

Vertikális korlátozások és hatásuk a versenyre

A vertikális korlátozásokkal kapcsolatos újabb
közgazdasági irodalom (kompiláció)

Zárótanulmány

Pannon Egyetem Közgazdaságtan Tanszék

Kutatásvezető: Dr. Kiss Károly Miklós

2010.

A kutatást a GVH VKK támogatta





Vertikális korlátozások és hatásuk a versenyre – *A vertikális korlátozásokkal kapcsolatos újabb közgazdasági irodalom (kompiláció)*

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra központja támogatásával készült kutatás

Pannon Egyetem Közgazdaságtan tanszék

Veszprém, 2010. október 31.

Részvevők:

Badics Judit, Pannon Egyetem
Bajnai Blanka, Pannon Egyetem
Kiss Károly Miklós, Pannon Egyetem (témavezető)
Valentiny Pál, MTA KTI

* A kutatásban részt vettek a Pannon Egyetem Közgazdasági elemző mesterszakos hallgatói: Czafit Bence, Czethofer Éva, Horváth Milán. Köszönjük a munkájukat.

Tartalom

Vezetői Összefoglaló	5
Bevezetés.....	12
A viszonteladói ár megkötésének közgazdasági szakirodalma	14
A viszonteladói ár megkötésének fogalma	14
<i>Elméleti modellek és következményeik.....</i>	<i>16</i>
A viszonteladói ár megkötésének motívumai és következményei.....	16
A jólétet növelő (vagy legalábbis nem csökkentő) hatások	18
A jólétet csökkentő hatások	29
<i>A viszonteladói ár rögzítését korlátozó szabályozás jóléti hatásai.....</i>	<i>37</i>
A viszonteladói ár megkötésének hatása az értékesítési szolgáltatások szintjére és a jólétre.....	38
Optimális vertikális árkorlátozás a kereslet bizonytalansága mellett	47
A kiskereskedők összejátszásának megakadályozása árpaddó előírásával.....	54
A viszonteladói ár rögzítése révén stabilizált horizontális kartell	62
A viszonteladói ár megkötésére vonatkozó szabályozás hatása	75
Empirikus irodalom	93
<i>Az empirikus értékelés módszertani eszközei.....</i>	<i>95</i>
<i>Empirikus eredmények</i>	<i>105</i>
Empirikus bizonyítékok a versenyellenes hatásokra – piaclezárás és versenytársak költségeinek növelése.....	113
<i>Az empirikus irodalom vizsgálatának következtetései</i>	<i>129</i>
A vertikális megállapodások szabályozása az Európai Unióban	132
<i>A vertikális korlátozásokról szóló bizottsági rendelet.....</i>	<i>132</i>
<i>A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás</i>	<i>135</i>
Vertikális megállapodások elemzése	139
<i>Versenyjogi esetek.....</i>	<i>163</i>

<i>Az árkorlátozások kezelése egyes országok versenyszabályozási gyakorlatában</i>	181
<i>Következtetések az árkorlátozások megítélésével kapcsolatban</i>	206
Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés közgazdasági elemzése az irodalom és a jogesetek tükrében	207
<i>Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés létrejöttét magyarázó néhány elmélet.....</i>	210
<i>Közgazdasági iskolák, viták szerinti áttekintés</i>	215
<i>Közgazdasági modellek piacszerkezetek szerinti csoportosításban.....</i>	222
<i>Empirikus tanulmányok az árukapcsolásról</i>	229
<i>Nézetek a jogesetek tükrében.....</i>	230
<i>Következtetések a csomagban történő értékesítésre és árukapcsolásra vonatkozóan</i>	239
Felhasznált irodalom.....	240

Vezetői Összefoglaló

A viszonteladói ár megkötését különböző feltételek mellett elemző elméleti modellek azt sugallják, hogy a vertikális árkorlátozások az esetek egy részében versenyellenesek, a hatékonyság felé tartó folyamatok gátjaivá válhatnak vagy súlyosan sértik a fogyasztók érdekeit, míg más esetekben éppenséggel a versenyt és a hatékonyság javulását elősegítő, a fogyasztók jólétét növelő eszköznek mutatkoznak.

Ismert, hogy az árplafon megoldást jelent a gyártó és a fogyasztó számára egyaránt hátrányos kettős árrés problémájára, amely akkor merül fel, ha a vertikális termelési lánc tagjai valamennyien piaci hatalommal rendelkeznek. Újabb eredmény, hogy egy ilyen szituációban a továbbértékesítési ár megkötése jóléti veszteséget okoz abban az esetben, ha az oligopolista kiskereskedők alkuereje gyenge és az általuk kínált termék jelentősen differenciált. (Dobson – Waterson (2007))

Szokásos érv a minimális viszonteladói ár mellett, hogy a kiskereskedőket az árverseny mérséklésén keresztül kiskereskedelmi szolgáltatások nyújtására ösztönzi, ami – a fogyasztók preferenciarendezésétől függően – növelheti vagy csökkentheti a jólétet. (pl. Schulz (2007)) Az árpádló egyúttal megszünteti a kiskereskedelmi szolgáltatásokon való potyázást (pl. Peeperkorn (2007)), azonban egyes szerzők szerint a potyázás nem feltétlenül indokolja a minimális viszonteladói ár rögzítését. (pl. Areeda – Hovenkamp (2004))

További, az árpádló mellett felhozott érv, hogy egyes termékek hírnevét rontja és egyúttal keresletét csökkenti annak túlságosan alacsony kiskereskedelmi ára. (West (2009)) Más esetekben a kiskereskedelmi ár vagy árpádló rögzítése segíti a kiskereskedőket a kereslet vagy a költségek bizonytalanságának elviselésében (pl. Krishnan – Winter (2007)), azonban egyes szerzők szerint erre más lehetőségek is kínálkoznak. (West (2009))

A viszonteladói ár rögzítésének egyik káros következménye lehet a modellek tanulsága szerint, hogy stabilizálhatja az összejátszást akár a gyártók, akár a kiskereskedők szintjén. A gyártók összejátszását azáltal segíti elő, hogy lehetővé teszi a kartell-megállapodás betartásának ellenőrzését. (pl. Rey – Vergé (2004b)) A kiskereskedelmi kartellt abban az esetben stabilizálhatja árpádló, ha a kiskereskedők alkuereje erős a gyártókkal szemben, hiszen a gyártók

ellenérdekelték a kiskereskedelmi szinten kialakuló összejátszásban. (Dobson – Waterson (2007)) Azonban Bakó (2010) rámutat arra, hogy dinamikus modellben az árpádló a kiskereskedelmi kartell kialakulását megakadályozó eszköz lehet a gyártó kezében.

A gyártók arra is használhatják a viszonteladói ár rögzítését, hogy hihetővé tegyék egy adott nagykereskedelmi és kiskereskedelmi ár melletti elköteleződésüket. (pl. Rey – Vergé (2004a))

Habár az árpádló vagy a viszonteladói ár megkötése minden fogyasztó számára növeli az árat, az a marginális fogyasztók számára kedvező lehet, míg az inframarginális fogyasztók jólétét növelheti vagy csökkentheti. (Motta (2007)) Azonban az árpádló egyértelműen káros hatással van a kiskereskedelem hatékonyságára, hiszen a kevésbé hatékony kiskereskedők számára lehetővé teszi a piacon maradáást, míg a hatékonyabb kiskereskedők belépésének gátja lehet.

