hatékonysági szempontból jobb megoldás, mint az a lehetőség, ami ennek tiltása esetén maradna. Amikor az árdiszkrimináció versenyszempontból valamilyen problémás magatartásként tűnik fel, a negatív hatás rendszerint akkor sem magából az árdiszkriminációból következik, hanem abból ered, hogy ezzel az eszközzel valamely versenytorzító hatás, vagy visszaélés valósítható meg, ami káros a fogyasztóknak illetve versenytársaknak, vagy magát a versenyt lehetetleníti el. Az árdiszkrimináció alkalmazható kiskereskedelmi és nagykereskedelmi piacon is. Hatása, értékelése, kezelése azonban ennek függvényében különböző lehet. Az árdiszkriminációval bizonyos helyzetben együtt járó problémás magatartások a következők lehetnek:

**Túlzó ár:**<sup>27</sup> ez a visszaélésszerű magatartás leginkább monopólium esetén fordulhat elő, s a diszkrimináció következtében a magasabb árral szembesülő fogyasztói csoport szenvedhet hátrányt. A fő gond nem a visszaélés gyanújának megfogalmazása, hanem annak bizonyítása egy eljárás során. A túlzó árazás bizonyítása ugyanis módszertani szempontból nehézkes, csak extrém módon túlzó esetekben lehet arra számítani, hogy gond nélkül átmegy az ügyekben szokásos jogorvoslati eljárásokon. Épp ezért a versenyhatóságok óvatosan nyúlnak ehhez a témához. A szabályozott iparágakban szintén előfordul ez a magatartás. Ezen a területen azonban komoly hagyománya van a költségvizsgálatoknak, az árszabályozásnak. Bár e megközelítések a szabályozás hagyományából és bevett gyakorlatából adódóan sokkal kevésbé finomak, jóval szűkebb fókusszal rendelkeznek – például az elfogadható árrés, vagy az alkalmazás üzleti indokainak elfogadása tekintetében –, kétségkívül alkalmasak arra, hogy a diszkriminációt megszüntessék. Ez sikeresnek tűnik, bár ha a belépési korlátok nem olyan magasak, ami eleve lehetetlenné teszi a belépést, ezzel a módszerrel a szabályozónak tulajdonképpen sikerül kiönteni a gyereket a fürdővízzel. Nem szabad ugyanis elfelejteni, hogy az árak szerepe a piaci szereplők orientálása. A magas ár – pontosabban a magas árrés – belépésre ösztönöz, ha viszont a szabályozási beavatkozás elveszi, megszünteti ezt az ösztönzőt, akkor egyúttal azt a lehetőséget is elvágja, hogy a piaci mechanizmusok révén sor kerülhessen a korrekcióra. Ilyen helyzetben pedig nem marad más, mint a szabályozás. Némi malíciával mondhatjuk azt is, hogy a szabályozás egy ilyen intézkedéssel megteremti, illetve fenntartja saját létének indokát. Bár túlzó ár, mint probléma előfordulhat kis- és nagykereskedelmi relációban is, dominánsan a kiskereskedelem esetén igényelhet beavatkozást. A nagykereskedelmi viszonylatban felmerülő megkülönböztetés esetén ugyanis nem mindig világos, hogy a végfogyasztó károsul-e, még akkor sem, ha a *downstream* verseny esetleg sérül. E nagykereskedelmi szinten előforduló árdiszkriminációt inkább a kiszorítás és az árprés kategóriájában érdemes kezelni.

<sup>27</sup> A túlzó ár versenyjogi kezelésével foglalkozó korábbi tanulmányunkban ezt részletesen tárgyalja. Lásd Infrapont (2007).

**Kiszorítás, kizárás:** A nagykereskedelmi szinten alkalmazott árdiszkrimináció kiskereskedelmi piacon járhat kiszorító hatással. A diszkriminációt az *upstream* vállalat alkalmazza a *downstream* piacon működő szereplők által használt input árazására. Az *upstream* szereplő lehet vertikálisan integrált, de előfordulhat, hogy csak az *upstream* piacon működik. A vertikális integráció nélküli esetben is előfordulhat, hogy a megkülönböztetés egyes *downstream* piaci versenyzők esélyeit rontja más szereplőkéhez képest, ugyanakkor nagy valószínűséggel ez nem okoz kárt a fogyasztók számára. Ilyen esetben teljesen indokolatlan a beavatkozás, s még akkor is erősen megkérdőjelezhető, ha az *upstream* tevékenység monopólium. Az integrált vállalat esete már más megítélés alá eshet. Ha az *upstream* tevékenység monopólium, s egyúttal nélkülözhetetlen eszköz is, a kizárás az integrált vállalatnak érdekében áll, hisz ezzel saját *downstream* üzletágának esélyeit javítja, s megakadályozhatja még a hatékonyabb versenytárs megjelenését is. A probléma jól ismert a hozzáférési kérdések szabályozásában. Valójában itt sem kell közgazdasági megfontolások alapján eleve elítélni és megakadályozni az árdiszkriminációt. Ha ugyanis az *upstream* input árazása a versenytárs számára az úgynevezett hatékony komponens árazás elvén működik,<sup>28</sup> a statikus profit szempontból a belépés elméletileg indifferens az integrált vállalat számára, ezért nem akadályozza meg a nála hatékonyabb *downstream* szereplő belépését. A valóság persze egy kicsit kevésbé szép a gazdaságban lévő súrlódások, és az egyes szereplők nem tökéletes informáltsága miatt. Épp ezért gyakran felmerül a szabályozás igénye, amikor a hozzáférési árat a szabályozó megállapítja, ami általában együtt jár a diszkrimináció lehetőségének tiltásával.

**Felfaló ár:** A diszkriminációt alkalmazó vállalat a megtámadott piacon alacsony árral szorítja ki versenytársát, úgy, hogy az átlagköltséget nem fedező alacsony ár melletti veszteséget valamilyen védett piaci extraprofitból finanszírozza. A felfaló ár és az árdiszkrimináció előfordulása nem gyakori. Elképzelhető olyan szituáció, amikor a felfaló árat alkalmazó cég két földrajzi piacon van jelen, melyek közül az egyikben monopolhelyzetben van, míg a másikon versenyeznie kell. A belépő kiszorítása érdekében alkalmazhat felfaló árazást, a versenypiacon elszenvedett veszteséget a monopol területek profitjából finanszírozva.

**Árprés:** Az árprés tulajdonképpen a vertikális kapcsolatban alkalmazott kiszorítás egyik formája. Árprés akkor merül fel, ha:

- a *downstream* piacon integrált és nem integrált szereplők versenyeznek
- a *downstream* szolgáltatás nyújtásához nélkülözhetetlen input az *upstream* szolgáltatás
- az integrált vállalat domináns az *upstream* a piacon
- az integrált szereplő kiskereskedelmi piacon igaz az az egyenlőtlenség, hogy: a piaci (verseny)ár kisebb, mint az input nagykereskedelmi árának és kiskereskedelmi tevékenység költségének összege

---

<sup>28</sup> *Efficient Component Pricing* (röviden ECPR), az az árazási megoldás, ami egyenlő a hozzáférés határköltségének és annak a haszonnak az összegével, amit a vállalat akkor kapott volna, ha maga adta volna el kiskereskedelmi piacon a terméket. Ez a megoldás megegyezik azzal a *retail minus* árazással, ahol a nagykereskedelmi input ára egyenlő az integrált szolgáltató kiskereskedelmi árának a kiskereskedelmi tevékenység határköltségével csökkentett értékével.

Ilyen helyzetben a kiskereskedelmi szolgáltatás a nem integrált szereplők számára veszélyes. Természetesen ilyenkor is jogos lehet az az elvárás, hogy a *downstream* szereplő legalább olyan hatékony legyen, mint az integrált vállalt *downstream* részlege. Árprés ebben a megközelítésben csak akkor merül fel, ha az integrált szereplő által alkalmazott kiskereskedelmi piaci ár csökkentve az integrált cég kiskereskedelmi tevékenységének költségével, kisebb, mint a nagykereskedelmi hozzáférés díja. A valóságban szabályozott iparágakban a verseny megteremtése, erősítése érdekében bizonyos esetekben a szabályozó hatóságok legalább átmenetileg alacsonyabb hatékonyságot is tolerálnak, amikor is az árprés teszt alapján akkor tekintik bizonyítottnak az árprés alkalmazását, ha az integrált szereplő kiskereskedelmi ára csökkentve a nem integrált rivális kiskereskedelmi költségeivel kisebb, mint a nagykereskedelmi hozzáférési ár. Az árprés itt tulajdonképpen azt jelenti, hogy az integrált szereplő kiskereskedelmi ajánlata az ár tekintetében nem replikálható a nagykereskedelmi input felhasználásával.

A versenytorzító hatás felderítése, kiszűrése céljából a verseny- vagy szabályozó hatóságok árprés-teszteket használhatnak. Az árprés tesztek segítségével azonosíthatók azok a helyzetek, amikor, az integrált szereplő valóban a versenytárs ellehetetlenítésére törekszik. Különösen a szabályozók által alkalmazott teszt esetén fordulhat elő azonban az, hogy a teszt formája már eleve egyfajta elfogultságot tartalmaz (pl. nem integrált versenytárs költségeinek figyelembevétele), ami az árdiszkrimináció közgazdasági értékelése szempontjából teljesen irreleváns. Az árprés ügyek kezelése és elemzése ezért nem is az árdiszkrimináció keretében történik, az legfeljebb mellékes formai körülményként jelenik meg.

**Diszkriminatív implicit belső ár:** Egy vertikálisan integrált vállalat belső szolgáltatásának implicit ára diszkriminatív lehet a hozzáférést igénylő *downstream* versenytárs felé szabott árhoz képest. Az árdiszkrimináció a vertikálisan nem integrált szereplő kiszorításához vezethet. A szituáció valójában az árprés helyzethez hasonló.

Árprés jellegű helyzetet áll elő akkor is, amikor a vertikálisan integrált inkumbens az árdiszkriminációt alkalmazva olyan **volumendiszkont** rendszert dolgoz ki, amelyben csak a saját leányvállalata képes igénybe venni az adható legnagyobb kedvezményt.

## 2.7. Az árdiszkrimináció szabályozási kezelése

Az elméleti kutatások azt a következtetést erősítik, hogy az árdiszkrimináció általános tiltása semmiképp sem célravezető, mivel:

- nincs olyan egységes modell, amivel az előforduló számtalan lehetőség mindegyike leírható lenne
- a különböző modellek eredményei nem egyértelműek, hol pozitív, hol negatív hatásokat jeleznek

- a hatások a konkrét modell feltételezéseitől, illetve megvalósítás kereteitől függnnek
- számos szituáció vizsgálata még várat magára

Mivel nincs egyértelmű elméleti iránymutatás az árdiszkrimináció versenypolitikai kezelésére, csak a tényeleges esetek vizsgálata alapján lehet érdemben dönteni annak tiltásáról, szankcionálásáról.

Az elméleti következtetések alapján is megfogalmazható azonban az az ajánlás, hogy semmiképp se tiltsuk általában az árdiszkriminációt, mert ezzel bizonyos helyzetekben jelentős jóléti hatások veszhetnek el. Néhány jól körülírható helyzetben esetleg alkalmazható az ex ante tiltás, ahogy az bizonyos ágazati szabályozási előírásokban szerepel. Különösen igaz ez vertikális kapcsolatok esetén. Az azonban még ilyenkor is megfontolható, hogy minden ügy, ami tényleg egyedileg fordul, elő ex post kerüljön inkább vizsgálatra, ha a visszaélés gyanúja valóban megalapozottnak tűnik.

### 3. Az árdiszkrimináció kezelése a versenykontrollban

Ebben a részben jogi esetekkel foglalkozunk, s néhány jelentősebb ország gyakorlatát tekintjük át az árdiszkriminációs ügyek kezelésének szempontjából. Bemutatjuk az adott országban érvényes versenyjogi szabályozás vizsgálatunk tárgyát érintő elemeit, a versenytörvények árdiszkriminációval kapcsolatos szakaszait. Ezután olyan versenyjogi eseteket mutatunk be, ahol a vizsgálat tárgya (legább részben) az árdiszkriminációs gyakorlat volt.

Az áttekintés során kitérünk az Egyesült Államok, az Európai Unió, valamint meghatározó európai tagállamok versenyjogi gyakorlatára.<sup>29</sup> Ezután megvizsgáljuk a magyarországi helyzetet.

Az első szempont annak vizsgálata volt, hogy milyen megközelítés jellemzi az egyes országok szabályozását:

- általános tiltás
- bizonyos gyakorlatok tiltása, vagy
- jellemzően eseti elbírálás

Ezen túlmenően az is kérdés volt, hogy mennyire igazolható az a következtetés, miszerint az árdiszkriminációs gyakorlat nem önmagában, hanem más versenykorlátozó hatás mellett (annak eszközeként, vagy azzal összhangban) okozhatja a verseny feltételeinek nehezítését. Ezzel kapcsolatban arra volt szükség, hogy az esetek tényállásait és eredményeit abból a szempontból vizsgáljuk meg, hogy az árdiszkrimináció önállóan, vagy más gyakorlattal együtt szerepel, illetve a tényezők között milyen kapcsolat van, és ez mennyire meghatározó.

Vizsgáltuk továbbá azt a kérdést is, hogy a feltételezett eredmény alapján felmerülő módszertani nehézségeket milyen módon kezelik a versenyhatósági gyakorlatban. Ezzel kapcsolatban arra kerestünk választ, hogy létezik-e erős módszertani gyakorlat az eljárások során. Felmerült még, hogy ha erős módszertanra épült az eset vizsgálata, akkor az milyen kritériumok alapján történik. Itt jellemzően a jóléti értékelés (fogyasztói és termelői többlet) és a piaci működési mutatók (belépés, piaci erő vizsgálata) használata jöhet szóba.

---

<sup>29</sup> Az esetek összegyűjtését nehezítette, hogy sok országban az esetekkel kapcsolatban nem teljes körű a hozzáférés.

## 4. Az Európai Unió gyakorlata

Az árdiszkrimináció egyes típusai különböző szempontok alapján csoportosíthatók. Ebben a fejezetben nem célunk a legmegfelelőbb kategorizálási módszer kijelölése, illetve alkalmazása. A következőkben alkalmazott kategóriák csupán az EU-s esetek átfedésmentes, jól átlátható áttekintését segítik. Ebben a fejezetben a következő árdiszkriminációs típusok alapján rendszerezve kerül bemutatásra az EU árdiszkriminációs gyakorlata:

**Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció (*first line injury*):** *a domináns diszkrimináló vállalat versenytársaira ható árdiszkrimináció, amely során a domináns vállalat saját fogyasztói számára eltérő árazást alkalmaz: árengedmények; szelektív árazás; kapcsolt vagy csomagban árult termékek árazása.*

**Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció (*second line injury*):** *a domináns diszkrimináló vállalat üzleti partnereinek piacaira ható árdiszkrimináció, amely legtöbb esetben a downstream piaci versenyt befolyásolja: vertikálisan nem integrált vállalatok által alkalmazott árdiszkrimináció; vertikálisan integrált vállalatok által alkalmazott árdiszkrimináció.*

**Földrajzi árdiszkrimináció:** az adott vállalat eltérő áron kínálja egyenértékű ügyleteit a különböző földrajzi piaci fogyasztóknak.

### 4.1. Jogszabályi háttér

Az Európai Unió egyetlen expliciten diszkriminációra vonatkozó szabályozást a Szerződés 82.(c) cikkelye tartalmazza, amely a következőképpen szól:

*A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, ilyen visszaélésnek minősül különösen:*

- a. tisztességtelen beszerzési vagy eladási árak, illetve egyéb tisztességtelen üzleti feltételek közvetlen vagy közvetett kikötése;
- b. a termelés, az értékesítés vagy a műszaki fejlesztés korlátozása a fogyasztók kárára;
- c. egyenértékű ügyletek esetén eltérő feltételek alkalmazása az üzletfelekkel szemben, ami által azok hátrányos versenyhelyzetbe kerülnek;
- d. a szerződések megkötésének függővé tétele olyan kiegészítő kötelezettségeknek a másik fél részéről történő vállalásától, amelyek sem természetüknél fogva, sem a kereskedelmi szokások szerint nem tartoznak a szerződés tárgyához.

## 4.2. Általános gyakorlat

Az EC 82. cikkelyének értelmében az árdiszkrimináció csak abban az esetben tiltandó, amennyiben az árdiszkriminációt alkalmazó fél egyes üzletfelei (fogyasztói) versenyhátrányba kerülnek. Az árdiszkriminációt tehát, mint a domináns pozícióval való visszaélést, csak annak üzletfelekre gyakorolt hatásának (pl. kizárás) fényében lehet megítélni. Ha elfogadjuk, hogy az árdiszkrimináció csak abban az esetben tiltandó, ha annak üzletfelekre gyakorolt negatív hatása megfigyelhető, akkor az árdiszkrimináció önmagában való tiltása a 82 (c) cikkely értelmében nem indokolt. Továbbá egyértelművé válik az is, hogy a 82 (c) cikkely csupán a másodfokú kárt okozó árdiszkriminációt tiltja, és elsősorban a domináns vállalat egyes üzletfeleinek, fogyasztóinak megóvását, nem pedig a versenytársak védelmét célozza. Az Európai Bizottság eddigi gyakorlatából és a korábbi bírósági döntésekből azonban nem olvasható ki ennek az értelmezésnek a következetes alkalmazása.

A felmerülő esetek uniós vizsgálata a legtöbb esetben nem túl kimerítő. Egyrészt mivel a vizsgált ügyletek (szolgáltatások/termékek) *egyenértékűségének megállapítása* költségoldalról meglehetősen nehézkes és vitatható,<sup>30</sup> ezért a Bizottság általában rövid vizsgálódás után egyenértékű ügyletnek nyilvánítja a vizsgált szolgáltatásokat.<sup>31</sup> Másrészt megfigyelhető, hogy az erőfölénnyel való visszaélés megállapításához szükséges küszöbszint meglehetősen alacsony az uniós gyakorlatban, könnyen születnek elmarasztaló ítéletek különösebb megalapozottság nélkül. A *hátrányos versenyhelyzet* nincs egyértelműen definiálva, és általában a Bizottság elemzése már nem terjed ki annak vizsgálatára, hogy vajon a diszkrimináció hosszú távon kilépéshez vezetne-e. A Bizottság tehát egyes esetekben megalapozott elemzés (pl. ténylegesen megállapított negatív hatások) nélkül, csupán az árdiszkrimináció tényéből kiindulva hoz elmarasztaló ítéletet (pl. British Airways ügy, Michelin II ügy, lásd később).