A viszonteladói ár megkötésének elméleti modelljei alapján tehát azt mondhatjuk, hogy társadalmi nézőpontból tekintve a vertikális megállapodás következményei lehetnek kedvezők vagy kedvezőtlenek attól függően, hogy milyen típusú és erősségű a gyártók közötti verseny, illetve a kiskereskedők versenye. A kiskereskedők esetében mind a termék vevőiként mind annak eladóiként folytatott verseny jellegzetességei befolyásolhatják az egyensúlyi kimenetet. Azonban nem csupán a vertikális lánc egyes szintjein belüli horizontális irányú viszonyok számítanak, hanem az olyan vertikális jellegű kapcsolatok is, mint az alkuerő megoszlása a szállítók és viszonteladók között.

Versenyszabályozói szempontból az elméleti modellek tanulsága az, hogy a vertikális jellegű árkorlátozások jólétre, versenyre, illetve fogyasztókra gyakorolt hatása nem jelezhető előre pusztán a vertikális árkorlátozás típusának ismeretében. Az, hogy a kimenet egy adott vertikális árkorlátozás alkalmazása mellett vagy annak hiányában kedvezőbb a fogyasztók számára, a verseny hatékonyságára való tekintettel vagy a társadalmi jólét szempontjából, a konkrét szituációt jellemző számos tényezőtől függ jelentős mértékben. Ilyen meghatározó tényező többek között a vertikális termelési lánc egyes szintjein működő vállalkozások közötti horizontális verseny jellege és erőssége (beleértve az egymással horizontális viszonyban levő vállalatok egymáshoz viszonyított piaci erejét), az alkuerő megoszlása a vertikális lánc különböző szintjein tevékenykedő vállalatok között és számos egyéb, egy-egy jellegzetes szituációban felmerülő körülmény (ilyen lehet például a hiteles elköteleződés nehézsége, az ér-

tékesítési szolgáltatások keresletnövelő hatása). Ezért a viszonteladói ár megkötésének elméleti eredményei fényében indokoltnak tűnik, hogy a fogyasztók és a teljes társadalom jólétét, valamint a piaci verseny hatékonyságnövelő szerepét fontosnak tekintő versenyjogi szabályozások ne tekintsenek a vertikális árkorlátozások alkalmazására a felsorolt célok szempontjából minden esetben káros gyakorlatként.

Az empirikus kutatások eredményei sem indokolják azt a gyanakvást, ami világszerte övezi a viszonteladói ár megkötését a versenyhatóságok részéről. Az empirikus vizsgálatok nem utalnak arra, hogy a viszonteladói ár megkötése a kartell-megállapodások széles körben használt stabilizáló eszköze lenne, vagy alkalmazásának tiltása automatikusan a fogyasztói árak csökkenéséhez vezetne. (pl. Ippolito (1991), Overstreet (1983)) Ugyanakkor a viszonteladói ár megkötésének árnövelő hatását nem tudta kimutatni a szabályozás változásának ritka lehetőségét a Maryland állambeli adatokat vizsgáló kutatás. (Bailey–Leonard (2010)) Az ajánlott fogyasztói ár és a gyártók által garantált árrés kombinációjának következményeit vizsgálja Foros–Steen (2008). Az adatok tanulsága szerint az ajánlott továbbértékesítési ár megfelelő kombinációban ciklikus üzemanyagárhoz vezetett Norvégiában. Bonet – Dubois (2010a) a palackozott vizek francia piacára vonatkozó adatok elemzésével arra jutott, hogy az iparágban a gyártók a viszonteladói ár megkötését kétrészes árképzéssel kombináló – vagy azzal egyenértékű – szállítói szerződést kötnek a kiskereskedőkkel, ami árnövelő hatású. Más empirikus elemzés arra jutott, hogy vannak olyan versenyhatósági esetek, amelyek esetében a tiltott eszköz alkalmazásának legvalószínűbb magyarázata a kiskereskedelmi szolgáltatások biztosítása. (Ippolito (1991))

Az egyes országok versenytörvényei a maximális továbbértékesítési ár kikötését – vagy azzal egyenértékű gyakorlat követését – általában megengedik, az árpádlo alkalmazásához vagy a viszonteladói ár rögzítéséhez általában a káros hatás vélelme társul. Azonban számos országra jellemző, hogy egyedi esetekben, a hatékonyságnövelő hatás és a fogyasztók számára előnyös következmények bizonyítottága esetén megengedett a használatuk. A kiskereskedelmi ár gyártó által történő ajánlása jellemzően megengedett, amennyiben más korlátokkal együtt nem vezet az adott országban tiltott vertikális árkorlátozással egyenértékű kimenetelhez.

Az újraértékesítési ár rögzítése adott értéken vagy minimális viszonteladói ár megkövetése kapcsán a versenytörvények nagyobb fokú bizalmatlanságról árulkodnak: a jellemző vélelem szerint ezek az eszközök károsak a versenyre, nem tartoznak a csoportmentesség hatá-

lya alá, azonban egyedi esetekben, a hatékonyságnövelő hatás és a fogyasztók számára előnyös következmények bizonyítottsága esetén megengedett a használatuk. Ez jellemző az Európai Unióra és általában az uniós tagállamok nemzeti versenyszabályaira. Japánban és Koreában azonban per se tilos árpadrót vagy rögzített viszonteladói árat előírni, míg az Egyesült Államok szövetségi versenyszabályai szerint a minimális újraértékesítési ár kikötése a mérlegelési szabály (rule of reason) alapján ítélandó meg. Figyelemreméltó azonban, hogy az Egyesült Államok egyes államainak jogrendje eltérhet a szövetségi szabályoktól: Maryland Államban az árpadró alkalmazása 2008 óta per se tilos, tehát nincs olyan indok, amely azt igazolhatja.

Végül a kiskereskedelmi ár gyártó által történő ajánlása jellemzően megengedett, amennyiben más korlátokkal együtt nem vezet az adott országban tiltott vertikális árkorlátozással egyenértékű kimenetelhez.

Az empirikus irodalom vizsgálatának első fontos tanulsága, hogy mennyire szűkösen áll rendelkezésre a vertikális korlátozásokkal kapcsolatos empirikus bizonyíték, különösen, ha a téma elméleti irodalmával vetjük össze. Igazán erős következtetések megfogalmazásához szükséges lenne, hogy minél több iparági példa és minél többféle módszertani megközelítés erősítse azokat. Azonban a korlátozott számú empirikus bizonyíték – ellentétben az elméleti modelleknek a vertikális korlátozások jóléti hatásairól levezett gyakran homlokegyenest ellentétes következtetéseivel – meglepően következetesnek mutatkozik a jóléti hatásokat illetően. Lafontaine és Slade [2005] nyomán elkülönítettük azon eseteket, amikor a vertikális korlátozások önként a piaci szereplők által választottak és amikor a vertikális struktúrára kívülről rákényszerítettek.