Továbbá az EC az árdiszkrimináció fent nevezett mindhárom típusát (elsőfokú-, másodfokú kárt okozó, illetve földrajzi) a piaci erőfölénnyel való visszaélés olyan megnyilvánulásaként értékeli, amelyekre egyaránt alkalmazza a 82 (c) cikkelyt. Ezt feltehetően egyrészt azért teszi, mivel a 82 (c) cikkely csupán másodfokú kárt okozó árdiszkriminációra alkalmazva elég üres paragrafus lenne, mivel kevés olyan árdiszkriminációs eset van, amikor a vertikálisan nem integrált vállalat ösztönzést érez arra, hogy a *downstream* piaci versenyt torzítsa, hiszen neki az áll érdekében, hogy minél több termékét eladhassa a versenyző *downstream* piacon (lásd később bővebben kifejtve). A Bizottság feltehetően így próbálja megragadni a lehetőséget, hogy a másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció megítélésének korlátozott jogkörét kiterjeszse az erőfölénnyel való visszaélésre elsőfokú kárt okozó esetek kapcsán is. Pedig, mint azt a

30 Mely költségeket kell figyelembe venni? Ha mindet, akkor két ügylet mindig valamilyen minimális költségeltérést mutat, tehát nem tekinthető egyenértékűnek. Ha csak bizonyos költségeket, akkor mi alapján dönthető el, hogy melyek azok.

31 Van Bael&Bellis (2005)

későbbiekben látni fogjuk a 82 (c) cikkelyt nem feltétlenül kéne alkalmaznia sem az elsőfokú kárt okozó árdiszkriminációs esetekben, sem pedig a földrajzi árdiszkriminációs esetekben. A 82 (a), illetve 82 (b) cikkely érvényesítése sok esetben adekvátabb lenne, még ha azok nem is konkrétan a diszkrimináció valamely formáját tiltják.

A földrajzi árdiszkriminációs esetek (amelyek a nemzetek közötti diszkriminációra, illetve az egységes piacok szegmentálására irányulnak) mellett számos olyan uniós árdiszkriminációs eset van, amikor nem az árdiszkrimináció az erőfölénnyel bíró vállalat által alkalmazott egyetlen vizsgálat tárgyát képező piaci praktika, hanem ez pl. túlzó árazással, kizorítással is párosul. Ezekben az esetekben a hatóságnak nem kellene csak az árdiszkriminációra fókuszálnia, sokkal inkább a versenyellenes magatartás(ok) piaci versenyre, versenytársakra gyakorolt hatásainak összességét mérlegelve kéne megítélnie az ügyet.

## 4.3. Az árdiszkrimináció különböző típusainak kezelése<sup>32</sup>

### 4.3.1. Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció

#### KEDVEZMÉNYEK

A *mennyiségi kedvezmény* a vásárolt áru volumenének függvényében kapható árkedvezmény. Az eddigi gyakorlata alapján az látszik, hogy a Bizottság úgy véli, a mennyiségi kedvezményeket a költségtényezők (pl. méretgazdaságosságból eredő) indokolhatják, ezért a mennyiségi kedvezmény önmagában nem tekinthető diszkriminatívnak. A Bizottság álláspontja szerint ez az egyetlen típusú árdiszkrimináció, ami megfelel az általa elfogadott érvnek, mely szerint az árdiszkriminációt alapvetően csak a költségek különbözősége indokolhatja.<sup>33</sup> Eddig a Bizottság gyakorlatában nem volt olyan eset, amikor önmagában a mennyiségi diszkont árdiszkriminációnak számított volna a 82 (c) értelmében. Ez alól egy kivétel van, a Michelin II eset (CFI, Case T-203/01), ám ebben az esetben is a mennyiségi árdiszkrimináció hűségkedvezményre utaló volta miatt tett kivételt a Bizottság.

#### *Michelin II eset*

Az elsőfokú Bíróság, megerősítve az EC döntését, szintén úgy találta, hogy a Michelin domináns helyzetben van a nehéz gépjárművek csere- és futózott kerékabroncsainak francia piacán. A Michelin releváns piacokon alkalmazott kedvezményrendszerével és megállapodásaival megszegte a 82. cikkelyt, mivel azok potenciálisan kizárhatják a versenytársakat és hűségre ösztönözhetnek. A mennyiségi kedvezmény ugyanis a teljes árbevételen alapult, nem pe-

<sup>32</sup> A fejezet D. Geradin, N. Petit (2007) alapján készült

<sup>33</sup> Valójában az elmélet szerint ez nem is árdiszkrimináció



dig az inkrementális bevételen, így nem tekinthető költséghatékonyságon alapuló kedvezménynek, így olyan hűség-indukáló kedvezménynek minősül, ami diszkriminatívnak tekinthető.

A Bizottság által alkalmazott gyakorlat figyelmen kívül hagyja azt a tényt, hogy egy mennyiségi kedvezmény komoly másodfokú kárt okozhat (*second line injury*), abban az esetben, ha az a kiegyenlítő vásárló erő megnyilvánulási formája. Ebben az esetben ugyanis a mennyiségi kedvezményt nem a költségtényezők indokolják az eladó oldaláról, hanem a vevő oldaláról érkező piaci nyomás, azaz a vevő piaci (vásárló) erejének köszönhető az árkedvezmény.

A hűségkedvezmény keretében az eladó kedvezményt kínál azért cserébe, hogy a vevő méretétől függetlenül kizárólag csak tőle (vagy szinte csak tőle) vásárolja meg az adott terméket/ szolgáltatást.<sup>34</sup> Az ilyen típusú árdiszkriminációs eseteket önmagában a versenytárs kizárását célzó piaci gyakorlatként értékeli a Bizottság.

#### *Hoffman-La Roche eset (ECJ, Case 85/76)*

A domináns gyártó vállalat kedvezményben részesítette azon vásárlóit, akik vállalták, hogy az általuk vásárolt vitaminokat, illetve bizonyos vitaminokat teljes egészében a Hoffman-La Roche-től vásárolják meg. A Bizottság úgy vélte, hogy ezek a megállapodások egyrészt korlátozzák a vitaminyártók közötti versenyt, másrészt egyenértékű ügyletek esetében eltérő feltételeket alkalmaznak. A Bizottság a *downstream* piaci verseny vizsgálata nélkül elítélte az alkalmazott gyakorlatot, csupán az elsőfokú kárt okozó következmények alapján ítélte.

Meg kell jegyezni, hogy a hűségkedvezménynek a versenyt korlátozó negatív hatásai mellett lehetnek versenyt ösztönző hatásai is (pl. ha növeli az összkibocsátást). Így önmagában az árdiszkrimináció ténye miatt nem feltétlenül ítéltető el a gyakorlat. További vizsgálatra van szükség, annak megállapítására, hogy milyen típusú hűségkedvezményről van szó az adott esetben: versenyt ösztönző vagy versenyt korlátozó megoldásról. Ez vagy eseti megítélést igényel, vagy egy többé-kevésbé általánosan használható teszt alkalmazását.<sup>35</sup>

#### *British Airways eset (Commission Decision 200/47)*

Két fogyasztó (utazási irodák), amely ugyanolyan mennyiségű BA jegyet vett, különböző áron juthatott hozzá, különböző mértékű kedvezményben részesült, annak függvényében, hogy a megelőző évben mekkora mennyiségű BA jegyet értékesített. Ez a fajta hűségkedvezmény a hatóság szerint korlátozta a BA és versenytársai közötti versenyt, mivel arra ösztönözte az utazási irodákat, hogy maradjanak hűségesek a BA-hez, és folyamatosan növeljék eladásukat. Emellett a Bizottság megvizsgálta a *downstream* piacot is, azaz a kedvezmény rendszer

<sup>34</sup> Emellett a hűségkedvezmény lineáris formában is megjelenhet, amikor az eladó a vásárolt mennyiség növekedésével arányos kedvezményt ad a vevőnek.

<sup>35</sup> OECD beszámoló a hűségkedvezményekről (DAFFE/COMP(2002)21)

utazási irodák piacára gyakorolt hatását: a piacon intenzív versenyt tapasztalt, amelyre a BA által alkalmazott árdiszkriminációs gyakorlat negatív hatással volt. Mindezek fényében elítélte a piaci gyakorlatot.

A szakirodalomban több javaslat is fellelhető ennek kapcsán.<sup>36</sup> Ezek közül a leginkább használhatónak az OFT által felvázolt teszt tűnik (*OFT Guideline 402*). Ennek értelmében a hűségkedvezmény nem tekinthető visszaélésnek az olyan iparágakban, ahol a fix költségek aránya viszonylag magas a változó költségekhez képest, abban az esetben, ha ez az árazási gyakorlat magasabb kibocsátási szinthez vezet, mint a vállalat egységes árazás melletti kibocsátási szintje. Amennyiben ez a vizsgálat nem alkalmazható, akkor az eset egyedi megítélést igényel, nem pedig automatikus negatív ítéletet.

### SZELEKTÍV ÁRCSÖKKENTÉSEK

A *szelektív árcsökkenés*, olyan árazás, amelyet az eladó annak érdekében alkalmaz, hogy a potenciálisan váltó fogyasztók ne menjenek át a versenytárshoz, ezért olcsóbban adja nekik termékét/szolgáltatását, mint a többi fogyasztónak.

A korábbi szelektív árcsökkenéses esetekben a Bizottság általában nem az árdiszkriminációra helyezte ki a vizsgálatot, hanem például a felfaló árazást vizsgálta (ECS/AKZO ügy), vagy a versenytárs belépését megakadályozó stratégia részeként (Eurofix-Bauco v. Hilti ügy) értékelte a szelektív árazást. Ezeknél az eseteknél a Bizottság óvakodott attól, hogy alkalmazza a 82 (c) cikkelyt.

#### *Compagnie Maritime Belge eset (Commission Decision 93/82)*

A CEWAL (melynek a Compagnie Maritime Belge is tagja) az Észak-Európa-Zaire útvonalon a versenytárs G&C hajóival gyakorlatilag egyidőben indította járatait, és a CEWAL által egyébként alkalmazott árak alatt kínálta szolgáltatását, amelyek így a G&C áraival megegyeztek vagy alatta voltak. A Bizottság döntése értelmében az árazás egyértelműen a versenytárs kizárására irányult. Ezen kívül hátrányos helyzetbe hozta azokat a hajótulajdonosokat, akiknek a G&C hajóival körülbelül egyidőben kellett feltölteniük áruikat, és így ugyanannak az árunak a szállításáért magasabb konferencia-díjat (vonalhajózási konferenciák, „szövetségek” egymás között egységes díjakat és pótdíjakat szabnak meg amelyek a szállítási ár részét képezik) kellett fizetniük.

<sup>36</sup> Egy egyszerű teszt az lehet, hogy a kedvezmény akkor számít versenyösztönzőnek, ha növeli az összkibocsátást. Ennek egy kissé finomítottabb verzióját javasolta John Vickers az International Competition Policy konferencián tartott beszédében (Oxford, 2001), mely szerint a megnövekedett kínálat csak szükséges, de nem elégséges feltétele a versenyösztönző árdiszkriminációnak. Lásd (Vickers, 2001)

A Bizottság vizsgálata során egyértelművé vált, hogy a CEWAL által alkalmazott gyakorlat a főversenytárs kizárását célozta, ez alapján viszont az elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció kategóriájába sorolandó. A végső döntésnél a hatóság igyekezett kitérni az árdiszkrimináció kérdésével való foglalkozás elől, és az alkalmazott gyakorlat kizáró hatására támaszkodva mondta ki a domináns pozícióval való visszaélés vádját.

Néhány frissebb eset kapcsán (Compagnie Maritime Belge eset) a Bizottság már explicit módon adott hangot azon véleményének, hogy a szelektív árcsökkentés az árdiszkrimináció egy olyan formája, ami a 82 (c) cikkkel nem összeegyeztethető, elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció.

A Bizottság az árukapcsolás, valamint a kapcsolt árukra adott kedvezményre sokáig nem az árdiszkrimináció egy fajtájaként tekintett, hanem a kizárásra törekvő hatásra összpontosított (pl.: Napier Brown ügy). Az utóbbi években azonban előtérbe kerültek a Bizottságnál az árukapcsolás diszkriminációs hatásai, ugyanakkor annak elsőfokú kárt okozó hatásait vizsgálta.

#### 4.3.2. Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció

A 82 (c) cikkely egyértelműen erre a típusú árdiszkriminációra vonatkozik. Ugyanakkor kérdéses, hogy a másodfokú kárt okozó árdiszkriminációs esetek mennyire gyakoriak, illetve az árazási gyakorlat valóban az üzletfelekkel, fogyasztókkal szemben alkalmazott eltérő feltételeken alapul-e, ami által azok hátrányos versenyhelyzetbe kerülnek. A Bizottság gyakorlatában ugyanis gyakoribbak az olyan másodfokú kárt okozó árdiszkriminációs esetek, amelyek nemzeti alapon alkalmazott diszkrimináción alapulnak, azaz a motiváció a hazai üzletfél (szolgáltató) favorizálása.

#### VERTIKÁLISAN NEM INTEGRÁLT VÁLLALATOK

Egy racionális, nem integrált vállalatnak alapvetően nem áll érdekében az árdiszkrimináció alkalmazása pusztán abból a célból, hogy egyik üzletfelét versenyhátrányba hozza. Emiatt ugyanis egyrészt a diszkriminált vállalatok elfordulhatnak az eladótól. Másrészt pedig ez a gyakorlat a versenyhátrányba hozott üzletfelek kizárásához is vezethet, növelve a piaci koncentrációt. Ez pedig a vevők kiegyenlítő vásárló erejének növekedéséhez vezet, ami egyúttal csökkenti az eladó piaci erejét. Ez persze nem jelenti azt, hogy ne lenne példa ilyen típusú árdiszkriminációra, ugyanis még ha a nem integrált vállalatként működő eladónak nem is áll érdekében az árdiszkrimináció, elképzelhető olyan eset, hogy egy nagy vevő oldaláról érkező nyomás (kiegyenlítő vásárlóerő) következtében a vállalat kedvezmény adására kényszerül.

A vertikálisan nem integrált vállalatok esetében tapasztalható árdiszkrimináció legtöbb esetben azonban nemzeti alapon valósul meg, azaz a külföldi tevékenységek, ügyletek háttérbe szorítására törekszik. A közgazdasági motiváció helyett ezekben az esetekben a nemzeti (politikai) motiváció játszik szerepet. Ennek megítélése viszont már nem közgazdasági kérdés.

*Brussels National Airport ügy (Commission Decision 95/364)*

Azok a légitársaságok, amelyek nagy forgalmat bonyolítottak a brüsszeli reptéren kedvezményben részesültek. A küszöbértéket a belga törvényhozás úgy állapította meg, hogy csupán egy légitársaság felelt meg a követelménynek, a belga légitársaság (Sabena). A belga légitársaság így előnybe került külföldi versenytársaihoz képest. A Bizottság elmarasztaló ítéletet hozott az ügyben: egy domináns helyzetben lévő szereplő, jelen esetben a belga légi hatóság előnyben részesített egy saját állambeli szereplőt más szereplőkkel szemben.

*Portuguese Airports ügy (Commission Decision 1999/199)*

A hazai légitársaságok kedvezményes leszállási díjat fizettek, holott a reptér ugyanazt a szolgáltatást biztosította, akkor is, ha egy külföldi légitársaság szállt le/fel, és akkor is, ha egy belöldi. A Bizottság elmarasztaló döntést hozott.

**VERTIKÁLISAN INTEGRÁLT VÁLLALATOK**

Egy vertikálisan integrált vállalat upstream részlege általában ösztönzést érez arra, hogy saját *downstream* részlegét előnyben részesítse a versenytársakkal szemben, azáltal, hogy kedvezőbb feltételeket kínál neki. Erre számos példa van, a Bizottság azonban óvatosan kezeli ezeket az ügyeket, az eddigiekben csak az elemi módon nyilvánvaló árdiszkriminációs ügyekben indított eljárást. Ugyanis a harmonizált, megkülönböztetés-mentes feltételek kikényszerítésének, azaz az egységes árazásnak is számos hátulütője van. Egyrészt az oligopol downstream piacokon jelentősen megnövelheti az összejátszás esélyét, ezzel veszélyeztetheti a *downstream* piaci versenyt. Másrészt az integrált vállalat ebben az esetben megtehetné azt, hogy csak az *upstream* profitjára koncentrál, azt maximalizálja, így a megkülönböztetés-mentes árat a monopolista árszintnél állapítaná meg, ami ugyan túlzó árazáshoz vezetne, de annak vizsgálatába, bizonyításába nem szívesen kezd bele a Bizottság a kétes kimenetel miatt. Harmadrészt, mivel az integrációnak vannak hatékonyságnövelő hatásai is, az egységes árazással a Bizottság esetleg elriasztaná a vállalatot a vertikális integrációtól.

*Deutsche Bahn ügy (CFI T-229/94)*

A Transfracht a DB leányvállalata, tengeri konténerek német kikötőkön keresztül történő fuvarozásával foglalkozó vállalat. Az Intercontainer tengeri konténerek nyugati (belga, holland) kikötőkön keresztül történő fuvarozásával foglalkozó vállalat. A DB a két vállalat felé különböző díjat szabott ki, lényegében ugyanazért a szolgáltatásért (a vasúti infrastruktúra igénybevételeért), az üres konténerek vasúton történő szállítási árában 2-77 százalék árkülönbség volt tapasztalható, a Transfracht javára.

A Bizottság álláspontja szerint ez az árdiszkrimináció korlátozta a nyugati kikötők és Németország közötti konténerek szállítását. A DB védekezését, mely szerint a nyugati kikötőkből érkező konténerek szállítási alternatívái (pl.: közúti) között lévő nagyobb verseny magasabb árakat indokol, teljes mértékben elutasította a Bizottság, mivel épp a versenynek kellett volna lecsorítania az árakat.

Bár a Bizottság ezen érvei helytállóak, ugyanakkor meglehetősen egyoldalúan közelítenek a problémához. A vertikális integráció nem elhanyagolható negatív hatásai háttérbe szorulnak, így például a megkülönböztetés-mentesség elvének sérülése, a keresztfinanszírozás lehetősége.

#### *Deutsche Post ügy (Commission Decision 2001/892)*

A Deutsche Post az Egyesült Királyságból érkező ABA (A országban lakó egyén, B országból ad fel levelet A országba) levelekre, melyeket ugyan Németországon kívül adtak fel, de németországi tartózkodásra, székhelyre utaló jelet tartalmazott, magasabb árat határozott meg, mint a tényleges nemzetközi levelekre. Ezzel elvileg az ABA levelek forgalmának meggátolása volt a célja.