Úgy tűnik, hogy amikor a gyártók maguk választhatják meg, hogy illetően korlátozásokkal éljenek a vertikális kapcsolatrendszerben kötött szerződéseikben, akkor nem csak a saját helyzetükön javítanak, de jellemzően a fogyasztók számára is lehetővé teszik, hogy a jobb minőségű termékek és jobb szolgáltatások előnyeiből részesedjenek. Ezzel ellentétben, amikor az alkalmazandó vertikális korlátozásokat vagy a köthető szerződések korlátozásait a kormányzati beavatkozás kívülről erőlteti a gyártókra – gyakran válaszul a forgalmazók nyomására, mivel úgy érzékelik, hogy nem kiegyenlített az alkuereje a gyártóknak és a forgalmazóknak –, akkor a következménye ennek jellemzően az árak növekedése, a szolgáltatások szintjének csökkenése és így csökkenő fogyasztói jólét. Tehát azt állapíthatjuk meg, hogy bár erősen korlátozott a

rendelkezésre álló empirikus tanulmányok köre – igaz ez a kutatások alkalmazott elemzési technikáira, az iparági lefedettségére, vagy egyes tanulmányok eredményeinek jóléti értékelhetőségére –, azonban e korlátozott bizonyítékok konzisztensnek tűnnek. Ráadásul bár a jogi kezelése általában eltér az árjellegű és a nem ár jellegű vertikális korlátozásoknak, az előbbi szigorúbb megítélésével és kezelésével, a mi empirikus bizonyítékokból levont következtetéseink egyformán érvényesek a vertikális korlátozások mindkét csoportjára. Vagyis az empirikus tanulmányok inkább azt látszanak bizonyítani, hogy nem megalapozott a két csoport eltérő kezelése.

Az eredmények azt a következtetést támasztják alá, hogy ezeken a piacokon a gyártók és a fogyasztók érdekei általában igazodnak egymáshoz, míg a beavatkozás e piaci döntésekbe a fogyasztók (és természetesen a gyártók) rovására történik. Ez nem tűnik meglepőnek, ha figyelembe vesszük, hogy a gyártókat saját érdekeik arra ösztönzik, hogy minden fölösleges sallangtól mentes hatékony forgalmazói rendszert fejlesszenek a végső fogyasztók eléréséhez, ami azt is jelenti, hogy akkor élnek a szerződésben kirótt vertikális korlátozásokkal, amikor e korlátozások javítják a kiskereskedelmi szolgáltatásokat és általánosabban a hatékonyságot, és ezzel szemben, amikor a downstream szintű verseny alacsonyabb forgalmazási és értékesítési költségeket eredményez, akkor inkább a kiskereskedelmi versenyt bátorítják a korlátozások helyett.

Az elérhető empirikus tanulmányok főleg olyan iparágakat vizsgáltak, ahol downstream szinten viszonylag hatásos kiskereskedelmi verseny működik, ugyanakkor a vertikális lánc felső szintjén tevékenykedő vállalat sok problémával szembesül a nagy- és kiskereskedők megfelelő ösztönzésekor. Azon információs és motivációs korlátokból fakadóan, amikkel a gyártók e kapcsolatrendszerben szembesülnek, kénytelenek olyan módszereket és eszközöket kitalálni, amivel ezek a problémák kiküszöbölhetők, így elérve alacsonyabb költségeket és növekvő értékesítést.

A versenyellenes piaclezárásra vonatkozó közvetlen bizonyítékok még gyengébb lábakon állnak. Mivel közvetlen e versenyellenes hatásokat és motivációkat értékelő empirikus tanulmányból a vertikális korlátozásokra vonatkozóan még kevesebb áll rendelkezésre, a vertikális integráció ilyen kérdéseket vizsgáló kicsit bővebb empirikus irodalma tanulságait próbáltuk átvetíteni az általunk vizsgált területre. A 4. táblázatból ugyan láthattuk, hogy a vertikális összefonódások bizonyos eseteiben találtak empirikus bizonyítékokat piaclezáró versenyellenes

motivációkra. Azonban egyrészt nem minden esetben, másrészt ezen következtetések az enyhébb koordinációt biztosító szerződéses kapcsolatokban nem biztos hogy hasonlóan jellemzők (másik irányba (ha nem találtak piaclezáró hatást) inkább átvihetők a következtetések), harmadrészt pedig a piaclezárás jelenségéből önmagában még nem feltétlen lehet következtetni a vertikális összefonódás ártalmasságára. A vertikális összefonódásoknak két, jóléti szempont ellenkezően értékelhető következménye lehet: egyrészt piaclezáró hatás vagy más olyan gyakorlat, ami hátrányosabb helyzetbe hozza a versenytársakat, másrészt viszont hatékonyságváltozás, ami a kétszeres árás (haszonkulcs) problémájának vagy egyéb nem hatékony gyakorlatnak a csökkenéséből fakad. Egyfajta piaclezárás–hatékonyságnövekedés trade-off jelentkezik.

Ezért akkor lehetne a jóléti hatásokról egyértelmű állítást megfogalmazni, ha ezeket a következményeket együtt elemeznék. És bár ilyen tanulmány kevés van, az a néhány empirikus vizsgálat viszont, amelyek vizsgálni próbálták ezt a trade-off-ot (Mullin és Mullin [1997], Ford és Jackson [1997], Chipty [2001], Hortacsu és Syveson [2007]), azt állapította meg, hogy a hatékonyságnövekedésből fakadó jóléti többlet meghaladja a piaclezárás jóléti költségét.

Bár sokkal több empirikus bizonyítékra lenne szükség végső következtetések megfogalmazásához, főképp mielőtt kizárnánk a piaclezárást vagy általánosabban más versenyellenes magatartást mint a vertikális korlátozások lehetséges következményét, ám a rendelkezésre álló empirikus bizonyítékok azt sugallják, hogy a vertikális korlátozások enyhébb versenypolitikai megítélése és kezelése indokolt lehet. Vagyis a vertikális kapcsolatrendszerben használt szerződéses korlátozások versenyjogi megítélésében jelenleg elfogadott rule-of-reason mérlegelési elv helyes megközelítésmód, az empirikus bizonyítékok inkább ennek további kiterjesztése, enyhítése iránti igényt támasztják alá.

Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés vitatott kérdései erősen megosztják a közgazdaság és a jog oldaláról hozzászólókat. Korábban is - és az elmúlt évtizedben is – ezen üzleti gyakorlat megengedésének és tiltásának erőteljes változásait lehetett regisztrálni, mind az irodalomban mind a joggyakorlatban. A fogalmak tisztázása után az alapvető elméleteket tárgyaljuk, majd az ezek körül kialakult vitákat elemezzük, először közgazdasági iskolák mentén és piacszerkezetek szerint tárgyalva, majd az empirikus elemzéseket ismertetve. Vé-

gül az Egyesült Államok és az Európai Unió példáján röviden összefoglaljuk a jogesetek hátterében meghúzódó közgazdasági elméletek változását, azok hatását a jogesetek megítélésére.

A csomagban történő értékesítés (bundling) és az árukapcsolás (tying) magyarázataként kidolgozott közgazdasági elméletek a két fogalmat azonos módon, azonos elemzési eszközökkel közelítik meg. A szóhasználat gyakran keveredik, az irodalomban gyakran ugyanarra a jelenségre hol az árukapcsolás, hol a csomagban történő értékesítés fogalmát használják. A korábbi jogi és közgazdasági irodalomban inkább az árukapcsolás szerepelt, ez ma már inkább a jogi irodalomra jellemző. Az Európai Unió joganyagaiban a vertikális korlátozások körében inkább az árukapcsolást, az erőfölénnyel való visszaélés területén mindkét fogalmat használják.