A Bizottság azonban erőfölénnyel való visszaélésként és másodfokú kárt okozó árdiszkriminációként értékelte az esetet, amely azonos tranzakciókra eltérő árakat szabott. Ezenkívül a versenytársakat versenyhátrányba hozta, így például a BPO-t (*British Post Office*). Mivel ez arra ösztönözheti a brit fogyasztókat, hogy a DP-t használják a Németországba menő levelek postázására a BPO helyett, amelynek költségei a DP által szabott többlet díj miatt megemelkednek. Ez a brit kimenő levél piacon versenyelőnyhöz juttatja a DP-t.

### 4. 3. 3. Földrajzi árdiszkrimináció

A 82 (c) cikkely alapvetően nem vonatkozik a földrajzi árdiszkriminációra. A földrajzi árdiszkrimináció esetén ugyanis az eltérő feltételekkel szembesülő fogyasztók általában különböző földrajzi piacokon vannak, nem versenyeznek egymással, így nem is sérülhet a köztük lévő verseny.

#### *United Brands ügy (ECJ, United Brands v. Commission)*

Az UBC Rotterdamba és Brémába ugyanannyiért szállította le, s rakta partra az azonos minőségű banánokat, ám ezeket a banánokat különböző áron adta el az eltérő tagállamok fogyasztóinak. Ezen kívül az UBC értékesítési feltételei megtiltották a párhuzamos importot, tehát azt a gyakorlatot, hogy a tagállamok egymásnak exportálják, importálják a még zöld, éretlen banánokat.

A Bizottság elítélte az árdiszkriminációt és az erőfölénnyel való visszaélést, mivel az alkalmazott piaci gyakorlat a nemzeti piacokat szegmentálta és meggátolta a tagállamok közti kereskedelmet.

Fontos megjegyezni, hogy a tagállamok közötti kereskedelem alapját az Európai Unión belüli árkülönbségek képezik, aminek következtében az alacsonyabb ár felé konvergálnak az uniós árak. A versenypolitikának ezért nem szükséges a tagállamok közötti árkülönbségekkel foglalkoznia. A párhuzamos import biztosításával ugyanis elérhető az árak konvergenciája. Így nem az árdiszkrimináció, hanem a párhuzamos import akadályozását célzó piaci magatartás orvoslása az elsődleges. Ezen túl az árdiszkrimináció tagállamok közötti tiltása azért sem megalapozott közgazdaságilag, mivel könnyen ahhoz vezethet, hogy az eladó úgy dönt, nem szolgálja ki tovább az alacsonyabb árú piacot, hanem a magasabb árfekvésű piacra koncentrál. Ennek jóléti hatásai egyértelműen negatívak, hiszen az alacsonyabb árszintű piac fogyasztói a továbbiakban nem jutnak hozzá az adott termékhez.

Mindezek fényében feleslegesnek és indokolatlannak tűnik a földrajzi árdiszkrimináció tiltása. A Bizottságnak inkább engedélyeznie kellene az árdiszkriminációnak ezt a típusát.

3. Táblázat: Az Európai Unió gyakorlatának összefoglalása<sup>37</sup>

| Árdiszkrimináció típusa                                      | A Bizottság által alkalmazott gyakorlat  | Javaslat   |
|--|--|--|
| <b>Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció</b>                  |  |  |
| <i>Mennyiségi kedvezmény</i>                                 | Önmagában nem tiltandó   | Szigorítás: esetenkénti vizsgálatot igényel, közel sem egyértelmű a pozitív hatás    |
| <i>Hűségkedvezmény</i>                                       | Önmagában tiltandó   | Enyhítés: esetenkénti vizsgálatot vagy tesztelést igényel                            |
| <i>Szelektív árazás</i>                                      | Elsőfokú kárt okozó hatásokra koncentrálnak vizsgálja az eseteket                            |  |
| <i>Árkapcsolás</i>   | Elsőfokú kárt okozó hatásokra koncentrálnak vizsgálja az eseteket                            |  |
| <b>Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció</b>                 |  |  |
| <i>Vertikálisan nem integrált vállalat által alkalmazott</i> | Nemzeti piacvédelmi motiváció, a közgazdasági indíték helyett, általában elmarasztaló ítélet | Alapvetően nem közgazdasági kérdés, ezért nem közgazdasági megítélést igényel        |
| <i>Vertikálisan integrált vállalat által alkalmazott</i>     | Óvatosan kezeli az ügyeket, csak az égbekiáltó árdiszkriminációs ügyekben indít eljárást     | Objektívabb fellépés, az előnyök mellett, a hátrányok is azonos súllyal esznek latba |
| <b>Földrajzi árdiszkrimináció</b>                            | Általában tiltandó   | Egyáltalán nem tiltandó  |

<sup>37</sup> A táblázatban található javaslatok a Gerardin, Petit (2005) alapján kerültek összefoglalásra.

## 5. Az Egyesült Államok gyakorlata

AZ Egyesült Államokban a Robinson-Patman Act hivatott az árdiszkrimináció, mint versenyellenes gyakorlat törvényi tiltására. A Robinson-Patman Act megalkotása 1936-ban a Clayton Act hiányosságainak kiküszöbölése érdekében vált szükségessé. A Clayton Act ugyanis nem tért ki a mennyiségi alapú árdiszkriminációra, a kisméretű, független kiskereskedők pedig egyre inkább nehezményezték, hogy a nagy üzletláncok jóval alacsonyabb nagykereskedelmi áron jutnak hozzá ugyanahhoz a termékhez.

A Robinson-Patman Act<sup>38</sup> kifejezetten a mennyiségi kedvezményeket tiltja, néhány kivételtől eltekintve. A francia irányhoz hasonlóan (lásd később részletesebben) a piaci erőtől függetlenül, minden piaci szereplő esetében tiltja az árdiszkrimináció alkalmazását.

Továbbá a Legfelsőbb Bíróság az FTC v. Morton Salt Co. ügy kapcsán megalkotta a kárteszt következménye<sup>39</sup> fogalmát, amelynek értelmében a versenyző vásárlók között hosszan alkalmazott jelentős árdiszkrimináció elfogadható bizonyíték a versenyre gyakorolt negatív hatások (károk) megállapításához.

Ugyanakkor a törvény kitér arra is, hogy a költségbeli (pl.: különböző technológia) különbségek miatti árdiszkrimináció nem tiltandó. Továbbá egy első látásra indokolatlannak tűnő árdiszkrimináció indokoltá válhat, ha az a versenytárs alacsonyabb árának megcélzása érdekében történik. Erre a korábbi bírósági gyakorlatban is láthatunk példát, ugyanis a bíróság nem tiltotta meg az árdiszkriminációt egy olyan esetben, amelyben a hátrányosan megkülönböztetett szereplő (aki magasabb áron kapta ugyanazt) számára funkcionálisan az alacsonyabb ár is elérhető volt<sup>40</sup>.

A törvényt számos közgazdasági érvelésen alapuló kritika érte. A kritikusok elsősorban azt emelték ki, hogy a törvény a többi antitröszt törvénnyel ellentétben gyakran az egységes árképzést preferálja az árversennyel szemben. A legtöbb közgazdász véleménye szerint ugyanis az árdiszkrimináció nem feltétlenül vezet monopóliumhoz és a versenyt sem érinti hátrányosan, mivel a diszkrimináló vállalat nem tudja kellő ideig nyereségesen fenntartani a diszkrimináló árat, ahhoz hogy a versenytársakat kiszorítsa. A Robinson-Patman Act pedig valójában ellenőztözőket teremt a verseny számára. A Utah Pie ügyben<sup>41</sup> például a Legfelsőbb Bíróság

---

38 *unlawful "for any person engaged in commerce in the course of such commerce, [...] to discriminate in price between different purchasers of commodities of like grade and quality where either or any of the purchasers involved in such discrimination are in commerce, where such commodities are sold for use, consumption, or resale within the United States [...] and where the effect of such discrimination may be substantially to lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce, or to injure, destroy, or prevent competition with any person who either grants, or knowingly receives the benefit of such discrimination, or with customers of either of them."*

39 *"inference of injury test"*

40 Hanson v. Pittsburgh Plate Glass Industries Inc. (1973)

41 Utah Pie Co. v. Continental Baking Co. (1967)

róság a Robinson-Patman Act értelmében megtiltotta az új földrajzi piacra belépő vállalatnak, hogy az eddig (más földrajzi piacon) alkalmazott áránál alacsonyabb árat szabjon. Ez a fajta interpretáció pedig az új belépőket elriasztja, holott a fogyasztók és a piaci verseny is profitálna egy új vállalat belépésével.

Részben a számos kritikának köszönhetően az elmúlt évtizedben egyre kevesebb esetben került sor a Robinson-Patman Act alkalmazására. Amióta pedig a Department of Justice (DoJ) átadta az összes árdiszkriminációs ügyét a Federal Trade Commission-nek (FTC), ahol a Robinson-Patman Act nagyon alacsony prioritással bír, még inkább háttérbe szorult. Az elmúlt években az FTC mindössze egy árdiszkriminációs esetet<sup>42</sup> vizsgált meg.

A Legfelsőbb Bíróság azonban egy nemrég tárgyalt árdiszkriminációs ügy<sup>43</sup> kapcsán jelentős lépést tett a Robinson-Patman Act és más antitröszt törvények közelítése érdekében. Nemcsak a versenyre gyakorolt károkra vonatkozó követelményeit emelte meg, de ki is jelentette, hogy Robinson-Patman törvényt nem kellene az árkedvezmények ellenében értelmezni, alkalmazni, illetve csak azokra az esetekre kellene korlátozódnia, amikor a „kedvezményezett” vásárló piaci erővel bír.

---

42 McCormick & Company Inc. (2000)

43 Volvo Trucks North America Inc v Reeder-Simco GMC Inc. (2006)



## 6. Uniós tagállami versenyhatóságok gyakorlata

### 6.1. Egyesült Királyság

Az Egyesült Királyságban az Office of Fair Trading (OFT) jogalkalmazása szerint a domináns vállalatok által gyakorolt árdiszkrimináció önmagában történő tiltása helytelen. Egy domináns vállalat által gyakorolt árdiszkrimináció nem szükségszerűen jelenti a domináns pozíciójával való visszaélést, amíg ez a piaci helyzetre adandó ésszerű és megfelelő (arányos mértékű) válaszreakciónak tekinthető. A kérdés tehát általánosságban nem ítélné meg, mindig eseti mérlegelést igényel.<sup>44</sup>

#### 6.1.1. BT/BSkyB eset

Az eset 2002 októberében kezdődött, amikor a British Telecom (BT), a brit inkumbens távközlési szolgáltató, és a BSkyB, a brit digitális műholdas szolgáltató közös ajánlattal jelent meg a piacon, amelyet az NTL kábeltársaság (brit *triple-play* szolgáltató) nehezményezett. Azok a Sky előfizetők, akik a BT szélessávú szolgáltatását megrendelték, kedvezményes árban részesültek a nem Sky előfizetőkhez képest, s ennek előfeltétele egy BT lakossági telefon (PSTN) vonal volt.

Eredetileg a Sky előfizetők, akik megrendelték a BT Broadband szolgáltatást, ingyenes DSL modemet kaptak, valamint 20 font kedvezményt a Sky számlájukból, ugyanakkor ki kellett fizetniük a 60 fontos aktiválási díjat. Azoknak, akik nem voltak Sky előfizetők, ingyenes volt az aktiválás, de 50 fontot kellett fizetni a modemért. 2003. február 22-én az ajánlat még kedvezőbbé vált: az aktiválás ingyenessé vált. Innentől kezdve a BSkyB és a BT közös ajánlata tartalmazta az ingyenes modemet és mikroszűrőt (értékük 80 font), valamint az ingyenes aktiválást (korábbi értéke 60 font). Azért, hogy mindkét fél profitálhasson az ajánlatból, a Sky előfizetőknek BT PSTN előfizetéssel kellett rendelkezniük. Ez általános előfeltétele volt a BT Broadband előfizetésnek.

#### A VÁD

Az NTL vádja szerint a BT-BSkyB közös ajánlata korlátozta és torzította a versenyt az Egyesült Királyságban azzal, hogy erősítette a BSkyB szerepét a kiskereskedelmi fizetős televízió piacon, valamint a BT szerepét a kiskereskedelmi DSL piacon, az utóbbi esetben gátolva a versenyt a kiskereskedelmi szélessávú piacon.

---

44 Assessment conduct - Draft competition law guideline for consultation OFT (2004)

Továbbá az NTL szerint a BT visszaélt domináns piaci szerepével és diszkriminatívan kezelte a BT versenytársainak potenciális fogyasztóit, azokat, akik érdeklődtek a *triple-play* szolgáltatás iránt. A BT PSTN piaci erőfölényét ezáltal akarta átvinni a szélessávú piacra is.

Az NTL vádja szerint az ajánlat arra motiválhatja a fogyasztókat, hogy megtartsák BT telefonos előfizetésüket, esetleg előfizessenek a BT Broadband-ra is, ez pedig erősíti a BT dominanciáját, ugyanakkor hátrányos helyzetbe hozza a versenytársakat. Különösen azért, mert az ajánlat nem érhető el más, telefonszolgáltatást nyújtó szolgáltatók kiskereskedelmi ügyfelei számára. Az eszköz díjának átvállalásával ráadásul az ajánlat éppen az NTL egyik fő versenyelőnyét értékteleníti el, nevezetesen azt, hogy a *triple-play* előfizetőknek nem kell fizetniük a kábelmodemért.

#### A VIZSGÁLAT

A BT és a BSKyB megállapodása kapcsán az egyik fő kérdés az volt, hogy a verseny megakadályozására, korlátozására és torzítására vonatkozó feltétel teljesül-e. A BT-BSkyB eset tekintetében inkább horizontális, semmint vertikális megállapodásról volt szó. Mivel a BT és a BSKyB megállapodása explicite kimondja, hogy nem kizárólagos, tehát bármelyik cég köthet szerződést hasonló jellegű közös ajánlatra, az ajánlat nem kizáró harmadik féllel szemben. A megállapodás tehát nem akadályozta, korlátozta vagy torzította a versenyt.

A másik fő vizsgálati kérdés az volt, hogy a BT visszaélt-e domináns szerepével és diszkriminatívan kezelte-e versenytársainak potenciális fogyasztóit. Az erőfölénnyel való visszaélés kapcsán megállapítást nyert, hogy a BT nem árazott költség alatt. Nem sikerült bizonyítani ugyanis, hogy a BT „támogatná” az ajánlatot, sem a felfaló árazás, sem a keresztfinanszírozás nem igazolódott.

A végső vizsgálati kérdés az volt, hogy az ajánlat tartalmazott-e tiltott árdiszkriminációt. A BT ügyfeleknek 50 fontot kellett fizetniük a modemért. Azoknak, akik egyben BSKyB előfizetők is voltak, ez ingyenes volt. Maga a termék mindkét esetben ugyanaz volt, a költségek között tehát nem lehetett jelentős különbség. A BT így egyértelműen árdiszkriminációt valósított meg, azok javára, akik egyben BSKyB előfizetők is voltak. Az árdiszkrimináció azonban önmagában nem tiltandó, meg kell vizsgálni annak piaci hatásait. A BT rendelkezésére bocsátotta az előfizetők számának alakulását az vizsgált időszakban és az erre vonatkozó becsléseket [az adatok nem voltak nyilvánosak]. Ezek alapján a hatóság úgy látta, hogy az ajánlatnak nem volt számottevő piaci hatása.

Megállapítható tehát, hogy az árdiszkrimináció ténye ugyan kétségtelen, ugyanakkor a BT nem vonzott magához jelentős számú fogyasztót, így nem volt jelentős hatása a versenyre. A vizsgálat eredménye alapján az ügyet lezárták.

## 6.2. Franciaország

### 6.2.1. Jogsabályi háttér

Franciaországban a francia kereskedelmi kódex (French Commercial Code) 442-6-os cikkelye értelmében a kereskedelemben tevékenykedők (a fogyasztókat kivéve) személyesen is felelősségre vonhatóak, amennyiben olyan diszkriminatív árazást alkalmaznak vagy „vesznek igénybe”, amelyet nem hatékonyságbeli megfontolások indokolnak és ezáltal versenyelőnyt vagy hátrányt okoznak. Ez a rendelkezés két szempontból is eltér a korábban ismertektől: nem csak a domináns szereplőkre vonatkozik, továbbá mind a diszkriminációt alkalmazó, mind pedig a diszkrimináció előnyeivel élő szereplő felelősségre vonható.

Az árdiszkrimináció a fentiek értelmében hatékonysági megfontolásokkal indokolható, így például nagy mennyiségben történő vásárlással, hosszú távú szerződéssel, illetve a vásárló által viselt nagy kockázattal. Tehát az árdiszkrimináció önmagában nem jogsértő.

Az egyes Bíróságok különféleképpen értelmezik a 442-6-os cikkelyt. A Francia Legfelsőbb Bíróság értelmezésében a versenyelőny, illetve a versenyhátrány a diszkriminatív bánásmódból származik, így nem tekinthető független feltételnek. Az alsóbbrendű bíróságok viszont abban értenek egyet, hogy a kedvezőbb feltételeket nemcsak hatékonyságbeli megfontolások indokolhatják, hanem a versenytárs ajánlatának megcélzása is.

A francia versenyhatóság azonban csak ritkán alkalmazza a 442-6-os cikkelyt. Sokkal inkább támaszkodik a szintén a Francia Kereskedelmi Kódexben található 420-1-es cikkelyre, amely az Európa Bizottság 82 (c) cikkelyéhez hasonlóan a piaci erővel való diszkriminatív visszaélést tiltja.

A továbbiakban néhány a távközlés, illetve a média terén felmerült árdiszkriminációs eset kapcsán tekintjük át a szabályozó hatóság eddigi gyakorlatát.

### 6.2.2. Orange Caraïbe eset (04-MC-02) - hűségkedvezmény

#### A VÁD

A Bouygues Télécom 2004. júliusi bejelentése szerint a francia tengerentúli tartományokban (Martinique, Guadeloupe és Guyane) az Orange Caraïbe számos módon visszaélt domináns helyzetével a mobil piacon:

- a független értékesítőknek meghatározta a kártyás előfizetések, illetve a mobil készülékek forgalmazásai árát
- a független értékesítőkkal exkluzív értékesítési szerződést kötött

- az Orange Caraïbe-nak előnye volt a France Télécomhoz fűződő viszonya miatt: kapcsolt ajánlatokat kínált, illetve a béreltvonalai hozzáférési szerződése diszkriminatív volt
- az Orange Caraïbe ajánlatai diszkriminatívak voltak: egyrészt az on-net és off-net hívások jelentős díjkülönbségeinek, másrészt az Orange Caraïbe és a Bouygues Télécom Caraïbe információs vonalához való hozzáférés díjkülönbségeinek tekintetében
- az Orange Caraïbe különböző hűségkedvezményekkel igyekezett magához kötni fogyasztóit

#### PIACI HELYZET

A francia tengerentúli tartományokban (Martinique, Guadeloupe és Guyane) csupán két mobilszolgáltató, az Orange Caraïbe és a Bouygues Télécom Caraïbe épített ki mobilhálózatot, és így ebben a térségben ez a két szolgáltató fedi le a piac 100 százalékát. 2004. június 30-án a Bouygues Télécom Caraïbe a piacon 17,5 százalékos részesedéssel bírt, míg az Orange Caraïbe, amelynek több mint 95 százalékban a France Télécom volt a tulajdonosa, 82,5 százalékos részesedést mondhatott magáénak.

#### RELEVÁNS PIAC- DOMINÁNS POZÍCIÓ

A három francia tartományban található mobil piac egy önálló piacot képez, amelyen csupán az Orange Caraïbe és a Bouygues Télécom Caraïbe van jelen. A Caraïbe piaci régió mobil piaça érett piacnak számít, a piacra való belépés költségei pedig meglehetősen magasak. Ezek alapján feltételezhető, hogy az Orange Caraïbe piaci helyzete eléggé „bebetonozott”, tehát domináns pozícióban van a térség mobil piacán.

#### VERSENYELLENES MAGATARTÁSOK VIZSGÁLATA

A Franciaországban a vizsgált periódusban alkalmazott *bill and keep* elszámolási rendszerrel ellentétben a Karib térségben a CPNP rendszer, azaz a végződtetési díjak kölcsönös elszámolása volt érvényben. 2004. januárjáig a két mobilszolgáltató egyforma végződtetési díjakat alkalmazott. 2004. januárjában az Orange Caraïbe azonban 9 százalékkal csökkentette saját végződtetési díjait. Ennek következtében az off-net és on-net hívások díjai közötti különbség jelentősen megnövekedett, egyes ajánlatok esetén akár a 80 százalékot is megközelítette.

Az off-net és on-net hívások díjai közötti jelentős különbség a hálózati hatás<sup>45</sup> erőteljes érvényesüléséhez vezethet. Ez a hatás a vizsgált szituációban még kiélezettebben jelentkezhetett, hiszen csupán két szolgáltató volt a piacon, és a nagyobb szolgáltató több mint 82 százalékos részesedéssel rendelkezett. A két szolgáltató részesedése közötti szakadék tovább mélyülése mindenképpen elkerülendő volt, hiszen az tovább növelte volna a két szolgáltató díjai közötti különbséget is. Továbbá a részesedések közötti szakadék megakadályozta a kisebb hálózattal rendelkező szolgáltatót abban, hogy hasonlóan kedvező on-net hívásdíjakat biztosítson.

Az on-net és off-net hívásdíjak közötti jelentős különbség a hálózati hatásnak köszönhetően meggátolta a piacra való belépést, illetve a két részesedés közötti szakadékot elmélyíthette volna, így a francia versenyhatóság versenyellenesnek találta az árdiszkriminációval párosuló domináns pozícióval való visszaélést ebben az esetben, főként a két részesedés közötti hatalmas különbségből adódóan.

#### INFORMÁCIÓS VONAL IGÉNYBEVÉTELÉNEK DISZKRIMINATÍV ÁRAZÁSA

Egy Orange Caraïbe fogyasztó számára az Orange Caraïbe információs vonal elérése 0,40 €/ perc, míg a Bouygues Télécom Caraïbe információs vonal elérése 1 € volt percenként. Az Orange Caraïbe természetesen ezt az eltérő költségekkel igyekezett indokolni, ám ezt a tények kevésbé támasztották alá, így a hatóság úgy vélte, hogy nem zárható ki, hogy a gyakorlat versenyellenes.

#### HŰSÉGKEDVEZMÉNYEK

Az Orange Caraïbe különböző akciókat alkalmazott, hogy magához kösse fogyasztóit, így például a prepaid fogyasztóknak plusz lebeszélhető perceket, évfordulós bónuszokat adott. A „Válts mobilt” program keretében pedig a fogyasztó a számlája összegétől függően hűségpontokat kapott, amelyek új mobil vásárlása esetén beszámításra kerültek, amennyiben a fogyasztó további 24 hónapra előfizetett a szolgáltatásra. Emellett azoknak, akik hajlandóak voltak további 2 évre aláírni az Orange Caraïbe-hoz, a szolgáltató havonta jóváírt 3 eurót a számlájukon.

A hűségkedvezményeknek két hatása volt megfigyelhető. Egyrészt egy közvetlen hatás, amely kedvező: a szolgáltatás díja azon fogyasztók számára is csökkent, akiket nem sikerült hűségessé tenni (plusz lebeszélhető percek, évfordulós bónuszok). Másrészt viszont a hűségkedvezmények közvetett módon megemelték a fogyasztók váltási költségeit.

---

<sup>45</sup> A nagyobb hálózatot üzemeltető szolgáltatóhoz való csatlakozás vonzóbb a fogyasztók számára, mivel az olcsóbb on-net hívások miatt több fogyasztót érhetnek el olcsóbban.

Egy telített piacon a hűségkedvezmények jelentik az egyik legfontosabb eszközt a piaci részesedés növelésére. Ebben az esetben a hűségkedvezmények arról igyekeztek meggyőzni a fogyasztót, hogy ne váltsanak, azaz a piaci részesedések „bebetonozódásához” vezetett. A konkrét tényadatokat figyelembe véve is megfigyelhető volt a piaci gyakorlat erőteljes hatása: az Orange Caraïbe fogyasztók egyötöde kötelezte el magát további 24 hónapra olcsóbb készülék reményében, ami semmiképp nem tekinthető elhanyagolható mértékű hatásnak. A francia versenyhatóság ennek fényében úgy találta, hogy az effajta hűségkedvezmény alkalmazása versenyellenes.

#### A VERSENYELLENES MAGATARTÁS HATÁSAI

Míg a Bouygues Télécom Caraïbe 2002 végén még 26 százalékos részesedéssel rendelkezett, addig 2004 júniusában már csak 18 százalékos részesedéssel bírt, amit az Orange Caraïbe versenyellenes praktikáinak tulajdonított<sup>46</sup>. Emellett a Bouygues Télécom Caraïbe 2004 előtt több éven keresztül negatív eredményt realizált, ami a szolgáltató szerint kérdésessé tette a további piacon maradását.

Az Orange Caraïbe piaci magatartásának azonnali hatásait vizsgálva a hatóság megállapította, hogy azok egy érett piacon jóval nagyobb kárt képesek okozni, hiszen a fogyasztóért folytatott küzdelem már nem az új fogyasztókért folyik, hanem a másik szolgáltató fogyasztóiért.

Az adott korlátozott földrajzi piacon, ahol csak két meglehetősen aszimmetrikus helyzetben lévő szolgáltató volt jelen, ezek a piaci gyakorlatok közvetlen, negatív hatással voltak az egyetlen versenytársra, a versenyre, és ezáltal az egész szektorra is. Az Orange Caraïbe praktikái arra irányultak, hogy megemeljék a versenytárs költségeit, és a hálózati hatást kihasználva a Bouygues Télécom Caraïbe ügyfeleit saját hálózatára terelje. Az aszimmetrikus duopol helyzetben az Orange Caraïbe erősödése magában hordozta a monopólium kialakulásának a veszélyét is.

A francia versenyhatóság döntése arra kötelezte az Orange Caraïbe-t, hogy szüntesse meg exkluzív szerződéseit, csökkentse le az *on-net* és *off-net* hívások díjában tapasztalt eltérést olyan mértékűre, ami költségkülönbséggel indokolható, illetve a fogyasztók az általuk összegyűjtött hűségpontokat további feltételek nélkül is igénybe vehessék: bármilyen termékre, szolgáltatásra felhasználható legyen.

---

<sup>46</sup> Ugyanakkor az is megjegyzendő, hogy 2003-ban körülbelül összesen 30.000 (körülbelül a fogyasztók 5 százaléka) fogyasztóval kevesebb mobil előfizető volt a Karib térségben, mint azt megelőzően.

### 6. 2. 3. France Télécom eset (04-D-22) -árukapcsolás

#### A FRANCE TÉLÉCOM AJÁNLATA

A France Télécom 1999. január 15-én dobta piacra 4 hónapig érvényes (1999. április 30-ig), kedvezményes ajánlatát „Primaliste távolsági” néven. Az ajánlat értelmében egy France Télécom Ola vagy Loft mobil előfizetést vásárló fogyasztó 6 hónapos ingyenes France Télécom „Primaliste távolsági” vezetékes előfizetést kapott, amelynek percdíjai a környező országokba a többi ajánlathoz képest körülbelül 20 százalékos kedvezménnyel kerültek megállapításra. Amennyiben valaki már rendelkezett ilyen vezetékes előfizetéssel, egy általa választott személy élhetett a lehetőséggel.

A France Télécom az ajánlat megjelenése előtt (1998 végén) a piacon lévő másik két mobilszolgáltatónak (Bouygues Télécom és SFR<sup>47</sup>) is felajánlotta levélben, hogy csatlakozzanak ehhez az akciós ajánlathoz: a France Télécom az ő ügyfeleiknek is felajánlotta a „Primaliste távolsági” vezetékes előfizetés lehetőségét. Mindkét konkurens mobilszolgáltató visszautasította ezt a lehetőséget.

#### VERSENYELLENES GYAKORLAT VÁDJA

A France Télécom kedvezményes „Primaliste távolsági” ajánlata ellen két szövetség is panasszal fordult a francia versenyhatósághoz (Le Conseil de la concurrence). Egyrészt az AFOPT<sup>48</sup> (Francia Magán-Távközlési Szolgáltatók Szövetsége), melynek tagja például az SFR, a Bouygues Télécom, a Colt Télécommunications France, és a Cégétel, másrészt az AOST<sup>49</sup> (Távközlési Szolgáltatók Szövetsége), melynek többek között a következő vállalatok a tagjai: BT France, Cégétel, Esprit Télécom, AT&T, Cable&Wireless, Eurotunnel Télécom, RSL Com Viatel és Worldcom. Az esetet a francia versenyhatóság vizsgálta meg.

#### AZ ESET VIZSGÁLATA

A releváns piac meghatározásakor a hatóság azt vizsgálta, hogy a vezetékes- illetve a mobilhang piac egy piacot alkot-e, azaz a két szolgáltatás közötti helyettesítés alapján azonos piacon vannak-e.

---

47 A francia mobil piac a vizsgálat idején 3 szereplős volt: France Télécom Mobiles, SFR, Bouygues Télécom. A France Télécom Mobiles a France Télécom leányvállalata volt, 2001-ől Orange France néven működik.

48 L'Association française des opérateurs privés en télécommunications

49 L'Association des opérateurs de services de télécommunications

A mobil előfizetések száma 1998 áprilisától 1999 áprilisára majdnem megduplázódott: 6,95 millióról 12,9 millióra növekedett. Eközben a vezetékes előfizetések száma is kismértékben ugyan, de emelkedett: 34 millióról 34,3 millió előfizetésre. Ezek a számok arra utalnak, hogy a mobilra előfizetők nem a vezetékes előfizetésük rovására fizettek elő mobilra. A két szolgáltatás árának összevetése ugyan gyenge helyettesítésre utalt, a mobil telefonhasználat költségei azonban továbbra is jóval a vezetékes telefonhasználat költségei felett voltak. Mindezek alapján a hatóság úgy látta, hogy a vezetékes- és a mobilhang piac külön piacot alkotnak.

A vezetékes piacon a France Télécom a vizsgált időszakban egyértelműen domináns pozícióban volt: akár az előfizetések számát, akár a bevételt, akár a lebeszélte percek arányát tekintve a France Télécom több mint 90 százalékos részesedéssel bírt a vezetékes piacon.

A mobil piacon már korántsem volt ilyen egyértelmű a France Télécom helyzete. Míg 1998 végén a France Télécom részesedése még 49,5 százalék volt, egy évvel később ez 3,5 százalékponttal csökkent. Ez főként a harmadik szolgáltató, a Bouygues Télécom részesedés növekedésének köszönhető, amely 8,7 százalékról 12,5 százalékra tudta növelni részesedését 1997-ről 1998-ra. Ez alapján, illetve azt is figyelembe véve, hogy a vizsgált periódus alatt a mobil piacon az árak jelentősen csökkentek, a hatóság úgy látta, hogy a France Télécom nem tudott a többi szereplőtől függetlenül cselekedni, ezért mobil piaci pozícióját tekintve nem nőtt dominánssá.

#### AZ ESET VIZSGÁLATA - A MAGATARTÁS MEGÍTÉLÉSE

A France Télécom több okból sem tartotta jogosnak az ellene indított vizsgálatot. Egyrészt egy évvel korábban az SFR/Cegetel szinte teljesen megegyező ajánlattal állt elő, mint amiért aktuálisan a France Télécom-ot vádolta. Másrészt a France Télécom felajánlotta mindkét mobilszolgáltatónak, hogy vegyenek részt az akciójában, de azok visszautasították. Harmadrészt pedig az ajánlat hűségkedvezményként való értelmezésével sem értett egyet: ugyanis a fogyasztóknak bármikor lehetőségük volt más szolgáltatóhoz váltani.

A hatóság figyelembe vette a France Télécom számos kifogását, azonban a döntés meghozatalában főként az ajánlat piacra gyakorolt hatása alapján hozta meg ítéletét.

A vizsgált periódus alatt (1999 január-április) az Ola és Loft előfizetések száma mélypontot ért el, mind az ajánlat bevezetése előtt, mind annak lejártát követően több Ola és Loft előfizetést sikerült a France Télécomnak értékesítenie. A France Telekom értékesítésének 22,8 százalékát tették ki az Ola és Loft előfizetések 1998-ban, 21,2 százalékát 1999-ben, 29,1 százalékát 2000-ben, 34 százalékát 2001-ben. Mindezek az eredmények még beszédesebbek annak fényében, hogy a mobil piac jelentős növekedést produkált 1999 első négy hónapjában: 1,7 millió új előfizető csatlakozott ekkor a mobil piachoz.



A France Télécom-nak a vezetékes piacon is csupán 47.028 darab „Primaliste távolsági” előfizetésre jogosító kupont sikerült értékesítenie, miközben a vezetékes piaci verseny megnyitását követően az új belépő szolgáltatóknál (nem France Télécom) történő előfizetések száma jelentősen megnőtt: 1998 végén még csak 859.168 darab volt, 1999 végére pedig már 2.964.098.

Ezek alapján megállapítható volt, hogy a France Télécom „Primaliste távolsági” ajánlata nem volt versenyellenes, és nem is gyakorolt semmiféle versenyellenes hatást sem a mobil, sem a vezetékes piacra.

Az pedig, hogy a France Télécom a vezetékes piacon domináns pozícióval bír, önmagában nem ok a vezetékes és mobil szolgáltatások kombinált nyújtásának tiltására, amennyiben a verseny ezt lehetővé teszi. Továbbá a domináns vállalatnak is joga van megvédeni saját kereskedelmi érdekeit, illetve megóvni saját piaci részesedését a versenytársaktól, amíg ezt törvényes keretek között teszi.

Mindezek értelmében a francia versenyhatóság a France Télécom piaci gyakorlatát nem találta versenyellenesnek sem a vonatkozó francia jogszabály (L. 420-2, Code de Commerce), sem pedig az EU jogszabályait figyelembe véve.

#### *6. 2. 4. TSP/ Canal Plus ügy (05-D-13) - árukapcsolás*

##### **A VÁD**

A Canal Plus és a CanalSatellite ajánlata 1997. augusztusáig külön került értékesítésre, a Canal Plus előfizetés 175 frankba, a CanalSatellite 98 frankba került. 1997. augusztus és 1998. január között a két szolgáltatás együtt, csomagban is megvásárolhatóvá vált havi 225 frank-ért. A konkurens TPS bejelentést tett a francia versenyhatóságnál a Canal Plus csoport által alkalmazott árukapcsolás és árazás ellen.

##### **PIACI HELYZET**

A reklámbevételekből (a hirdetőik által, a műsorok közötti reklámidőkért fizetett bevételekből) finanszírozott kereskedelmi televíziós piac és a fizetős televíziós piac (a nézők előfizetési díj fejében férhetnek hozzá az általuk kívánt csatornákhöz) a francia versenytanács, illetve az Európai Bizottság korábbi gyakorlatából kiindulva, ezúttal is két külön piacot alkotott. Ezek közül jelen eset kapcsán a fizetős televíziós piac volt releváns csupán.

A fizetős televíziós piac 1997-1998-ban már nem volt feltörekvő piac, sokkal inkább egy érett piac jellemzőit mutatta, ahol a következő piaci szereplők voltak aktívak: a műholdas szolgáltatók (TPS, CanalSatellite), a kábeles szolgáltatók (Lyonnaise Câble, France Télécom Câble, NC Numéricâble) és a Canal Plus. A Canal Plus vállalatnak 70 százalékos részesedése volt a CanalSatellite vállalatban a vizsgálat idején.

A Canal Plus a bejelentéskor a fizetős televíziós piacon 80 százalékos részesedéssel bírt, míg legjelentősebb konkurensa a TPS csupán 6 százalékos részesedéssel. A Canal Plus és a CanalSatellite együttes részesedése pedig 90 százalékot tett ki 1997-ben a fizetős piacon. Ezek alapján a Canal Plus-t domináns pozícióval rendelkező vállalatnak lehetett tekinteni.

### VERSENYELLENES MAGATARTÁS

Egy 175 frank előfizetési díjat fizető Canal Plus előfizetőnek, aki műholdas előfizetést is szeretett volna két választása volt: előfizet a TPS ajánlatára további 150 frank-ért, vagy a Canal Plus és a CanalSatellite közös ajánlatára fizet elő további 50 frank-ért.

A TPS ezt az ajánlatot a saját potenciális fogyasztóinak versenyellenes „elcsábításaként” fogta fel. A versenyhatóság álláspontja szerint azonban önmagában azért, mert a Canal Plus domináns piaci pozícióban volt a fizetős televíziózás piacán, nem volt tilos számára a CanalSatellite-tel való csomagban árusítás, csupán abban az esetben, ha annak versenyellenes hatásai bizonyíthatóak.