Az áttekintett közgazdasági elemzések arra utalnak, hogy a közgazdaságtan - elsősorban elméleti jelleggel – ezen a területen olyan piacmodellekkel foglalkozik, amelyekben a piaci verseny erősen korlátozott. A stratégiai magatartás feltételezése miatt eddig kevés erőfeszítést tettek a költségcsökkentési és hatékonysági szempontok elemzésére. Ez a kritika persze a versenyszabályozással foglalkozó elméleti irodalom egészére is megfogalmazható, amelynek eredményeként a versenyszabályozás nem mindig tud különbséget tenni a versenyt ösztönző és az azt károsító magatartások között. A jóléti hatások számbavétele különösen sok problémát okoz.

A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és hatásokat állapítottak meg. Az elméleti vitákhoz és a jogérvényesítés gyakorlatahoz hasonlóan az empirikus elemzéseknél is kialakult vegyes kép azt támasztja alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a viták eldöntéséhez. A csomagban történő értékesítéssel és árukapcsolással foglalkozó közgazdasági irodalom meglehetősen szerteágazó és nehezen rendszerezhető és ez a bizonytalanság a jogértelmezés, a jogszabályok alakítása körüli vitákban is tetten érhető. A jog – biztonságra és következetességre törekedve - természetesen csak késéssel követheti a közgazdasági elméletek fejlődését, de amint azt az Egyesült Államok tapasztalata mutatja a közgazdasági elméletek körüli viták hullámmása a jogalkotást és a joggyakorlatot is erősen befolyásolhatja.

Bevezetés

E tanulmány a vertikális korlátozásokkal és azok versenyre gyakorolt hatásaival foglalkozó nemzetközi szakirodalmat próbálja meg áttekinteni. Ennek során egyrészt feldolgoztuk azokat az *elméleti tanulmányokat és modelleket*, amelyek a vertikális korlátozások különböző típusainak közgazdaságtani összefüggéseit tárják fel és elemzik. Másrészt áttekintettük azokat az *empirikus tanulmányokat*, amelyek különböző iparágakban a piaci szereplők magatartását és azok következményeit – a piaci szereplők által alkalmazott vertikális korlátozások versenyre gyakorolt és egyéb jóléti hatását – vizsgálták. Harmadrészt pedig a *versenyszabályozási gyakorlatot* és e gyakorlat során a vertikális korlátozások versenyjogi megítélésének változásait próbáltuk összefoglalni e terület nemzetközi, és azon belül az európai szabályozási keret jellemzésével és bizonyos jogsértést vizsgáló versenyügyi eljárások áttekintésével.

Az utóbbi években különösen felélénkült a vertikális korlátozások körüli szakmai vita, számos konferenciát és szakmai rendezvényt¹ tartottak e témában. E kérdéskör iránti növekvő érdeklődés egyrészt a közgazdaságtani elmélet utóbbi két évtizedben megfigyelhető gazdagodására vezethető vissza – a közgazdaságtani tanulmányok egyre többféle feltételrendszer mellett vizsgálták a vertikális megállapodások jóléti hatásait –, ami egybeesett a verseny- és iparági szabályozás elméleti megalapozásának növekvő igényével, másrészt az ezt kísérő szemléletváltásra e terület versenyjogi megítélésében. Ez utóbbi versenyjogi viták és eszmecserék fontos katalizátora volt az Egyesült Államokban a 2007-es 'Leegin' eset², amely az árra vonatkozó korlátozások megítélésének további enyhülését jelzi, Európában pedig az 2790/1999/EK bizottsági rendelet³ hatályának lejártja, és az új rendelet⁴ előkészítése.

¹ Például Londonban: Vertical Restraints in EC Competition Law: New Dynamics, 2009. október 13-14. London, UCL), de az OECD is 2008-ban kezdeményezett átfogó nemzetközi vitafórumot az árra vonatkozó korlátozások értékeléséről (Policy Roundtables, Resale Price Maintenance, 2008)

² Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc. (127 S. Ct. 2705 (2007))

³ A Szerződés 81. cikke (3) bekezdésének a vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról szóló bizottsági rendelet.

⁴ A Bizottság 330/2010/EU rendelete az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról.

Tanulmányunkban főleg az árra vonatkozó vertikális korlátozások értékelésével kapcsolatos fejleményekre helyeztük a hangsúlyt, mivel ez az egyik legvitatottabb csoportja a versenyjog e területének, ami abban is látszik, hogy az utóbbi tíz évben e területről született a legtöbb új tanulmány. A tanulmány első nagyobb részében az árra vonatkozó korlátozásokkal kapcsolatos irodalom eredményeit foglaljuk össze, majd áttekintjük a vertikális korlátozások különböző típusaival foglalkozó empirikus munkákat, kitérünk az uniós szabályozási keretekre, néhány tanulságos jogesetet is bemutatva, és az utolsó részben az árukapcsolás és kapcsolt értékesítéssel foglalkozó irodalom főbb eredményeit foglaljuk össze.

A viszonteladói ár megkötésének közgazdasági szakirodalma

A viszonteladói ár megkötésével kapcsolatos közgazdasági szakirodalom jelentős része a lehetséges motivációkat és jóléti következményeket feltáró elméleti modelleket mutat be. A kisszámú empirikus vizsgálat jellemzően a viszonteladói ár megkötésének vagy ajánlott viszonteladói ár alkalmazásának gyakorlatban előforduló következményeit tárja fel, kísérletet tesz a viszonteladói ár megkötésének legjellemzőbb motivációinak beazonosítására, vagy a szabályozás ritkán bekövetkező változásának hatását elemzi.

Az alábbiakban áttekintjük a gyártók és kiskereskedők lehetséges motivációit, valamint a jóléti hatásokat elemző szakirodalomban található legfőbb érveket a viszonteladói ár megkötésének, az árpadló, illetve árplafon alkalmazásának következményeit. Az áttekintés során elsősorban az utóbbi évtized szakirodalmára koncentrálnak, de számos esetben ennél korábbi eredményeket is megemlítünk. Az áttekintést követően részletesen bemutatunk néhány eredményt az utóbbi évtizedből.

Az elméleti modellek áttekintését követően rátérünk a továbbértékesítési ár rögzítésével foglalkozó empirikus kutatások ismertetésére. E kutatások fő irányvonalainak bemutatását követően részletesebben ismertetünk néhány újabb publikációt. Végezetül bemutatjuk néhány ország versenyszabályozásának jellegzetes vonásait, amit a jellemző versenyhatósági esetekkel illusztrálunk.

A viszonteladói ár megkötésének fogalma

A vertikális termelési lánc tagjai között létrejövő, árra vonatkozó megállapodások számos fajtájának gyűjtőfogalma a viszonteladói ár megkötése (resale price maintenance, RPM). A viszonteladói ár megkötésének jellemző formái olyan szerződések, amelyek a terméket a vég-

ső fogyasztóknak értékesítő kiskereskedők árválasztását alulról vagy felülről korlátozzák, egyes esetekben előírják a termék kiskereskedelmi árát.