Ennek kapcsán azt a kérdést kellett megválaszolni, hogy az árusított csomag árazása költség alatti-e. Először is azt vizsgálták meg, hogy az 50 frank (előfizetési díj) fedezi-e a plusz CanalSatellite előfizetés átlagos változó költségeit. Az átlagos változó költségek becslésére több eredmény is született, melyek 60 és 70 frank közöttire becsülték az összeget. Eszerint a plusz előfizetés díját több mint 20 százalékkal haladta meg annak átlagos változó költsége. Ez persze még nem jelentette azt, hogy a Canal Plus és a CanalSatellite közös ajánlatának ára ne fedezné az átlagos változó költségeket, figyelembe véve az árukapcsolásból származó költségelőnyöket is (így például egy előfizetés adminisztrációs költségei kettő helyett, egy digitális dekóder használata kettő helyett, egy közös számla). Ha mindezeket figyelembe vesszük, akkor nemhogy nem versenyellenes az alkalmazott gyakorlat, hanem akár jólét növelő, versenyt serkentő hatása is lehet – érvelt a Canal Plus. Ezt látszott alátámasztani az a tény is, mely szerint a 225 frankból csupán 155 frank illette meg a Canal Plus-t, míg a CanalSatellite 70 frank-ot kapott a közös előfizetésből, ami viszont fedezetet nyújtott annak költségeire.

A francia Versenytanács korábbi gyakorlatában az árukapcsolást azon esetekben ítélte versenyellenesnek, amikor az alábbi feltételek fennálltak:

- a kapcsolt termék piacán monopólium érvényesült, illetve
- a kapcsolt termék egy szorosan kapcsolódó versenyző piacon került értékesítésre, továbbá
- a kapcsolt termék nélkülözhetetlen a többi kapcsolódó piaci termék számára, illetve
- a kapcsolt termékek külön-külön nem vásárolhatók meg

Azonban ezek egyike sem állt fenn a vizsgált ügyben, ami azt suggalta, hogy az alkalmazott árukapcsolás feltehetően nem versenyellenes. Ám a hatóság döntése előtt még megvizsgálta az árukapcsolás fizetős televíziós piacra gyakorolt konkrét hatásait is, hogy ennek fényében hozzon végső ítéletet.

#### AZ ÁRUKAPCSOLÁS PIACRA GYAKOROLT HATÁSAI

A TPS-nek a Canal Plus és a CanalSatellite árukapcsolt ajánlata ellenére sikerült a piacon maradnia. Az ajánlat időtartama alatt (1997. augusztusától 5 hónapon át) pedig sikerült duplájára növelnie előfizetői számát: 200.000-ról 400.000-re. Mindezt az előfizetőszám növekedést úgy érte el, hogy közben sikeresen megemelte előfizetési díját, ami 1997. januárjában még csak 130 frank, 1997 szeptemberében 140 frank, 1998 januárjában pedig már 150 frank volt. Mindezek cáfolták azt, hogy a Canal Plus és a CanalSatellite közös ajánlata megnehezítette volna a TPS piaci terjeszkedését, ezért ez a közös ajánlat nem bizonyult versenyellenesnek.

#### *6. 2. 5. A francia versenyhatóság árdiszkriminációval kapcsolatos gyakorlata*

A fenti esetek alapján számos következtetés vonható le a francia versenyhatóság árdiszkriminációs ügyekben alkalmazott gyakorlatáról.

Mindenekelőtt a francia versenyhatóság minden egyes ügyben hangsúlyozta, hogy az erőfölényes helyzet önmagában nem elegendő az árdiszkrimináció tiltására. Az árdiszkrimináció (hűségkedvezmény, árukapcsolás) tényét minden esetben egyértelműen megállapította, ugyanakkor annak megítélést a piacra gyakorolt hatások vizsgálatát követően értékelte.

A francia versenyhatóság az árdiszkrimináció hatásainak vizsgálata során a statikus, jóléti hatások megítélésére a vizsgált esetekben kevés figyelmet fordított. Sokkal inkább a dinamikus, versenyre gyakorolt hatások részletes elemzésére támaszkodott a döntéseknél. Ennek kapcsán a hatóság elsősorban az érintett vállalatok előfizetőszámának, szolgáltatásainak, piaci helyzetének a vizsgált periódus alatt bekövetkezett változását vizsgálta.

Az esetek többségében a hatóság nem tartotta versenyellenesnek az árdiszkriminációt alkalmazó piaci magatartást. A vizsgált árukapcsolási ügyek egyikében sem hozott elmarasztaló ítéletet, mivel az árukapcsolásnak semmilyen negatív hatása sem volt kimutatható. Abban az esetben, amikor viszont elítélte a vizsgált vállalatot, elsősorban a fennálló piacszerkezet miatt döntött így (a duopólium védelme monopóliummal szemben az Orange Caraïbe ügyben).

## 6.3. Olaszország

### 6.3.1. Olasz árdiszkriminációs joggyakorlat<sup>50</sup>

Az egyetlen jogszabály Olaszországban, amely tiltja az árdiszkriminációt, a Versenytörvény 3(c) bekezdése (1990-es 287-es számú törvény), amely kizárólag a domináns pozícióval rendelkező vállalatokra vonatkozik. Így az olasz jogszabályok értelmében az árdiszkrimináció elítélésnek elengedhetetlen feltétele a domináns pozíció. Ugyanakkor egy domináns vállalat által alkalmazott árdiszkrimináció önmagában még nem tiltandó, csak ha torzítja a versenyt a piacon.

### 6.3.2. Telecom Italia ügy - 1998

A Telecom Italia a vizsgálat időpontjában a lakossági felhasználóknak a TIN (Telecom Italia Net) szolgáltatást, míg az üzleti felhasználóknak az Interbusiness szolgáltatást kínálta. Az Interbusiness (Diamant és Diamant Plus szolgáltatások) egyrészt internet hozzáférést biztosított az üzleti ügyfelek számára, másrészt internet összeköttetést és hálózati infrastruktúrát vállalatoknak.

A TI 1997 utolsó harmadában 45 százalékos árengedményt adott az Interbusiness szolgáltatására, majd 20 százalékos a nemzeti összetevőre és 30 százalékos a nemzetközire. 1996-ban a Diamant Plus szolgáltatásánál 20 százalékos, 1997-ben 20-35 százalékos, 1998-ban 15-25 százalékos árengedményt, a Diamant szolgáltatásánál 1996-ban 10 százalékos, 1997-ben 10-33 százalékos, 1998-ban 10-25 százalékos árengedményt nyújtott. 1996-ban az ISP ügyfeleknek 20 százalékos, a közvetlen vállalati ügyfeleknek 10 százalékos volt az árengedmény.

---

50 LIDC international congress (2008)

## A VÁD

Az Olasz Internet Szolgáltatók Egyesülete 1998-ban feljelentette a Telecom Italiát (TI) az internet hálózathoz való hozzáférés szolgáltatásának piacán tanúsított viselkedése miatt:

- felfaló árazás: a TIN és interbusiness szolgáltatásainak nyomott áron való értékesítése;
- keresztfinanszírozás: a lakossági és üzleti felhasználású internet hozzáférés szolgáltatás során keletkezett veszteségek keresztfinanszírozása;
- diszkriminatív gyakorlat a különböző interbusiness (üzleti kiskereskedelmi hozzáférés) szolgáltatások kínálata kapcsán: az ISP ügyfeleknek magasabb árengedményt nyújtott, mint a közvetlen vállalati ügyfeleknek.

## A VIZSGÁLAT

A hatóság a vizsgálat során megállapította, hogy a TI a vizsgált időszakban az érvényben lévő szabályozás által megengedett általános mértéknél magasabb árengedményt alkalmazott, néhány esetben pedig az Interbusiness előfizetési díját is elengedte, ezzel megszegve az aláírt megállapodást és aláígyerve a versenytársak ajánlatának. Az ISP ügyfeleket az egyedi árengedményeken keresztül próbálta megnyerni több (2 vagy 3) éves szerződések keretében. Bevételeit abból szerezte, hogy a CDN szolgáltatást<sup>51</sup> monopol helyzetben értékesítette, amit a versenytársai nem tudtak követni, és veszteségeit ebből keresztfinanszírozta.

A TI által alkalmazott tiltott gyakorlat emellett jelentősen befolyásolta a piaci versenyt (részesedéseket) a releváns piacokon.

A vizsgálat során négy releváns piacot különböztettek meg, amelyen a TI domináns piaci szereplőként volt jelen: bérelt vonali piac, dial up hozzáférés (PSTN+ISDN), nagykereskedelmi szélessávú hozzáférés, kiskereskedelmi szélessávú hozzáférés (lakossági+ üzleti) piaca.

A kiskereskedelmi szélessávú piacon több nagy- és közepes szereplő volt jelen: TI, I, Net, Infostrada, Flashnet, Cineca, it. Net, McLink, Agorá, Altri. Ezen felül sok kis, helyi szereplő is működött: 1999-ben 500 engedéllyel rendelkező helyi kiszolgáltató.

A TI a lakossági piacon az 1996-os 8 százalékról 1998-ra 57 százalékra növelte részesedését a TIN (Telecom Italia Net) szolgáltatás bevezetésén keresztül, miközben a többi szolgáltató részesedése jelentősen csökkent (pl.: az Altri esetében 44 százalékról 22 százalékra). Az üzleti piacon azonban némiképp csökkent a részesedése (Interbusiness): 52 százalékról 40 százalékra, miközben az Altri részesedése 16 százalékról 32 százalékra nőtt.

---

<sup>51</sup> Content delivery network – zárt jellegű hálózati szolgáltatás, melyben a számítógépes hálózatok összekapcsolása az interneten keresztül történik meg

A kiskereskedelmi szélessávú piacon azonban összességében 1996-97 között 34 százalékal, 86 százalékos szintre növelte piaci részesedését, míg a versenytársai csak 6, illetve 5 százalékos részesedéssel bírtak.

#### A DÖNTÉS

A hatóság elmarasztalta a TI-t, és 1.248.000.000 líra megfizetésére kötelezte, mivel diszkriminatív magatartást tanúsított az Interbusiness szolgáltatásokban, illetve bizonyos veszteségeket dial-up bevételekből kompenzált. A TI 120 napot kapott, hogy orvosolja az internet-szolgáltatókkal és a végső felhasználói piacon lévő versenytársakkal szembeni diszkriminatív magatartását.

## 6.4. Spanyolország

### 6. 4. 1. Spanyol árdiszkriminációs joggyakorlat<sup>52</sup>

A Spanyol Versenytörvény 2. cikkelye (15/2007) megegyezik az uniós szabályozás 82. cikkelyével. Ugyanakkor a spanyol hatóságok korábban „a szándék a fontos” elv alapján hoztak döntést, szemben a „versenyre gyakorolt hatás” megközelítéssel. Az alkalmazott gyakorlat értelmében a negatív ítélethez nem szükséges a magatartás kizáró hatása (*foreclosing effect*), elég csupán a kizáró szándék megállapítása, függetlenül annak hatásaitól. A Planes Claros ügy mérföldkőnek számít a spanyol hatóság ezen gyakorlatában. Az ügyben a hatóság úgy ítélte meg, hogy a domináns pozícióval való visszaélés megállapításához elegendő csupán az érintett vállalat kizáró szándéka. A Legfelsőbb Bíróság ugyanakkor semmissé nyilvánította a hatóság döntését, és nyilvánvalóvá tette, hogy a szándék megállapítása nem elegendő. A következő döntésében (Tarjetas Prepago Telefónica) a TDC (a versenyhatóság) már kényszerben vizsgálta a piacra gyakorolt hatások vizsgálatára.

Ezen kívül a spanyol jogszabályok arra az esetre is biztosítanak alternatívát, ha az árdiszkriminációt nem domináns pozícióval rendelkező vállalat alkalmazná. A Tisztességtelen Verseny törvény 16(1) cikkelye (3/1991) tér ki ennek szabályozására.

### 6. 4. 2. ASEMPRE/Correos ügy<sup>53</sup>

A Correos (Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos S.A.), ami tulajdonképpen a spanyol állami posta, 1999. és 2002. között számos nagyfogyasztójának ajánlott kiemelkedően magas kedvezményt különböző feltételek mellett:

52 LIDC international congress (2008)

53 2352/02, Servicio de Defensa de la Competencia

- 1. példa: A Correos a helyi tarifákra 53 százalékos kedvezményt, az egyéb belföldi postai szolgáltatásokra 46 százalékos kedvezményt ígért egy vállalatnak, amennyiben az valamennyi saját<sup>54</sup> levelét a CORREOS-on keresztül postázza – feltéve, ha az éves mennyisége eléri a 35 milliót.
- 2. példa: A Correos több, mint 70 százalékos kedvezményt ajánlott egy vállalatnak, ha a cég a teljes levelezését a rajta keresztül továbbította.
- 3. példa: A Correos megállapodott egy pénzüintézetrel hogy a 22,5 százalék helyett 80 százalékos kedvezményt biztosít, amennyiben éves levelezésének legalább akkora részét bonyolítja a CORREOS-on keresztül, amekkora mennyiségű levél a pénzüintézet felé érkezik.
- 4. példa: A Correos 30-63 százalékos kedvezményre tett ígéretet egy vállalatnak, amennyiben a teljes levelezése rajta keresztül történik.
- 5. példa: A Correos olyan szerződést kötött egy vállalattal, amelyben 5-75 százalékos kedvezményt ajánlott, amennyiben a CORREOS által kézbesített liberalizált és nem liberalizált levelezés mennyisége eléri a bank nagy távolságba küldött leveleinek mennyiségét.

## A VÁD

2002. jan. 21-én az ASEMPRE panasszal fordult a versenyhatósághoz (Servicio de Defensa de la Competencia)<sup>55</sup> a Correos által alkalmazott piaci gyakorlat miatt. A Correos a nagyfogyasztók egy bizonyos csoportjának egyedi szerződési feltételeket (extra kedvezményeket) biztosított a postai szolgáltatásokra<sup>56</sup>, amennyiben azok ígéretet tettek, hogy teljes levelezésüket a Correos-on keresztül bonyolítják, azaz a Correos tiltott árdiszkriminációt alkalmazott. Emellett a felfaló árazás gyanúja is felmerült, s ez ügyben is vizsgálat indult.

## A VIZSGÁLAT

A vizsgálat során egyértelmű megállapítást nyert, hogy a Correos mennyiségi árdiszkriminációt alkalmazott: különböző feltételek mellett kötött szerződést a legnagyobb levelezést folytató ügyfelekkel és jelentős mértékű kedvezményt biztosított nekik, amennyiben a megfelelő mennyiségű postai szolgáltatást vettek igénybe nála. Ugyanakkor a Versenybíróság (Tribunal de Defensa de la Competencia) véleménye szerint ez a magatartás csak akkor büntetendő, ha a Correos piaci erőfölényben gyakorolta ezt.

54 A rajta keresztül küldött levelek, beleértve a leányvállalatai és a vállalati ügyfelei, valamint a posta nem liberalizált szektora számára küldött leveleket is.

55 Ez a szerv felelős a versenybírósági ügyek előkészítéséért és az eljárás lefolytatásához szükséges információk összegyűjtéséért. A Hatóság az ügy dokumentumai mellé egy javaslat-jegyzéket is csatol, amikor a Versenybíróság elé terjeszti az ügyet. Ebben a vád főbb pontjait foglalják össze, illetve a vizsgálandó kérdést fogalmazzák meg.

56 A liberalizált és a nem liberalizált szektorokban egyaránt.

A domináns szerep megállapításához a Bíróságnak tisztáznia kellett, hogy mi az ügy szempontjából releváns piac. A Hatóság két releváns piacot határozott meg: a nem liberalizált postai szolgáltatások és a liberalizált postai szolgáltatások piacát. A Bíróság ezt fogadta el, szemben a Correos véleményével, mely szerint a nagyvállalati ügyfelek postai küldeményeinek piacát kell releváns piacnak tekinteni<sup>57</sup>. Abban is egyetértett a Bíróság a hatósági véleménnyel, hogy a Correos nem liberalizált piacon meglévő domináns szerepét nem lehet elhatárolni a liberalizált piacon betöltött szerepétől.

A Versenybíróság szerint a Correos a postai szolgáltatások liberalizált piacán olyan ajánlatokat tett a nagy ügyfeleknek (elsősorban bankoknak és takarékpénztáraknak), amelyekhez hasonlóval a versenytársak nem tudtak előállni, így esélyük sem volt, hogy megerősödjenek egy éppen konszolidálódó piacon. A Correos tehát piaci erőfölényével visszaélve versenykorlátozó gyakorlatot folytatott.

## A DÖNTÉS

A Versenybíróság véleménye szerint a Correos megsértette a törvényt, mert a nem liberalizált postai szolgáltatások piacán meglévő domináns pozíciójával visszaélve az adott árkedvezmények nagyságát a kézbesített postai küldemények mennyiségéhez kötötte (tehát árdiskriminációt – azon belül is mennyiségi diszkontot – alkalmazott).

Súlyosbította a helyzetet, hogy a Correos azokon a liberalizált részpiacokon is kizárólagosságra tört, ahol már nem voltak monopol jogai, és ezzel akadályozta más, versenyző vállalatok piacra lépését.

Emellett a Correos által meghatározott kedvezmények nagysága nem állt kapcsolatban a forgalomnövekedésből származó megtakarítások egységkötségével. Egyértelműen a versenytársak piacra való belépését, illetve a már ott lévők túlélését akadályozta. Magatartása a közösség bármely részéről érkező vállalat piacra lépését nehezítette ebben a szektorban.

A Bíróság a versenyellenes magatartás súlyával és az okozott kárral arányosan 5 millió € büntetést szabott ki a Correos -ra.

### 6. 4. 3. *Tarjetas prepago de Telefónica ügy*<sup>58</sup>

A Telefónica csoportban két vállalat működött integráltan: a Tesau és a TTP, amelyek a Telefónica 100 százalékos tulajdonában álltak. A Tesau a lakossági vezetékes telefonszolgáltatásokra, míg a TTP a nyilvános vezetékes telefonszolgáltatásokra koncentrált.

---

<sup>57</sup> A Hatóság véleménye szerint ugyanis – amelyet a Bíróság is elfogadott – egy konszolidált piacon ideális esetben valóban kialakul a nagy ügyfelek külön piaca, erről azonban spanyol postai szolgáltatások piacán egyelőre nem lehetett beszélni.

<sup>58</sup> 2553/04, Servicio de Defensa de la Competencia



A Telefónica hangszolgáltatásait a hagyományostól eltérően is értékesítette: viszonteladó értékesítőkön keresztül telefonkártyák segítségével<sup>59</sup>. Telefonkártya értékesítőivel olyan egyedi szerződéseket kötött, amelyek hűségre ösztönözték az értékesítőket. A szerződési feltételek több ponton is versenykorlátozó hatásúak voltak. A Telefónica hangszolgáltatását (telefonkártyákon keresztül) változó költség alatti áron értékesítette viszonteladóinak, holott ezek az árak szabályozottak voltak a spanyol piacon<sup>60</sup>. Ezt úgy oldották meg, hogy az értékesítők által átvett telefonkártyák mennyiségétől függően a Telefónica támogatta értékesítőit. A Telefónica így tulajdonképpen rejtett módon adott (hűség) kedvezményt az értékesítőinek.