A kiskereskedők árra vonatkozó döntését alulról korlátozó szerződés megkötésekor a kiskereskedő és a termék gyártója megállapodik egy minimális árban, amelynél alacsonyabb árat a kiskereskedő nem kérhet a gyártó termékéért, azonban tetszőleges, e minimális árnál magasabb kiskereskedelmi árát választhat. Ilyenkor a minimális viszonteladói ár rögzítéséről, vagy árpaplóról beszélünk (minimum RPM, price floor).

A kiskereskedők árválasztását felülről korlátozó vertikális megállapodás kiköti, hogy a kiskereskedő egy a szerződésben definiált maximális árat (árplafont) meghaladó áron nem értékesíti a gyártó termékét. Ekkor a maximális viszonteladói ár rögzítését vagy árplafon alkalmazását tapasztaljuk. A vertikális árkorlátozások speciális típusa a viszonteladói ár gyártó által történő ajánlása. Egy ilyen ajánlás a kiskereskedőre nézve nem kötelező érvényű, attól árazási döntése meghozatalakor tetszőlegesen eltérhet. A továbbiakban a viszonteladói ár megkötésén (RPM) a kiskereskedő által kért kiskereskedelmi ár adott árszinten történő rögzítését értjük.

Elméleti modellek és következményeik

A viszonteladói ár megkötésének motívumai és következményei

A viszonteladói ár megkötésével kapcsolatos közgazdasági szakirodalom jelentős része a lehetséges motivációkat és jóléti következményeket feltáró elméleti modelleket mutat be. A viszonteladói ár megkötését alkalmazó gyártónak számos lehetséges indokára világítanak rá a témában született elméleti munkák. Közismert, hogy az árplafon megoldást jelent a kettős árrés problémájára, amely akkor merül fel, ha a vertikális termelési lánc tagjai valamennyien piaci hatalommal rendelkeznek. Újabb eredmény, hogy egy ilyen szituációban a továbbértékesítési ár megkötése jóléti veszteséget okoz abban az esetben, ha az oligopolista kiskereskedők alkuereje gyenge és az általuk kínált termék jelentősen differenciált. (Dobson – Waterson (2007)) Szokásos érv a minimális viszonteladói ár mellett, hogy a kiskereskedőket az árverseny mérséklésén keresztül kiskereskedelmi szolgáltatások nyújtására ösztönzi, ami – a fogyasztók preferenciarendezésétől függően – növelheti vagy csökkentheti a jólétet. (pl. Schulz (2007)) Az árpádó egyúttal megszünteti a kiskereskedelmi szolgáltatásokon való potyázást (pl. Peeperkorn (2007)), azonban egyes szerzők szerint a potyázás nem feltétlenül indokolja a minimális viszonteladói ár rögzítését. (pl. Areeda – Hovenkamp (2004)) További, az árpádó mellett felhozott érv, hogy egyes termékek hírnevét rontja és egyúttal keresletét csökkenti annak túlságosan alacsony kiskereskedelmi ára. A modellek tanulsága szerint a kiskereskedelmi ár vagy árpádó rögzítése segíti a kiskereskedőket a kereslet vagy a költségek bizonytalanságának elviselésében (pl. Krishnan – Winter (2007)), azonban egyes szerzők szerint erre más lehetőségek is kínálkoznak. (West (2009))

A viszonteladói ár rögzítésének egyik káros következménye a modellek tanulsága szerint, hogy stabilizálhatja az összejátszást akár a gyártók, akár a kiskereskedők szintjén. A gyártók összejátszását azáltal segíti elő, hogy lehetővé teszi a kartellmegállapodás betartásának ellenőrzését. (pl. Rey – Verge (2004b)) A kiskereskedelmi kartellt abban az esetben stabilizálhatja árpádó, ha a kiskereskedők alkuereje erős a gyártókkal szemben, hiszen a gyártók ellenérdekeltek a kiskereskedelmi szinten kialakuló összejátszásban. (Dobson – Waterson (2007))

Azonban Bakó (2010) rámutat arra, hogy dinamikus modellben az árapdló megakadályozhatja a kiskereskedelmi kartell kialakulását. A gyártók arra is használhatják a viszonteladói ár rögzítését, hogy hihetővé tegyék egy adott nagykereskedelmi és kiskereskedelmi ár melletti elköteleződésüket. (pl. Rey – Vergé (2004a)) Habár az árapdló vagy a viszonteladói ár megkötése minden fogyasztó számára növeli az árat, az a marginális fogyasztók számára kedvező lehet, míg az inframarginális fogyasztók jólétét növelheti vagy csökkentheti. (Motta (2007)) Az árapdló egyértelműen káros hatással van a kiskereskedelem hatékonyságára, hiszen a kevésbé hatékony kiskereskedők számára lehetővé teszi a piacon maradáást, míg a hatékonyabb kiskereskedők belépésének gátja lehet.

Az alábbiakban áttekintjük a gyártók és kiskereskedők lehetséges motivációit, valamint a jóléti hatásokat elemző szakirodalomban található legfőbb érveket a viszonteladói ár megkötésének, az árapdló, illetve árplafon alkalmazásának következményeit. Az áttekintés során elsősorban az utóbbi évtized szakirodalmára koncentrálnunk, de számos esetben ennél korábbi eredményeket is megemlítünk. Az áttekintést követően részletesen bemutatunk néhány eredményt az utóbbi évtizedből.

A jólétet növelő (vagy legalábbis nem csökkentő) hatások

1. Megoldást kínál a kettős árrés problémájára

Amennyiben a jószágot termelő és azt a végső fogyasztók számára értékesítő vállalatok egymástól függetlenek és piaci erővel rendelkeznek, valamint a nagykereskedelmi ár lineáris, akkor mind a gyártó, mind a kiskereskedő pozitív árrés mellett tevékenykedik. A vertikális lánc egyes szintjein alkalmazott árrések összeadódnak, így a fogyasztók magasabb árat fizetnek, mint amennyiért a vertikális lánc integrációja esetén vehetnék meg a terméket, így az eladott mennyiség csökken és a piac valamennyi szereplőjének célfüggvényértéke csökken. A kettős árrés jólétre káros hatása a vertikális lánc szereplői közötti külső gazdasági hatásra vezethető vissza. Ugyanis árazási döntése meghozatalakor a független vállalatok csupán a saját profitjuk alakulásával törődnek és nem veszik tekintetbe, hogy döntésük hogyan hat a másik vállalat célfüggvényének értékére.

A kettős árrés problémájára Spengler (1950) hívta fel a figyelmet. A kettős árrés problémájának számos modellje született, melyeknél jellemző egyszerűsítő feltevés, hogy a vertikális lánc mindkét szintjén monopolista működik állandó mérethozadékú technológiával. (Barron – Umbeck (1984), Shepard (1993), Slade (1998))

Greenhut – Ohta (1979) modellje feloldja a monopol termelő és monopolista kiskereskedő feltevését, ők a vertikális lánc szintjein működő vállalatok piaci erejét azzal a feltevéssel biztosítják, hogy mindkét szinten oligopóliumok tevékenykednek. A problémának számos egyszerűbb és bonyolultabb szakkönyvi és tankönyvi modellje született. (Magyarul megjelent pl. Motta (2007) 331-333. o.)

Nyilvánvaló, hogy a kettős árrés révén létrejövő extern hatás belsővé tehető a vertikális lánc vállalatainak fúziója révén. Ha a vertikális integrációnak akadálya van, akkor a kettős árrés problémájának kezelésére szolgáló eszköz lehet a kétrészes árképzés, amely minden, a témát bemutató tankönyvben és szakkönyvben megtalálható. (pl. Motta (2007) 334. o.) A kétrészes árképzés két elemből áll: egy konstans nagykereskedelmi árból és egy fix díjból, amit a kiskereskedő a nagykereskedőnek fizet. Ha a monopol kiskereskedő egyetlen költsége

az inputjának beszerzésével kapcsolatos és a monopol gyártó a termelés határkölségével megegyező nagykereskedelmi áron adja el a terméket, akkor a kiskereskedő a vertikálisan integrált esettel megegyező kiskereskedelmi áron adja el a jószágot. A kétrészes árképzés egyik eleme, a nagykereskedelmi ár megfelelő megválasztásával tehát a gyártó el tudja érni, hogy a kiskereskedőnek a vertikálisan integrált vállalattal azonos viszonteladói ár megválasztása álljon érdekében. A kétrészes árképzés másik eleme, a fix díj alkalmas arra, hogy a gyártó elvonja a kiskereskedőnél realizálódó profitot, így a kétrészes árképzés megfelelő megválasztásával a gyártó a vertikálisan integrált vállalat profitját éri el.

A kettős árrés problémáját megoldhatja a viszonteladói ár megkötése a vertikális lánc számára optimális szinten vagy árplafon kikötése (szintén a vertikális lánc számára optimális kiskereskedelmi árral megegyező szinten) is, mivel a problémát a magas kiskereskedelmi ár miatti alacsony kereslet okozza. Az árplafon mellett tevékenykedő kiskereskedő profitja a megengedett árak tartományában mindenhol növekvő függvénye az árnak, ezért a választható árak mindegyikénél késztetést érez arra, hogy a kiskereskedelmi árat megemelje, így beleütközik a gyártó által rögzített árplafonba. Ha ez az árplafon megegyezik a vertikálisan integrált vállalat számára optimális kiskereskedelmi árral és egyúttal a nagykereskedelmi árral is, akkor a gyártó maximális – a vertikálisan integrált vállalattal megegyező – profitot realizál és mind a fogyasztói, mind a termelő többlet növekszik. Az ezzel kapcsolatos modellek ma számos szakkönyvben és tankönyvben bemutatott, jól ismert modellek. (Motta (2007) 333-334. o.)

A fent említett – bizonytalanságot nem tartalmazó – esetekben a viszonteladói ár megkötése (vagy árplafon alkalmazása) és a kétrészes árképzés egyformán alkalmas a kettős árrésztétel problémájának megoldására. Rey – Tirole (1986) megmutatja, hogy a viszonteladói ár megkötése és a kétrészes árképzés nem egyenértékű abban az esetben, ha a kiskereskedők költségei vagy a piaci kereslet bizonytalan. Ilyenkor a viszonteladói ár megkötése mellett a kiskereskedő nem tud a kiskereskedelmi ár változtatásával reagálni a keresletet vagy a költségeit érintő sokkokra, ezért a vertikális korlátozások nem jelentenek tökéletes megoldást a kettős árrésre. A szerzők bebizonyítják, hogy a kereslet bizonytalansága esetén a viszonteladói ár megkötése, míg a kiskereskedelmi költségek bizonytalansága esetén a kétrészes árképzés mellett lesz magasabb a vertikális lánc egyensúlyi profitja.

Dobson – Waterson (2007) azt találta, hogy amennyiben mind a gyártók, mind a viszonteladók oligopolisztikus környezetben működnek és a kiskereskedők alkuereje gyenge, míg az általuk eladásra kínált termék jelentős mértékben differenciált a fogyasztók szemében, akkor a kiskereskedők közötti versenyt mérséklő vertikális árkorlátozás jóléti szempontból kedvező, mivel a viszonteladói ár megkötésének hiányában fellépő kettős árrés problémája annál súlyosabb jóléti veszteséget okoz. A szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy modelljükben a kiskereskedők gyenge alkuereje és jelentősen differenciált terméke esetén a viszonteladói ár megkötése nem szüntette meg teljes mértékben a márkák közötti versenyt, sőt, az egyensúlyi kiemelt megközelítheti a versenyzői egyensúlyt.

A kettős árrés problémájához kapcsolódik O’Brian – Shaffer (1992) és Rey – Vergé (2004a) modellje, amelyek alátámasztják azt az elképzelést, hogy a viszonteladói ár megkötése esetén a kettős árrés problémája nem jelentkezik. Azonban modelljükben a viszonteladói ár megkötése a jólétet csökkentő hatású, mivel ha a termelő nem él ezzel a vertikális korlátozással, akkor a végső fogyasztók által fizetett ár alacsonyabb lesz, mint árkorlátozás esetén. A két cikk modellfeltevései megegyeznek: a terméket egy monopolista gyártó termeli és két kiskereskedőn keresztül értékesíti a végső fogyasztóknak. Mindkét cikk bizonyítja, hogy a viszonteladói ár alkalmazhatóságának hiányában a gyártó a határkölségével megegyező nagykereskedelmi árat választ, a kiskereskedők pedig a Bertrand-áron adják el a terméket, amihez így a fogyasztók a kiskereskedők határkölségén jutnak hozzá. Amennyiben azonban a gyártónak lehetősége van a viszonteladói ár megkötésére vagy maximális viszonteladói ár előírására, akkor az egyensúlyban a gyártó a monopolárral megegyező nagykereskedelmi áron adja el a terméket, a kiskereskedelmi ár pedig a kiskereskedők határkölségével egyenlő. Ennek hátterében az áll, hogy miközben az egyik kiskereskedővel tárgyal, a gyártónak érdekében áll a másik kiskereskedő árrésén potyázni. Ezt a másik kiskereskedő előre látja, ezért nem hajlandó a gyártó határkölségénél magasabb áron vásárolni. A viszonteladói ár megkötése azonban megszünteti ezt a potyázási lehetőséget, amennyiben a továbbértékesítési árat vagy annak maximumát a kiskereskedő határkölségével megegyező szinten rögzíti a termék szállítója.

2. A kiskereskedőket hatékony kiskereskedelmi szolgáltatások nyújtására ösztönzi

A gyártó a minimális továbbértékesítési ár rögzítésével biztosítani tudja, hogy a kiskereskedők közötti verseny ne csökkentse le túlságosan a kiskereskedők árrését. A kiskereskedők által realizált pozitív árrés ugyan mérsékli a kiskereskedők közötti versenyt, egyúttal azonban lehetővé teszi, hogy fokozódjon a kiskereskedők közötti nem-ár jellegű verseny. Ugyanis ha megszűnik az árak terén történő verseny lehetősége a kiskereskedők számára, akkor rákényszerülnek arra, hogy a fogyasztókért más téren versenyezzenek a többi kiskereskedővel. (Kneepkens (2007) 656., 658. o.)