2004. március 31-től a nyilvános fülkékből kezdeményezett ingyenes hívások után a korábbi 0 centtől eltérően, az ingyenes szám fenntartójának percenként 4,79 eurocentet kellett fizetni a fülkehasználatért a fülke fenntartójának. Az új fülkehasználati díjnak az elsődleges hasznélvezője a Telefónica (TTP) volt, mely a nyilvános fülkék nagy részének tulajdonosa is volt Spanyolországban. A Telefónica (TTP) 2004 augusztusában és szeptemberében (a bevezetést követő két hónapban) saját értékesítőitől nem szedte be az új fülkehasználati díjat, miközben a többi szolgáltatótól behajtotta a díjat, így részesítve őket további kedvezményben.

## A VÁD

A Citycall<sup>61</sup> 2004. október 4.-én panasszal fordult a spanyol versenyhatósághoz a Telefónica által alkalmazott piaci gyakorlattal szemben. A Citycall bejelentése szerint a Telefónica, visszaélve a lakossági vezetékes és a nyilvános telefonok piacán meglévő erőfölényével, hangszolgáltatásainak változó költség alatti értékesítésével felfaló árazást alkalmazott, valamint a Telefónica telefonkártyáját forgalmazó értékesítők egy csoportjának diszkriminatív kedvezményeket biztosított (a fülkehasználati díj beszedésének elmulasztása).

---

59 A Telefónica értékesítői által forgalmazott telefonkártyákat fel lehetett használni vezetékes, nyilvános és mobiltelefonról kezdeményezett hívások esetében egyaránt, úgy, hogy a hívás költsége a kártyán került elszámolásra, nem azon a számon, melyről a hívás indult. Ez olyan helyzetet teremtett a spanyol vezetékes piacon, hogy bár a szolgáltató szabad választására vonatkozó elv élt, valójában a hívások többségét a Telefónicán keresztül bonyolították, a Telefónica által működtetett vonalon, a Telefónica hangszolgáltatásait értékesítő telefonkártya használatával.

60 Az árakat a CMT (Comisión de Mercado de la Telecomunicaciones), a spanyol távközlési hatóság szabályozta.

61 A Citycall telefonkártyák értékesítésére fókuszált, különös tekintettel a nemzeti kisebbségek és a Spanyolországban élő bevándorlók piacára.

## A VIZSGÁLAT

A Versenybíróság feladata az volt, hogy a releváns piacokon megvizsgálja az erőfölénnyel való visszaélést a Telefónica 2004-es és azt követő viselkedésében, amit a telefonkártyákat értékesítő viszonteladókon keresztül valósított meg elsősorban a bevándorló lakosságot érintő távközlési piacon:

- egyrészt az értékesítőknek járó fülkehasználati díj beszedésének elmulasztásával;
- másrészt az értékesítőknek jutatott kedvezménnyel (kifizetéssel), mely a Telefónica termékek viszonteladása után járt.

A versenyhatóság véleménye szerint az ügy szempontjából releváns piac a magánkézben és a köztulajdonban lévő, illetve a koncessziós, nyilvános telefonok piaca volt. A Bíróság annyiban bírálta felül ezt a véleményt, hogy kivette a sorból a legelsőt, a magánvállalatok nagyon különböző kompetenciáira hivatkozva. A Telefónica a kérdéses időszakban domináns pozícióban volt az első körben megállapított releváns piacon.

Ugyanakkor a további vizsgálatok arra készítették a Bíróságot, hogy *a releváns piac határát kiterjessze a telefonkártyák viszonteladói piacára* is. A telefonkártyás hangszolgáltatások célcsoportja ugyanis elsősorban a bevándorló lakosság, akik főként a nyilvános fülkéket használják. A Bíróság szerint a Telefónica fő motivációja az volt, hogy a nemzetközi hívások terén erősítse piaci pozícióit<sup>62</sup>. Bár kétségtelen, hogy a kérdéses viselkedési formák összeférnek a felfaló stratégia logikájával is, a lakossági vezetékes telefon piac felé való terjeszkedés szándéka nem volt valószínű. A nemzetközi forgalomból való nagyobb részesedésért folyó versenyben a viszonteladók megnyerése és rajtuk keresztül a telefonkártyákon át történő hangszolgáltatás viszont már annál inkább kulcsfontosságú volt.

Kiegészítve a releváns piacokat a telefonkártyák viszonteladói piacával, a Bíróság úgy ítélte meg, hogy a Telefónica erőfölénye nem állapítható meg az érintett piacokon. Az erőfölény tényének bizonyítása nélkül viszont nem állt meg a vád.

## A DÖNTÉS

A Telefónica, mint inkumbens szolgáltató, továbbra is domináns pozícióval rendelkezett a spanyol lakossági vezetékes és a nyilvános vezetékes piacon is. A Bíróság szerint azonban a vizsgált releváns piacokon sem a Telefónica piaci erőfölényét nem lehetett bizonyítani, sem pedig a versenytársak kiszorításának szándékát nem sikerült meggyőzően alátámasztani, így a Bíróság ítélete alapján a Telefónica tevékenysége nem volt jogsértő.

---

62 Tehát elsősorban nem az, hogy kiszorítsa versenytársait a piacról.

## 6.5. Svédország

### 6.5.1. Svéd árdiszkriminációs joggyakorlatról<sup>63</sup>

A domináns vállalat által alkalmazott árdiszkrimináció sérti a Svéd Versenytörvény 19. bekezdését, amennyiben az versenytorzító hatású a piacon. Ugyanakkor a Versenytörvény értelmében tiltott árdiszkriminációnak minősülhet a nem domináns vállalat(ok) általi versenykorlátozó magatartás is a Versenytörvény 6. bekezdés 4. pontja értelmében, mely az Európai Unió szabályozás 81. cikkelyének 1(d) pontjának nemzeti szintű adaptációja.

### 6.5.2. Posten Sverige AB (posta) ügy - 1998

#### A VÁD

Az inkumbens svéd posta (Posten Sverige AB) négyzónás szelektív árazást (az árdiszkrimináció egy fajtáját) vezetett be 1998-ban. Az ár a címzett helyétől függött. A 19 legnagyobb város esetében csökkentek az árak, az összes többi helységbe azonban drágábban lehetett levelet küldeni, mint korábban. A legnagyobb árcsökkenés nagy-Stockholmban, Göteborgban, Malmö-Lundban és Uppsalában volt tapasztalható (1. zóna), többé-kevésbé ezek azok a városok, ahol a legnagyobb versenytárs, a City-Mail is jelen volt vagy éppen belépni készült. Számos közepes méretű városban kisebb mértékű volt az árcsökkenés.

A Versenyhivatal felszólította a Postát, hogy ne alkalmazza ezt az árképzést, és 50 millió korona büntetést vetett ki. A döntés szerint a posta visszaélt erőfölényével akkor, amikor bevezette a szelektív árazási rendszerét („négyzónás árlista”), amely sértette a svéd versenytörvényt, és torzította a piaci versenyt.

Ezt követően a svéd Posta egy kétzónás rendszerre állt át: a 19 legnagyobb városban azt az árat érvényesítette, amit korábban csak az 1. zónában tervezett.

A Versenyhivatal ebben az esetben is úgy találta, hogy az árkülönbségek megteremtésével a Posta visszaélt a domináns helyzetével: a költségkülönbségek nem indokolták az ilyen mértékű árkülönbségeket az egyes városok között, ez inkább a versenytársak távoltartására szolgált. A Versenyhivatal ezúttal is felszólította a Postát – bírság nélkül –, hogy ne alkalmazza ezt az árazási rendszert.

---

63 LIDC international congress (2008)

## A VIZSGÁLAT

A Posta megtámadta a Versenyhatóság mindkét döntését a Stockholmi Körzeti Bíróságon. A Körzeti Bíróság megerősítette a Versenyhatóság döntését. Úgy határozott, hogy ilyen szelektív árazás csak akkor alkalmazható, ha azt a költségek igazolják, ám ez nem állt fenn az adott esetben. A Posta nem alkalmazhatott volna ilyen, vagy ehhez hasonló árképzést.

A Körzeti Bíróság döntése ellen a Posta a Piaci Bíróságon fellebbezett.

A Piaci Bíróság először megvizsgálta a releváns piacot. Megállapította, hogy a releváns piac nem más, mint a nagy mennyiségű levelek továbbítása, és ennek csak egy része érinti Stockholmot, Malmöt és Göteborgot. A földrajzi piac maga Svédország.

A Posta a releváns piacon erőfölényes helyzetben volt – a korábbi monopolhelyzetből fakadóan –, versenytársként csak a City Mail-lel és néhány helyi disztribútorral kellett számolnia.

A Bíróság hangsúlyozta, hogy a Postának képesnek kell lennie a piaci részesedés megőrzésére vagy növelésére törvényes eszközökkel. A Bíróság több arra utaló jelet talált, hogy a zóna-árazás célja a versenytárs City Mail kirekesztése és így a verseny korlátozása volt. A zóna-árazás bejelentésével erőfölénnyel való visszaélés valósult meg, hiszen a Posta akkor jelent meg ezzel, amikor a City Mail terjeszkedésbe kezdett, ráadásul akkor a Posta még nem is végezte el a különböző földrajzi területekre vonatkozó költségkalkulációt.

Miután a svéd Posta elvégezte költségkalkulációit, a költségek ismeretében a Piaci Bíróság úgy döntött, hogy a Posta az első árazási rendszert nem, de a másodikat alkalmazhatja. Tehát csak a négyzónás rendszer tiltását tartotta fenn.

## 7. Magyarország

### 7.1. A versenytörvény szabályozása

A Magyarországon érvényben lévő szabályozás (az 1996. évi LVII. törvény és módosításai) alapvetően megfelel az Uniós, már korábban bemutatott szabályozásnak, az árdiszkrimináció jellemzően más üzleti tevékenységek és stratégiák eszközeként jelenik meg. A törvény II., III. és VI. fejezete, azaz a tisztességtelen verseny tilalmáról, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmáról és a vállalatok összefonódásának ellenőrzéséről szóló szakaszok értelemszerűen nem érintenek olyan magatartásokat, melyek esetén az árdiszkrimináció jelensége felmerül. A további három fejezet esetében ugyanakkor megjelennek ezzel kapcsolatos elemek.

A gazdasági versenyt korlátozó megállapodás tilalma esetében, a tétélesen azonosított tiltott tevékenységek felsorolásában közvetlenül nem jelenik meg az árdiszkrimináció, ugyanakkor az itt szereplő tevékenységek egy részének elképzelhető ilyen irányú megjelenése. Így például egy piacra lépést akadályozó megállapodás eszköze lehet a felek által közösen alkalmazott árdiszkriminációs stratégia, bár ebben az esetben is igaz, hogy a törvény logikája szerint nem önmagában a diszkriminatív árazás, hanem a megállapodás a tiltott tevékenység kulcseleme.

A gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalmáról szóló fejezet a fentihez hasonló logikai keretben tartalmaz árdiszkriminációhoz kapcsolódó elemeket, így a piacra lépést akadályozó, vagy kizorító hatású gazdasági döntések, és különösen az árazás tilalmát. Ezen tevékenységek gyakran, bár nem feltétlenül járnak azonban együtt árdiszkrimináció alkalmazásával.

A fejezet tétéles árdiszkriminációs tiltást is tartalmaz, eszerint tilos „azonos értékű vagy jellegű ügyletek esetén az üzletfeleket indokolatlanul megkülönböztetni, ideértve olyan árak, fizetési határidők, megkülönböztető eladási vagy vételi feltételek vagy módszerek alkalmazását, amelyek egyes üzletfeleknek hátrányt okoznak a versenyben”.

Azaz nem fogyasztói szituációra vonatkozik a megállapítás, hanem a nagykereskedelmi, vagy inputpiacokon alkalmazott árdiszkriminációra, és ezen belül is fennáll a tiltás további feltétele, hogy ez a gyakorlat versenyhátrányt okozzon az érintett szereplőnek. Mindamellettt további enyhítő szempont lehet, hogy éppen a nagykereskedelmi és input piacokon a megkötött üzletek jellemzően igen eltérőek lehetnek. Így például működhet bonyolult feltételrendszer, nagyon eltérőek lehetnek a mennyiségek, az árujellemzők, a minőség, melyek miatt már nehezen tartható meg egy azonosságra vonatkozó állítás, ami pedig a diszkrimináció igazolásához szükséges lenne.

## 7.2. Esetek

### 7.2.1. Telekom erőfölényes ügy, vj022\_2002\_61

Az ügy érintette a három mobilszolgáltató és a MATÁV Rt. volt. A Westel és a Pannon GSM esetében nagy értékű bírságot szabott ki a Versenytanács (210, illetve 150 millió Ft). Az ügy tárgya az volt, hogy a vállalkozások 1999-2000 között egymással megkötött hálózati szerződéseinek a vezetékes-mobil viszonylatú, illetve a mobil-mobil viszonylatú díjak egymáshoz viszonyított arányára, valamint a díjak változtatásával kapcsolatos kölcsönös információközlésre vonatkozó kikötései együttesen alkalmasak voltak a gazdasági verseny torzítására. A magatartások, melyek alapján az ügy indult:

- a mobil szolgáltatók egymás közötti összekapcsolási díjaikat a GVH által valószínűsítetten összehangolt módon állapították meg
- az alacsonyabb díjak meghatározásának alapja nem a hatékonyság volt, így alkalmasak lehetnek a versenytársak kiszorítására
- a fentiekkel összhangban alacsonyan tartották a mobil-mobil hívásdíjakat
- a mobil szolgáltatók a vezetékes szolgáltatóval együttműködve és összehangoltan magasan állapították meg a vezetékes-mobil összekapcsolási díjakat és hívásdíjakat.

Később a mobil-vezetékes hívásdíjak összehangolt módon, túlzottan magasan való megállapításának vizsgálatára is kiterjedt az eljárás, s az ítélet tulajdonképpen az összejátszást találta bizonyítottnak.

Az ügy megállapodáson keresztül gyakorolt erőfölénnyel foglalkozik, amelynek végrehajtási eszköze az árdiszkrimináció. Érdemes felhívni a figyelmet továbbá arra, hogy a szolgáltatók folyamatosan abba az irányba igyekeztek terelni a Hivatallal folytatott kommunikációt, hogy az általuk gyakorolt összekapcsolási tevékenységek nem tartoznak a nagykereskedelmi körbe, a Versenytanács álláspontja szerint viszont az összekapcsolás nagykereskedelmi tevékenység.

Az érintett piacon belüli szegmens a mobilszolgáltatások piaca, amiről a Westel450 fokozatosan szorult ki ekkor a három 900 és 1800-as szolgáltató mellől. A nagykereskedelmi területen mind a négy szolgáltató hálózatán a végződtetési önálló piac a versenyhivatali álláspont alapján.

A költségviszonyok vizsgálata alapján az alábbiak kerültek megállapításra:

- a mobil-mobil és a vezetékes-mobil irányú hívások végződtetési költségei között nincs lényeges különbség
- a mobil-fix indítás némileg költségesebb, mint a mobil-mobil indítás

- a mobil indítás és a mobil végződtetés műszaki tartalmát tekintve közel azonos költséget jelent
- a mobil és a vezetékes összekapcsolás műszaki megvalósításának költségeivel kapcsolatban általánosan elfogadott, hogy a mobil hálózatok költségesebb volta miatt két mobil hálózat összekapcsolása drágább, mint egy mobil és egy vezetékes hálózaté

Az eset kapcsán a GVH az árdiszkrimináció kérdését önmagában nem vizsgálta. A döntés szerint a vezetékes-mobil, illetve a mobil-mobil végződtetési díjak aránya, valamint a díjak változásával kapcsolatos kölcsönös információcserére vonatkozó kikötések alkalmasak voltak a verseny torzítására, a Westel Mobil Rt. és a Pannon GSM így összesen 360 millió Ft versenyfelügyeleti bírságot volt kénytelen megfizetni.

### 7. 2. 2. BHRT erőfölényes ügy, Vj038\_2005\_88

Az ügy a Balatoni Hajózási Rt. ellen indult erőfölénnyel való visszaélés címén. A vizsgálat tárgyát a BH Rt. által üzemeltetett balatoni kikötőkkel kapcsolatos gyakorlat képezte, mely szerint a társaság egyes esetekben indokolatlanul elzárkózott a bérleti jogviszony folytatásától, a kikötők használata során felárat számolt azokra a hajókra, amelyeket a tulajdonosok, hajóbérlés vagy személyszállítási tevékenység végzésére használtak. Emellett a gyanú szerint indokolatlanul magas kikötő használati díj megfizetését kényszerítette ki, és egyes vállalkozásokat indokolatlanul megkülönböztetett a bérleti és szolgáltatási feltételek alkalmazása során.

A vizsgált kérdések közül különösen ez utóbbi érdekes az árdiszkrimináció szempontjából. A versenytanács szerint az érintett vállalkozás, a BHRT, gazdasági erőfölénnyel rendelkezett. A korábbi szerződések megszüntetését nem lehetett általánosan jellemző gyakorlatnak tekinteni. Az áremelés szintjével kapcsolatban a vizsgálat nem tárt fel aránytalanságot. A diszkriminatív árazás kérdésében is a vizsgálat megszüntetése mellett döntött a tanács, mégpedig az eljárás alá vont törvénybe ütköző magatartásának hiányában:

*„A vállalkozásoknak jogukban áll árdiszkrimináció eszközeivel élni mindaddig, amíg e magatartásuk egyes üzletfeleinek nem okoz olyan hátrányt, ami a forgalom visszaesése miatt a fogyasztók jólétét is csökkenti.”*

A vizsgálat szerint ilyen negatív versenyhatás nem merült fel, emellett az eseti és egyedi fizetési és árkedvezmények, illetve a fizetendő díjak azonnali behajtásának halasztása nem volt olyan diszkriminációnak tekinthető, amely az érintett piacon érdemi befolyást gyakorolt volna. Emellett a vizsgálat azt is kimutatta, hogy a BHRT saját kikötőiben a menetrendszerinti hajózás miatt előnyöket élvez, de nem ad bérbe hajót, vagy vitorlást, így az érintett piacon nem fejt ki versenyhatást.

A versenyfelügyeleti eljárást a Versenytanács megszüntette.

### 7. 2. 3. UPC erőfölényes ügy, Vj044\_2003\_86

Az ügyben a UPC Magyarország Kft. ellen folyt vizsgálat gazdasági erőfölénnyel való visszaélés gyanújával. Az eljárás két ok miatt indult meg, egyrészt egy erőteljes áremelés, és az ehhez kapcsolódó nagyszámú bejelentés miatt, másrészt diszkriminációval kapcsolatos gyanú merült fel két területen (az áremelés nem valósult meg két vidéki nagyvárosban, valamint szelektív volt Szombathelyen).