A nem-ár jellegű verseny kialakulhat például az értékesítési szolgáltatások terén, amilyen a szakképzett eladók, szakértők alkalmazása, a termékbemutatók, a kipróbálás lehetőségének felkínálása a fogyasztók számára, az üzlethelyiség helyének és kialakításának a vásárlók igényeihez igazodó megválasztása (például ingyenes parkolóhelyek biztosítása, vagy a pénztárosok számának növelésével a várakozási idő csökkentése), díjtalan házhozszállítás, eladás utáni szolgáltatások.

A viszonteladói ár megkötése tehát arra ösztönzi a kiskereskedőket, hogy a fogyasztók értékelését növelő értékesítési szolgáltatások mennyiségét illetve minőségét növeljék. Ahogy a fogyasztóknak az adott termékre vonatkozó fizetési hajlandósága az értékesítési szolgáltatások javulásával növekszik, egyúttal a piaci kereslet is megnő, ami a gyártó számára előnyösen növeli az eladásokat. A kiskereskedők számára az értékesítési szolgáltatások szintjének vagy minőségének növelését a mérsékeltebb árversenyből származó profit teszi lehetővé. Erre az összefüggésre elsőként Telser (1960) mutatott rá.

A későbbiekben ismertetjük Schulz (2007) modelljét, amelyben a fogyasztók egy része differenciált terméknek érzékelik a kiskereskedők által eladásra kínált terméket, más fogyasztók számára azok egymás tökéletes helyettesítői. Ekkor a viszonteladói ár rögzítésének a szolgáltatások szintjére gyakorolt hatásának előjele a kétféle fogyasztói típus keresleti függvényének paraméterein múlik. A szerző rámutat, hogy a viszonteladói ár rögzítésének hatására a társadalmi jólét növekedhet vagy csökkenhet. További eredmény, hogy a kiskereskedelmi szolgáltatások szintjének növekedése nem feltétlenül jár a társadalmi jólét növekedésével.

3. Megszünteti a kiskereskedelmi szolgáltatásokon történő potyázást

Előfordul, hogy egy kiskereskedő által nyújtott értékesítési szolgáltatás növeli a gyártó termékének a fogyasztók által érzékelt minőségét, ami megemeli a keresletet, ám a kereslet növekménye nem (vagy nem teljes egészében) a szolgáltatást nyújtó kiskereskedő üzletében jelentkezik. Az ilyen szolgáltatásokra példa a szakképzett eladók, szakértők alkalmazása, a termékbemutatók, a kipróbálás lehetőségének felkínálása a fogyasztók számára, az üzlethelyiség helyének és kialakításának olyan módon történő gondos megválasztása, hogy az a kínált termékek minőségét szignálazza, a kiskereskedő által gondosan megválogatott árukészlet, amely kizárólag a kiskereskedő által kiváló minőségűnek talált termékekből áll.

E szolgáltatások egy részének az a célja, hogy közvetlen vagy közvetett módon információt szolgáltatassanak a fogyasztónak a termékről, illetve növeljék a terméknek a fogyasztó által érzékelt minőségét. A szolgáltatást nyújtó kiskereskedő magasabb költség mellett tevékenykedik, mint az értékesítési szolgáltatást nem kínáló üzletek, így az utóbbiak alacsonyabb áron képesek piacra vinni a terméket. Ha az értékesítési szolgáltatások jellemzően a termékkel kapcsolatos információk szolgáltatásából állnak, akkor az a potenciális fogyasztó, aki ezt a szolgáltatást igénybe veszi, megteheti, hogy magát a jószágot másikkal, alacsonyabb szintű szolgáltatásokkal (így alacsonyabb költség mellett) tevékenykedő, a terméket olcsóbban kínáló boltban veszi meg. Ekkor a magas szintű értékesítési szolgáltatásokat nyújtó kiskereskedők külső gazdasági hatást gyakorolnak az alacsony árakat kérő üzletekre, s az externália miatt az értékesítési szolgáltatások szintje túlságosan kevés lesz. Ezáltal a gyártó terméke iránti piaci kereslet a kívánatosnál alacsonyabb lesz, így a gyártó profitja és a fogyasztók többlete egyaránt alacsony lesz.

A potyázás lehetősége miatt kialakuló túlságosan kevés értékesítési szolgáltatás problémáját megoldja, ha a termék gyártója a viszonteladói árat megfelelő szinten rögzíti, vagy legalább árpaplót ír elő. (Peeperkorn (2007) 201. o., Motta (2007) 342. o.) Mindkét megoldás csökkenti a kiskereskedők közötti árversenyt, így az üzletek a fogyasztókért folyó verseny más terepét keresik. A vertikális árkorlátozás mellett a kiskereskedők között az értékesítési szolgáltatások terén folyó verseny eredménye a fogyasztóknak nyújtott szolgáltatások maga-

sabb szintje, ami növeli a fogyasztók piaci keresletét a gyártó terméke iránt, így mind a gyártó profitja, mind a fogyasztók jóléte magasabb lesz, mint vertikális árkorlátozás hiányában.

Telser (1960) hívta fel elsőként a figyelmet arra, hogy a minimális viszonteladói ár rögzítése érdekeltté teszi az üzleteket a kiskereskedelmi szolgáltatások nyújtásában, ami végső soron a társadalmi jólét növekedéséhez vezet. Marvel – McCafferty (1984) szerint a viszonteladói ár megkötése alkalmas arra, hogy a kiskereskedőket arra ösztönözze, hogy a termék minőségét a fogyasztók számára igazoló szolgáltatásokat nyújtsanak. Klein – Murphy (1988) azzal érvel, hogy a minimális viszonteladói ár rögzítése alkalmas arra, hogy a kiskereskedők valamivel magasabb nyereséget érjenek el, mint ami az iparágban szokásos. Ha a gyártó rendszeresen ellenőrzi a kiskereskedők által nyújtott szolgáltatások minőségét és mennyiségét, akkor a kiskereskedőket megfelelően ösztönzi annak a veszélye, hogy az elégtelen szolgáltatást nyújtó üzlettel a gyártó megszakítja a további üzleti kapcsolatot. A vertikális korlátozások pozitív jóléti következményeire hívja fel a figyelmet több, a chicagói iskolába tartozó szerző. (Bork (1966), Posner (1981), Marvel – McCafferty (1984))

Areeda–Hovenkamp (2004) és Scherer – Ross (1990) vitatja, hogy a potyázás megszüntetése minden esetben szükségessé teszi a viszonteladói ár megkötését. Scherer – Ross (1990) szerint a kiskereskedők által nyújtott szolgáltatások nem növelik azoknak a fogyasztóknak a jólétét, akik e szolgáltatások igénybevétele nélkül is pontosan tudják, mit akarnak megvásárolni. (Scherer – Ross (1990) 541-548. o.) Ők az úgynevezett inframarginális fogyasztók, akik számára hátrányos a magasabb szintű értékesítési szolgáltatással együtt járó magasabb fogyasztói ár. Az árkorlátozás és a magasabb szintű kiskereskedelmi szolgáltatások ugyan biztosan növelik az újabb (marginális) fogyasztók jólétét, de végső soron az összes fogyasztó együttes többlete kisebb lehet a viszonteladói ár korlátozása és az értékesítési szolgáltatások magas szintje mellett, mint az azok nélkül kialakuló egyensúlyban.