A diszkriminációval kapcsolatos gyanú esetében két potenciális versenyprobléma jelent meg. Egyrészt a felfaló árazás, a versenytársak kiszorítására alkalmas, nem hatékonyságon alapuló alacsonyabb árszint alkalmazása, másrészt az ilyenkor alkalmazott keresztfinanszírozás káros hatása, mivel a „fogva tartott piacon” indokolatlanul magas árakhoz vezethet. A versenytanács álláspontja szerint versenyproblémát okozhat a keresztfinanszírozás akkor is, ha hosszabb időn át, állandó formában valósul meg. Így pl. ha egy földrajzi terület esetében ugyanazon szolgáltatáscsomag tartósan eltérő áron kerül nyújtásra, akár több áremelés során is megtartva az eltérést. Ez alól kivételt képez, ha tartós műszaki, gazdasági vagy technikai különbségek indokolják a tartósan eltérő árakat.

Az áremelés vizsgálata feltárta, hogy mely területeken merült fel a tartósan eltérő árazás: Debrecen és Nyíregyháza kivételével az összes konverteres hálózaton, valamint Veszprémben és további három kisebb településen és bizonyos budapesti területeken. A vizsgálok arra a következtetésre jutottak, hogy a felújítási tevékenységek, illetve a szolgáltatás tartalma nem szolgáltatnak megfelelő indokot a differenciált és ismétlődő áremelésre a budapesti területek kivételével.

A felfaló árazás esetében feltárára került, hogy bizonyos fogyasztói csoportok nyereséghez való hozzájárulása jelentősen csekélyebb, így pl. a szociális csomagot igénybe vevő csoportoké. Két fontos további terület Debrecen és Nyíregyháza, ahol felmerült a felfaló árazás gyanúja. A UPC álláspontja szerint az elmaradó áremeléseket a csatornakiosztással való kísérletezés indokolta. A versenytársak alacsonyabb árai, és növekvő előfizetőszáma nem igazolta a felfaló árazás gyanúját.

Ezek mellett Szombathelyen is felmerült ilyen kérdés, ahol két lakásszövetkezet olcsóbban kapta a szolgáltatást, mint a város többi lakója. Ennek azonban voltak nagy részben megfelelő indokai, egyrészt az, hogy a hálózatot a tulajdonosok korábban már kiépítették, így a UPC nem saját hálózaton szolgáltatott, más részeken pedig vita volt az árazással kapcsolatban, a fennmaradó, indokolatlanul alacsonyabb árú terület esetében sem állt fenn a felfaló magatartás gyanúja.



Az érintett piacot a versenytanács az egy fejállomásra csatlakozó hálózatban azonosította, így eszerint az azonos földrajzi területen, de eltérő technológiával kiszolgált fogyasztók nem voltak egy piacon, bár átmenetileg bizonyos területeken párhuzamosan hálózatok működtek. A gazdasági erőfölényt a Berettyóújfalun található soros rendszer kivételével a UPC minden szolgáltatási területén megállapította a Versenytanács.

A túlzott mértékű áremelésre vonatkozó gyanú nem állt meg, mivel az elért 9 százalékos tőkearányos nyereség a vizsgáló álláspontja szerint nem volt túlzottnak tekintendő. A Versenytanács nem azonosított olyan körülményeket, melyek alátámasztották volna a keresztfinanszírozás és az árdiskrimináció versenyproblémát okozó hatásait. Hasonlóképpen az egyes piacokon alkalmazott túlzottan magas, illetve túlzottan alacsony ár esetében sem talált törvénytelen gyakorlatot a vizsgálat. Az eljárás végül megszüntetéssel zárult.

#### *7. 2. 4. Tahitótfalu átkelés ügy, Vj036\_2004\_24*

Az eljárás alá vont Bodor és Fiai 2003 Kft. üzemelteti a Vác és Tahitótfalu közötti dunai rév- és kompátkelőhelyet. A vizsgálat erőfölénnyel való visszaélésre irányult, a 2004-ben végrehajtott áremeléssel kapcsolatban, ahol az áremelés túlzott mértéke, illetve szelektív volta merült fel. Itt az áremelés mértéke meglehetősen magas volt, különösen a bérletek esetében, ahol a kedvezményes ár 2300-ról 7780 Ft-ra nőtt, ugyanakkor tahitótfalui diákoknak csupán 4000 Ft-os szinten került meghatározásra. A vizsgálat feltárta, hogy az áremelés oka részben a fogyasztói árkiegészítésre vonatkozó szabályozás változása volt, továbbá az árnövekedés mértéke a költségviszonyoknak megfelelően alakult. A tahitótfalui diákok számára nyújtott diszkriminatív árat pedig az érintett önkormányzattal történt szóbeli megállapodás alapozta meg, mely csökkentett bérleti díjra és iparűzési díjra vonatkozott. Emellett a Kft. álláspontja szerint az egyedi jellemzők miatt a szomszédos révekkal való összehasonlítást nem lehetett mérvadónak tekinteni. A versenytanács ennek ellenére összehasonlító adatokat is figyelembe vett, és ezekkel összhangban a fenti érvek mentén nem talált erőfölénnyel való visszaélést. Így az eljárás megszüntetésre került.

## 8. Versenyhatósági gyakorlat értékelése

A vizsgált államok gyakorlata alapján megállapíthatjuk, hogy a hatóságok – az elmélettel összhangban – az első elvi lehetőséget, a diszkrimináció kategorikus tiltását nem alkalmazzák. Az árdiszkrimináció versenyhatósági kezelése alapvetően eseti megítélés alá esik. Az eseti megítélés alapján történő vizsgálatok az elméleti áttekintés eredményeivel összhangban arra is rámutatnak, hogy az esetleges versenyhátrányokat nem önmagában az árdiszkrimináció fennállása okozza, hanem sokszor inkább csak következménye egy másik versenykorlátozó magatartásnak. Versenyjogi szempontból ezért az árdiszkrimináció adott esetben olyan típusú eszköznek tekinthető, amelyen versenyhátrányt éppen okoz (pl. kizorító, vagy kizsákmányoló).

Ennek megfelelően nem a korábban felvázolt árdiszkriminációs tipológia képezi a versenyjogi hatás szemszögéből való csoportosítás alapját, hanem valójában a megvalósuló versenyhátrány. A piacszerkezet, a szituáció és a diszkrimináló gyakorlat természetesen kapcsolatban van a kialakuló versenykorlátozással, de ez a kapcsolat nem determinisztikus. Éppen ezért az árdiszkrimináló gyakorlat önmagában nem értelmezhető, s ilyen módon történő vizsgálata nem célravezető. A fogyasztói csoportok szegmentálhatóságának, diszkriminálhatóságának mértéke, a diszkrimináció megvalósításának körülményei, költségei, a piaci struktúra és a szereplők egymáshoz viszonyított piaci pozíciója, a belépési korlátok mértéke mind relevánsak a szabályozói beavatkozás megítélésében.

A szakirodalom szerint a nem hatékony allokációhoz vezető árdiszkrimináció eseteinél megfigyelhetők a piaci erőfölényes helyzetek, de a két jelenség közötti kapcsolat nem egyértelmű, azaz az erőfölény fennállása önmagában egyáltalán nem jelenti azt, hogy az alkalmazott árdiszkrimináció káros eredményre vezet jóléti szempontból. Számos további tényező hatása hasonlóan lényeges lehet, így például a fogyasztók korlátozott informáltsága, avagy a szabályozás általi korlátozások jelenléte. Ugyanakkor, ha az árdiszkrimináció egy adott piacon valóban gátolja a hatékony allokációt, akkor sem feltétlenül az árdiszkrimináció tiltása a legjobb megoldás, mert ez a gyakorlat nem önmagában áll, és nem önmagában káros. A versenyprobléma kezelése, ha lehet, még inkább függ az adott esettől, még gondosabb figyelmet igényel, mint a versenyprobléma azonosítása.

Az árdiszkrimináció versenyjogi kezelésekor tekintettel kell lenni arra is, hogy a közvetlenül árdiszkrimináló magatartás mellett több olyan piaci magatartás is azonosítható, amelyek végső soron árdiszkriminációhoz vezetnek. Példák erre az árukapcsolás egyes formái, a szelektív árengedmények vagy az utólagos visszatérítések. A vizsgált tagállami eseteket a következő oldalon található táblázat foglalja össze.

4. Táblázat: A vizsgált tagállami esetek összefoglalása

| Eset neve                       | Árdiszkrimináció Gyakorlata  | Árdiszkrimináció jellege | Érintett cég piaci helyzete            | Piacszerkezet                                | Szituáció jellemzése, tevékenység célja   | Versenykorlátozás gyanúja                        | Döntés   |
|---------------------------------|--|--------------------------|--|--|---|--|--|
| <b>Posten-sverige</b>           | Többzónás árazás   | Közvetlen, Statikus      | Inkumbens, domináns                    | Duopólium, domináns cég                      | Verseny társ éppen belépni készült  | Belépéstől való elrettentés                      | Négy zónás rendszer tiltása  |
| <b>Orange Caralibe</b>          | Hűségkedvezmény, diszkriminatív külső/belső végződtetés                          | Közvetett, Statikus /    | Domináns vállalat                      | Duopólium, Orange Caralibe 82,5%             | Növekvő váltási költségek elérése, a végződtetési diszkrimináció gátolja a belépést, csökkenti a versenytárs részesedését | Fogyasztók lekötése, a konkurensnek gyengítése   | A hűségkedvezmény, és az ekkora végződtetési kedvezmény tiltása                                    |
| <b>France Telecom</b>           | Kapcsolt árukra adott kedvezmény   | Közvetett, Statikus      | Az egyik piacon domináns               | FT, SFR, Bouygues Télécom                    | A versenyző piacon történő szolgáltató váltás nehezítése  | Saját piaci részesedés megóvása                  | A domináns pozíció önmagában nem ok a kedvezmény tiltására, nem versenyellenes                     |
| <b>TPS/ Canal Plus</b>          | Kapcsolt árukra adott kedvezmény   | Közvetett, Statikus      | Domináns a fizetős TV piacon           | 2 műholdas, 4 kábeles nagy szolgáltató       | A közös ajánlat ösztönzi a keresletet.  | A közös ajánlat nehezítheti a TPS terjeszkedését | A versenykorlátozó hatás nem volt érzékelhető, nem versenyellenes a gyakorlat                      |
| <b>BskyB/ BT</b>                | Kapcsolt árukra adott kedvezmény   | Közvetett, Statikus      | BT erőfölény a PSTN piacon             | -  | A BT versenytársak potenciális fogyasztóinak diszkriminatív kezelése  | A PSTN erőfölény átvitele a szélessávú piacra    | Nem volt tapasztalható erős versenykorlátozó hatás   |
| <b>Telecom Italia</b>           | 45%-os árengedmény interbusiness szolgáltatásra                                  | Közvetlen, Statikus      | TI domináns piaci szereplő             | Egy domináns, kb. 500 helyi szolgáltató      | Nyomott áron való értékesítés és keresztfinanszírozás   | Felfaló árazás                                   | Diszkriminatív árazási gyakorlat megtiltása és büntetés  |
| <b>ASEMPRE/ Correos</b>         | Nagyfogyasztói kedvezmény  | Közvetett, Statikus      | Domináns a liberalizált szegmensben is | Inkumbens, domináns cég, potenciális belépők | A CORREOS a kedvezmények révén próbálta ellehetleníteni a belépést  | Erőfölény átvitele, belépés megakadályozása      | Költséglőnnyel nem indokolható engedmény, elítélendő a magatartás                                  |
| <b>Telefónica</b>               | Értékesítőkön keresztül adott (rejtett) kedvezmény saját előfizetőknek           | Közvetlen, Statikus      | Domináns                               | Egy domináns vállalat                        | Piaci részesedés stabilizálása, növelése a szabályozott árnál alacsonyabb árral   | Felfaló árazás gyanúja                           | Nem bizonyítható az erőfölény, így a tevékenység nem volt jogsértő                                 |
| <b>Westel/ Pannon/ Vodafone</b> | Közös megállapodáson keresztül gyakorolt erőfölény, diszkriminatív upstream árak | Közvetlen, Statikus      | A piac mindhárom szereplője érintett   | Három szereplős piac                         | -   | -  | Az árdiszkrimináció önmagában nem volt vizsgált elem, és így nem is képezte negatív ítélet alapját |
| <b>UPC</b>                      | Szelektív áremelés országosan, illetve egy városban belül is                     | Közvetlen, Statikus      | A vizsgált város kivételével erőfölény | Több nagy szolgáltató                        | Költségekkel korábbi engedményekkel indokolt kedvezmények   | Felfaló árazás gyanúja                           | Nem volt versenyproblémára utaló jel   |
| <b>BHRT</b>                     | Indokolatlanul magas kikötő használati díj, vevők megkülönböztetése              | Közvetlen, Statikus      | A BHRT erőfölénnyel rendelkezik        | Nincs egyértelmű piacadefiníció              | Eseti kedvezmények, az azonnali behatás szelektív halasztása  | Fogyasztók megkárosítása                         | Negatív versenyhatás nem merült fel  |
| <b>Tahitótfalu átkelés</b>      | Tahitótfalu diákok számára nyújtott diszkriminatív árak                          | Közvetlen, Statikus      | Gyakorlatilag monopólium               | Monopólium                                   | Kedvezmény szóbeli megállapodás alapján   | Fogyasztók megkárosítása                         | Negatív versenyhatás nem merült fel  |

A versenyhatósági esetek áttekintése alapján elmondható, hogy az árdiszkriminációval kapcsolatos vizsgálatok eljárásaira nem jellemző, hogy kiforrott és konszolidált módszertani gyakorlatot alkalmaznának. A jóléti hatások és a piacszerkezet mélyebb elemzése helyett inkább a versenyhatásokra fókuszáló elemzések dominálnak. Ugyanakkor a fenti eredményeknek megfelelően a vizsgálatok fókuszában jellemzően eleve a feltételezhető versenykorlátozásra vonatkozó gyanú vizsgálata áll, sőt gyakran az esetekben meghatározott helyzetek nem is értelmezhetőek pusztán az árdiszkrimináció szemszögéből nézve.

Az árdiszkriminációval kapcsolatos magyarországi gyakorlat hasonló az EU vizsgált tagállamaiban alkalmazott megközelítéshez. Az ügyek során ennek megfelelően inkább kísérő gyakorlatként, eszközként foglalkoznak az árdiszkriminációval, és a kapcsolódó, okozott versenyhátrányok elemzése van a vizsgálat fókuszában. Az alkalmazott módszertan sem lóg ki az EU tagállamra jellemző képből, így sem erősebbnek, sem gyengébbnek nem mutatkozik a hozzáférhető esetismertetések és határozati indoklások alapján.

## 9. A magyar versenyjogi gyakorlatra vonatkozó következtetések

Az árdiszkrimináció, mint tisztességtelen, versenykorlátozó piaci magatartás a magyar és az uniós versenyjogban két helyen értelmezhető:

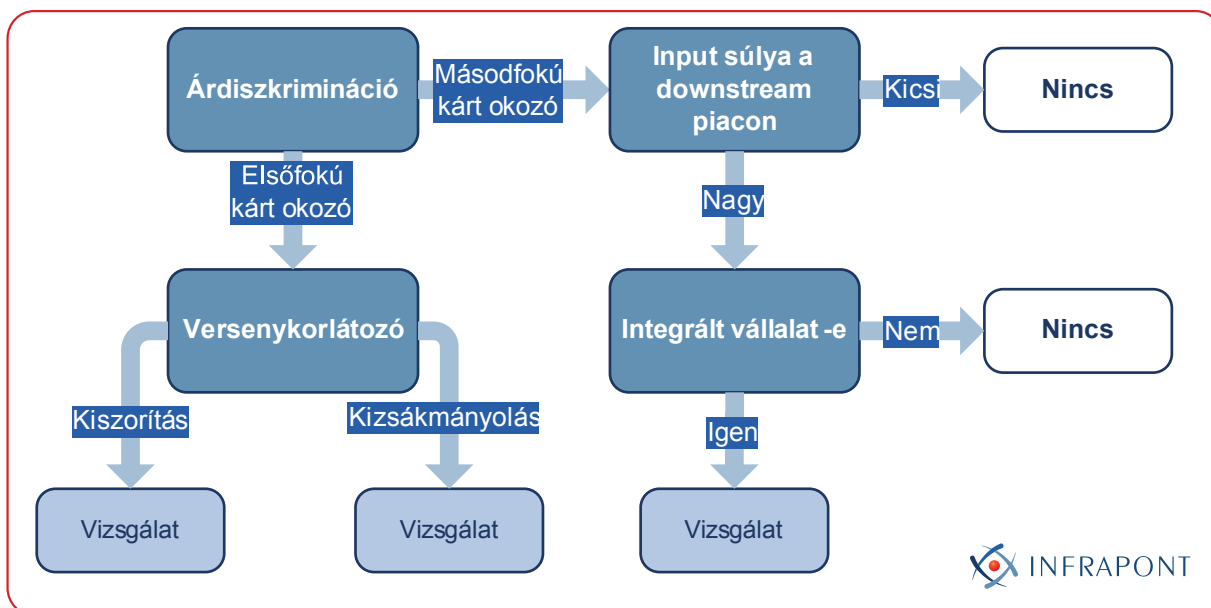
- egyrészt az erőfölénnyel való visszaélést a tisztességtelen árazás vonatkozásában tiltó általános rendelkezéssel (Tpvt 21§ a) és EU Szerződés 82. a)) összefüggésben, amit tanulmányunkban, a szakirodalom alapján elsőfokú kárt okozó (*primary line injury*) árdiszkriminációnak nevezünk, és
- a vevők számára versenyhátrányt okozó diszkriminációt tételesen tiltó rendelkezésben (Tpvt 21§ g) és EU Szerződés 82. c)), másodfokú kárt okozó (*secondary line injury*) árdiszkrimináció.

Mindenekelőtt fontos leszögezni, hogy az árdiszkriminációnak – szemben a versenyjogban is megjelenő olyan más árazási formákkal, mint a túlzó, felfaló, vagy árprést okozó árazás, önmagában nincs negatív (tisztességtelen, vagy versenykorlátozó) jelentéstartalma. Sőt a közgazdaságtanban az árdiszkrimináció gyakrabban merül fel pozitív, jólétnövelő összefüggésben.

Mindezek miatt az árdiszkrimináció önmagában (a hatásainak részletes elemzése nélkül), nem tiltandó és nem tiltható. Tiltása a vállalat árképzési szabadságának olyan korlátozásához vezet, ami súlyos negatív jóléti hatásokat eredményezhet.

Tanulmányunkban többször hangsúlyoztuk, hogy egy konkrét árdiszkrimináció megítélése szinte mindig eseti vizsgálatot igényel. Ez igaz is, azonban az eseteknek vannak olyan jellemzői, típusai, amelyek alapján egyfajta útmutató készíthető azok versenyhatósági kezelésére. Ez alapján megítélhető, hol zárható rövidre, mélyebb elemzés nélkül is az eljárás, azon az alapon, hogy kizárható az érdemi versenyhátrányt okozó hatás, és hol van szükség további mélyebb elemzésre. Ezt a megközelítést az alábbi ábra foglalja össze.

1. Ábra: Különböző árdiszkriminációs esetek versenyhatósági kezelése



## 9.1. Másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció

A másodfokú kárt okozó árdiszkrimináció csak üzleti fogyasztók vonatkozásában képzelhető el, tekintettel arra, hogy a versenyhátrány a lakossági fogyasztók között nem értelmezhető. Természetesen a lakossági fogyasztókat érintő árdiszkrimináció okozhat elosztási problémákat, aránytalanságokat – pl. a fogyasztók egyik csoportja finanszírozza a másikat – azonban ez, a jogszabályok szerint is, nem versenyszabályozási, hanem gazdaság-, vagy szociálpolitikai kérdés.

Amennyiben üzleti fogyasztók piacáról van szó, két esetet különböztethetünk meg, aszerint, hogy az eladó olyan vertikálisan integrált vállalat-e, amelynek érdekeltsége (leányvállalata) szintén működik a kérdéses piacon, vagy pedig nem integrált vállalatról van szó.

### NEM INTEGRÁLT VÁLLALAT

Mint tanulmányunkban bemutattuk, egy nem integrált, racionális döntéseket hozó vállalatnak semmi érdeke nem fűződik ahhoz, hogy a vevők közti versenyt torzítsa. Ha egy ilyen vállalat árdiszkriminációt alkalmaz, akkor arra jó oka van:

- Ez leggyakrabban a profit növelése, mikor is az árdiszkriminációval a vállalat magasabb profitot ér el, ami azonban általában a volumen növekedésével is jár, azaz összességében a jólétet növeli.

- Előfordulhat, hogy nem a profit növelése miatt diszkriminál a vállalat, hanem azért, mert erre egyes nagy vevők rákényszerítik. Az árdiszkrimináció, ami jellemzően a nagy vevők számára nyújtott jelentős kedvezményekben ölt testet, ekkor nem a vállalat erőfölényes helyzetével való visszaélés következménye, hanem éppen a nagy vevői alkuerő érvényesülésének a megjelenési formája.

A nem integrált vállalatnak tehát az árdiszkrimináció megvalósításával nem a *downstream* piaci verseny torzítás a célja, azaz magatartása nem nevezhető indokolatlannak.

Az „indokolatlan” árdiszkrimináció csak a magyar versenytörvényben szerepel expliciten, azonban az uniós jogalkalmazás gyakorlata is azt mutatja, hogy ez máshol is vizsgálati szempont. Az indokoltságot gyakran a költségkülönbségekkel arányos árkülönbségként definiálják, ami azonban sok esetben nem megfelelő. Az egyébként a társadalmi jólét szempontjából is optimális eredményre vezető<sup>64</sup> Ramsey árazás a legjobb ellenpélda arra, hogy indokolt lehet más (a fogyasztói csoportok ár rugalmasságán alapuló) megkülönböztetés is.

Ha az „indokolatlanságot” a szándékos versenytorzítás értelmében fogjuk fel, akkor ezen a ponton meg is állhatunk, és megállapíthatjuk, hogy nem integrált vállalat esetében a másodfokú kárt okozó árdiszkriminációs esetekkel a versenyhatóságnak nem kell foglalkoznia.

Ha a jogszabály értelmezésénél arra helyezzük a hangsúlyt, hogy az árdiszkrimináció okoz-e versenytorzulást a *downstream* piacon – független attól, hogy az *upstream* vállalatnak nem ez a szándéka – tovább vizsgálódhatunk.

Ha egy vállalat drágábban jut hozzá egy inputhoz, mint versenytársai, akkor az számára nyilvánvalóan bizonyos mértékű versenyhátrányt jelent. Ez a hatás annál nagyobb, minél nagyobb a szóban forgó input súlya a *downstream* piaci termék előállításában. Érdemes tehát ezt felmérni, és amennyiben az input nem játszik jelentős szerepet a *downstream* piaci termék előállítása során, a kérdés lezárható azzal, hogy a *downstream* piaci verseny érzékelhetően nem torzulhat.

Ha nagy az input szerepe a *downstream* piacon, akkor felmerülhet jelentősebb versenytorzulás. Kérdés, hogy ez alapján az *upstream* vállalat elmarasztható-e, illetve eltiltható-e a diszkriminációtól. Egyes vállalatok a többiekkel szemben versenyhátrányba kerülhetnek akkor is, ha az *upstream* vállalat csak a költségkülönbségeket érvényesíti az árban (pl. nagyobb mennyiségű vásárlás esetén). Ezt minden versenyhatóság elfogadja, holott a magasabb áron vásárló számára ez ugyanúgy hátrányt okoz, mintha más lenne az árkülönbség alapja.<sup>65</sup>

64 Természetesen ez magas fix költség melletti iparágban igaz.

65 A minden körülmények között azonos nagykereskedelmi árak kikényszerítésére az iparági szabályozásban (pl. a távközlésben) találunk példákat. Ekkor azonban valójában kimondva-kimondatlanul a kisebb alternatív szolgáltatók támogatása történik, ami a versenyszabályozásnak nem lehet a feladata.

Még furcsább a helyzet, ha az *upstream* vállalat nem saját jószántából, hanem a nagy vevői alkuerő miatt kényszerül nagy árengedmény nyújtására. A verseny esetleges torzulását a *downstream* piacon ekkor valójában nem az *upstream* vállalat, hanem annak egy vevője okozza. Ez a hatás azonban nemcsak olyan esetben jelenhet meg, ha az *upstream* vállalat domináns, hanem akkor is, sőt azokban az esetekben még erősebben, ha az eladóknak egyébként nincs piaci ereje.

A másodfokú kárt okozó diszkrimináció tiltásának a célja a *downstream* piaci verseny védelme, azonban nem integrált *upstream* vállalat esetében ez nem mindig tűnik adekvát eszköznek.

A versenyhatóságnak egy olyan határozata, amely az *upstream* vállalatot eltiltja az árdiskriminációtól (bírságot, a tudatos versenytorzítás hiánya miatt, szerintünk nem lehet) valójában egy olyan eszköz lehet, amely kiegyenlítheti a túlzottan nagy alkuerővel rendelkező vevővel szemben az *upstream* vállalat pozícióját (aki erre hivatkozva mondhatja, hogy „sajnos nem adhat nagyobb árengedményt”).

#### INTEGRÁLT VÁLLALAT

Az előző esettel szemben az integrált vállalatoknak komoly érdeke fűződhet másodfokú kárt okozó diszkrimináció megvalósításához. Ekkor a saját leányvállalat olcsóbban kapja az inputot, ami versenyelőnyt jelent számára a *downstream* piaci versenyben. Ily módon az integrált vállalat az *upstream* piaci erőfölényét viheti át a *downstream* piacra (*leverage*).

Természetesen a *downstream* piaci verseny torzulásának a mértéke jelen esetben is függ attól, hogy az input milyen nagy szerepet játszik a *downstream* piaci termék előállításában, amit ez esetben is érdemes megvizsgálni.

A másodfokú kárt okozó diszkrimináció tiltására vonatkozó jogszabály alkalmazása az ilyen esetekben egyértelműen indokolt.

Érdemes megjegyezni, hogy az egyértelmű alkalmazhatóság ellenére nagyon kevés ilyen esettel találkoztunk, aminek több oka is lehet:

- egyrészt, sok olyan esetben, amikor az *upstream* input jelentős (nélkülözhetetlen) szerepet játszik a *downstream* termék előállítása során és az *upstream* vállalat erőfölénye tartós belépési korlátokból fakad, az *upstream* piacra ágazati szabályozás vonatkozik, ami meggátolja a diszkriminatív árazást.



- másrészt, az árdiszkrimináció nem jelenik meg, ha a vállalat szervezetileg is integrált. Ekkor az integrált vállalat a *downstream* piaci versenytársait, azoknak egységesen magas árakat megszabva, képes árdiszkrimináció nélkül is kiszorítani.<sup>66</sup>
- harmadrészt, az integrált vállalat árdiszkrimináció nélkül is képes elérni ugyanazt a kiszorító hatást. Talán épp a másodfokú kárt okozó diszkrimináció tételes tilalma miatt, a vállalatok általában tartózkodnak a saját leányvállalatuk számára túl nyilvánvaló előnyt biztosító árdiszkriminációtól. Leginkább olyan mennyiségi kedvezményrendszer kialakítása szokott előfordulni, amikor a legkedvezményesebb kategóriába, rendszerint az inkumbens legnagyobb szereplőként működő leányvállalata kerül be „véletlenül”.

A kiszorítás a versenytársak költségének emelésével megvalósítható árdiszkrimináció nélkül is. Ekkor a saját leányvállalat ugyanolyan drágán (túlzó áron) kapja az inputot és az alacsony *downstream* árak révén a leány is veszteséget szenved el, de az *upstream* termék extraprofitja miatt az integrált vállalat nem lesz veszteséges. Ez valójában árprés, ha a versenytársak szemszögéből nézzük és felfaló árazás, ha a leányvállalat szemszögéből vizsgáljuk.

Mindezek ellenére, ha mégis felmerül, az integrált vállalat által, a saját érdekeltségébe tartozó vállalatot kedvező helyzetbe hozó, *upstream* piaci árdiszkrimináció a versenyhatóság által vizsgálendő és kezelendő versenyproblémát jelent.

## 9.2. Elsőfokú kárt okozó árdiszkrimináció

Elsőfokú kárt okozó árdiszkriminációról akkor beszélünk, ha a versenykorlátozó hatás azon a piacon (vagy azok egyikén) jelenik meg, ahol az árdiszkrimináció megvalósult. A versenyellenes hatás ez esetben két típusú lehet:

- kizsákmányoló, amikor a vállalat ugyanazon termék esetében magas (túlzó, vagy monopol) árat szab meg azon a területen, vagy fogyasztói csoport számára, ahol nem érvényesül a verseny, míg a többi esetben versenyáron értékesít, vagy
- kiszorító/ kizáró, amikor a vállalat csak a verseny által (erősebben) érintett fogyasztói szegmens számára ad olyan alacsony árat (akár valamilyen kedvezmény konstrukcióval, esetleg árukapcsolás révén), amivel a versenytársak nem képesek versenyezni és kiszorulnak a piacról.

A versenyhatósági esetek többsége a második típusba tartozik. Ez bizonyos fokig érthető, hiszen sokkal gyakrabban fordul elő, hogy egy domináns vállalat egyes piacain megerősödik a verseny, amivel szemben így próbál védekezni (pl. liberalizált iparágak esetében), mint hogy egy nem domináns cég egy piacon dominánssá válik és megpróbálja e piac fogyasztóit kizsákmányolni.

---

<sup>66</sup> Az más kérdés, hogy árdiszkriminációnak nevezhető-e, ha a versenytársak számára meghatározott ár jelentősen magasabb, mint a belső elszámoló ár.

Megfigyelhetjük, hogy ezekben az esetekben a versenyproblémát a túlzó, vagy a kizorító ár okozza, és az árdiszkrimináció csupán egyfajta „mellékterméke” az árazásnak, ami azért jelenik meg, mert a vállalat a versenytorzító árat nem tudja, vagy nem akarja alkalmazni a többi fogyasztói szegmens esetében. Az első típusnál a verseny által érintett szegmens esetében például a túlzó ár nem alkalmazható, míg a második típus esetében nincs értelme kizorító árat alkalmazni ott, ahol nem erős a verseny.

A versenyhatóság számára „vonzó” lehet a versenyellenes magatartást az árdiszkrimináció felől megközelíteni, hiszen míg az ár túlzó, vagy kizorító (felfaló) voltának bizonyítása igen körülményes, az árdiszkrimináció megállapítása egyszerű és nyilvánvaló. A probléma azonban az, hogy mivel az árdiszkrimináció önmagában nem nevezhető versenykorlátozónak, annak megállapítása nem könnyíti meg a versenyhatóság helyzetét: továbbra is szükség van annak igazolására, hogy a megvalósított árdiszkrimináció torzította a versenyt, ami azonban már semmivel sem egyszerűbb, mint a túlzó, vagy kizorító ár bizonyítása.

Az árdiszkrimináció felhasználásának másik lehetősége azon alapulhatna, hogy a versenyhatóság a bizonyítást arra építi, hogy az árdiszkrimináció során maga a vállalat adott egy olyan „referenciaárat”, amivel a túlzó, vagy a kizorító árat össze lehet vetni.

Az érvelés logikája az lehetne, hogy a magasabb ár azért túlzó, mivel a verseny által (erősebben) érintett fogyasztói szegmens számára a vállalat éppen a verseny miatt nem képes az árat megemelni, ellentétben a másik fogyasztói szegmessel, ahol ezért az ár túlzó. Vagy a másik esetben, a magasabb árat tekintjük versenyárnak, ami arra utal, hogy az alacsonyabb ár kizorító, vagy felfaló.

Sajnos azonban a helyzet az árdiszkriminációval kapcsolatban bonyolultabb, és a fenti gondolatmenet nem alkalmazható ilyen egyszerűen. Az árak eltérésének indokoltságát ugyanis a vállalat magyarázhatja a fogyasztói szegmensek kiszolgálásának költségkülönbségeivel, vagy akár a Ramsey árazásra hivatkozva a fogyasztói szegmensek eltérő árugalmasságával, aminek megcáfolása igen nehéz lehet a hatóság számára.

Az árdiszkrimináció révén megjelenő eltérő nagyságú árak ezért önmagukban nem használhatók fel a túlzó, vagy a kizorító árazás indirekt bizonyítására.

Az elsőfokú árdiszkriminációs esetek tehát vagy a kizsákmányoló (túlzó), vagy pedig a kizorító/ felfaló árazás vizsgálatához vezetnek el, ami teljesen érthető, hiszen az egységes árazástól való eltérés oka, illetve célja is éppen a kizsákmányoló, vagy kizorító magtartás megvalósítása. Az árdiszkrimináció, ezekben az esetekben legfeljebb egy olyan jelenség, amely felhívhatja a figyelmet a túlzó, vagy a kizorító árazás létrejöttére, de ezek bizonyításához érdemben nem ad segítséget. Az árdiszkriminációra való hivatkozással nem spórolható meg a túlzó vagy kizorító ár bizonyításának nehéz, sok esetben reménytelennek tűnő<sup>67</sup> munkája.

---

67 A túlzó árazással kapcsolatos problémákról lásd a GVH számára a VKK program keretében készült tanulmányunkat. Infrapont (2007)

## 10. Hivatkozások

Antitrust: Price discrimination: <http://www.newrules.org/retail/antiprice.html>

Armstrong, M. (2006): Recent Developments in the Economics of Price Discrimination, In: Advances in Economics and Econometrics: Theory and Applications, Ninth World Congress of the Econometric Society, Volume II, Eds. Blundell, Newey, and Persson, Cambridge University Press. chapter 4

Armstrong, M. (2008): Price Discrimination In: Handbook of Antitrust Economics, Ed P. Buccirossi, MIT Press.

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones; hivatalos honlap: <http://www.cmt.es>

Commission Nacional de la Competencia: Resolución (2004), Expte. 568/03, ASEMPRE/Correos ügy

Commission Nacional de la Competencia: Resolución (2007), Expte 610/06, Tarjetas prepago de Telefónica ügy

Complaint submitted under the Competition Act 1998 (The Act) by NTL Group Ltd. (NTL) Alleging an infringement of the prohibitions imposed by section 2(1) and section 18(1) of the Act by British Telecommunications Plc (BT) relating to BT's broadband promotion in conjunction with BSkyB (2003)

Conseil de la Concurrence, Rapport Annuel: Études thématiques: Les remises, rabais et ristournes en droit de la concurrence (2004)

Conseil de la concurrence: Décision n° 04-MC-02 - Orange Caraïbe eset (2004)

Conseil de la concurrence: Décision n° 04-D-22 - France Télécom eset (2004)

Conseil de la concurrence: Décision n° 05-D-13- Canal Plus eset (2005)

Gerard, D. (2005): Price Discrimination Under Article 82 (2) (C) EC: Clearing Up the Ambiguities

Geradin, D. – Petit, N.(2005): Price discrimination under EC Competition law: The need for a case-by-case approach, GCLC Working Paper 07/05

Geradin, D. – Petit, N. (2006): Price discrimination under EC competition Law: Another Antitrust doctrine in search of limiting principles, Journal of Competition Law and Economics, 2(3), 479–531

Global Competition Law Centre (2005): GCLC Research Papers on Article 82 EC

Harford, Tim (2007): The Undercover Economist, Abacus

Heimler, A. (2008): Fidelity discounts and rebates not justified by the costs : in which cases should a dominant enterprise be forbidden such practices?

Infrapont (2007): A túlzó árazás kezelése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban

Konkurrensverket v Posten Sverige AB, MD 1998:15 (1998)

LIDC (2008): Fidelity discounts and rebates not justified by the costs: in which cases should a dominant enterprise be forbidden such practices? [www.ligue.org/files/rapportitaliena.doc](http://www.ligue.org/files/rapportitaliena.doc)

LIDC (2008): Draft of first part relating to French report on the matter of “fidelity discounts”

McAfee, P. (2008): Price discrimination, In. Issues in Competition Law and Policy, ABA Ch.20

OECD beszámoló a hűségkedvezményekről (DAFFE/COMP(2002)21)

OFT (2004): Assessment of conduct - Draft competition law guideline for consultation

Pigou, A.C. (1920): Economics of Welfare, Macmillan

Png, I. (2002): Managerial Economics, Blackwell

Provvedimento n. 7978 (A255) Associazione Italiana Internet Providers/Telecom Italia eset (1998)

Stigler, G. (1987): The Theory of Price, Macmillan

Stole, L. (2007): Price Discrimination in Competitive Environments, In: Armstrong, M - Porter, R.: Handbook of Industrial Organization 3, North Holland

Thisse, J-F - Vives, X. (1988): On the Strategic Choice of Spatial Price Policy, American Economic Review, vol. 78

Van Bael – Bellis (2005): Competition law of the European Community, *Kluwer Law International*

Varian, H. (2008): Mikroökonómia középfokon, Akadémiai Kiadó

Verboven, F. (2008): Price discrimination: empirical studies. In: The new Palgrave: a dictionary in Economics, MacMillan

Vickers, J. (2001): Competition policy and innovation, A speech to the International Competition Policy Conference, Oxford

Waelbroeck, D. (2005): Michelin II: A per se rule against rebates by dominant companies?, Journal of Competition Law and Economics 1(1), 149–171