A jelenség egyszerű modellje ma már szakkönyvekben is megtalálható. Motta (2007) modelljében egy monopolista gyártó termékét két kiskereskedő értékesíti a végső fogyasztóknak. A fogyasztók egy részének határértékelését növeli a kiskereskedők többletszolgáltatása, a többi fogyasztó számára ez nem számít. Ezen a piacon vertikális korlátozás hiányában a kiskereskedők árversenye zérusra szorítja le a kiskereskedők által nyújtott szolgáltatások szintjét.

A vertikálisan integrált kimenetet megvalósító vertikális árkorlátozásra (például a viszonteladói ár megkötésére vagy árpaddó előírására) a kiskereskedők a vertikális lánc számára optimális erőfeszítéssel reagálnak, ami a vertikális lánc profitját növeli. Az inframarginális fogyasztók – akik az értékesítési szolgáltatásokkal nem törődnek – azonban a viszonteladói ár korlátozásának következtében olyan jelentős többletvesztést realizálnak, amit nem tud ellensúlyozni a profit növekménye (az egyensúlyban a marginális fogyasztók teljes többletét elvonja a gyártó, így az ő többletüket nem növeli a viszonteladói ár rögzítése). Ez a társadalmi jólét csökkenését eredményezi. A szerző az elemzés során rámutat arra, hogy ha a gyártó terméke más gyártók termékével versenyez, akkor a viszonteladói ár rögzítése nem okoz csökkenést a jólétben, mert az értékesítési szolgáltatások keresletfokozó hatása csupán márkán belül tud túlcsoportulni, a többletszolgáltatást nem értékelő fogyasztók olyan márkát vásárolnak, amelyhez nem kapcsolódik a kiskereskedők által nyújtott többletszolgáltatás és ezért az ára alacsony. (Motta (2007) 344-346. o.)

Areeda – Hovenkamp (2004) azzal érvel, hogy a márkák közötti korlátlan verseny számos esetben nem idézi elő a kiskereskedelmi szolgáltatásokon történő potyázást. Olyan javak esetén nem jellemző a potyázás, amikor a más üzletben vásárló fogyasztó nem tudja hasznosítani a kiskereskedő szolgáltatását (ilyen például a kiskereskedő által nyújtott hitel), ami esetleg nem márkaszpecifikus (például az üzlethelyiség speciális vagy kellemes kialakítása), az értékesítési szolgáltatásokért külön kell fizetni, a szolgáltatást a gyártó képes hatékonyan nyújtani (reklámozás), vagy ha elegendően nagyszámú fogyasztó vásárol a szolgáltatást nyújtó üzletekben. (Areeda – Hovenkamp (2004) 13. o.) A szerzőpáros másik érve, hogy azokban az esetekben, amikor az értékesítési szolgáltatás természeténél fogva lehetőséget ad a potyázásra – például azért, mert a termék minőségének jelzése a célja – a szolgáltatást nyújtó kiskereskedők megtehetik, hogy azokat a márkákat, amelyek kapcsán más eladók potyáznak a szolgáltatásaikon, többet nem tartják az áru kínálatukban. Azonban ez éppen azt jelentené, hogy a termékhez nyújtott értékesítési szolgáltatások megszűnnek, ami megnöveli a fogyasztók keresési költségeit, így a termék iránti kereslet drasztikusan lecsökken. West (2009) szerint ennek megakadályozása lehet a célja a viszonteladói ár megkötésének. (West (2009) 27. o.)

4. Védi a márka hírnevét

A termékek egy körének gyártói erőforrásokat fordítanak arra, hogy termékükhöz kiváló minőséget társítsanak a fogyasztók. Ilyen esetekben a termékről kialakult hírnevet – ezáltal a fogyasztók fizetési hajlandóságát – rombolhatja, ha azt egyes kiskereskedők a márkán belüli verseny hatására bizonyos árszint alatt kínálják eladásra. Egy ilyen árcsökkentés a fogyasztók piaci keresletét, ezáltal a termelő profitját csökkenti. Ezért a gyártó érdekelt egy megfelelő kiskereskedelmi minimumár rögzítése révén a márkán belüli verseny mérséklésére. (West (2009) 28. o.)

5. A kiskereskedők számára megkönnyíti a kereslet bizonytalanságának elviselését

Gondoljuk el, hogy egy termék kiskereskedője bizonytalan a piaci keresletet illetően a termék gyártótól való megrendelésekor. Ez azt jelenti, hogy nem tudja pontosan felmérni, hogy azt a mennyiséget, amit megrendel, milyen áron fogja tudni eladni. Ha nagyon kicsi raktárkészlet mellett dönt, akkor azt kockáztatja, hogy a fogyasztók magas kereslete esetén nagy árrés mellett csak kis mennyiséget tud eladni, így az optimálisnál jóval kevesebb profitra tesz szert. Ha viszont úgy dönt, hogy nagy mennyiséget rendel a szállítótól, akkor a fogyasztói kereslet alacsony szintje mellett vagy nem tudja eladni a teljes raktárkészletét, vagy csak rendkívül alacsony áron, esetleg negatív árrést realizálva tud megszabadulni a teljes megrendelt mennyiségtől.

Ha a termék kiskereskedője monopolista, akkor a rendeléskor a profitja várható értékét maximalizáló raktárkészletet választ, aminek egy részét el sem adja alacsony piaci kereslet mellett. A versenyzői kiskereskedelmi szektorban működő vállalkozás azonban nem érdekelt abban, hogy alacsony kereslet esetén a raktárkészlet egy részét visszatartsa: mivel eladásai nincsenek hatással a termék árára, abban érdekelt, hogy a teljes raktárkészletet értékesítse. Azonban ha minden kiskereskedő így dönt, akkor olyan magas kínálat alakul ki a piacon, amely mellett a fogyasztói ár alacsony lesz, a vállalkozás profitja pedig akár negatív is lehet. Mivel ezt a versenyző kiskereskedő előre látja, a társadalmilag optimális szintnél kisebb mennyiség rendeléséről dönt, ami mind a termelőt, mind a fogyasztókat hátrányosan érinti abban az esetben, ha a piaci kereslet magas szinten realizálódik. Rey – Tirole (1986), majd Deneckere, Marvel és Peck több tanulmánya vizsgálta az ilyen szituációkat és arra jutottak, hogy a viszonteladói ár megkötése vagy legalábbis árpádló előírása valamennyi szereplő számára kedvezőbb kimenetet valósít meg, mint ami árkorlátozás nélkül adódna. Ennek oka, hogy az árpádló megvédi a kiskereskedőt annak a veszélyétől, hogy negatív árrést realizál, így nagyobb raktárkészlet mellett dönt. (Deneckere – Marvel – Peck (1997), Deneckere – Marvel – Peck (1996), Marvel – Peck (2001))

Krishnan – Winter (2007) modelljében a monopolista gyártó két differenciált kiskereskedőn keresztül juttatja el termékét a végső fogyasztókhoz. A fogyasztók kereslete bizonytalan a rendelések megadásának pillanatában, ezért vertikális árkorlátozás hiányában a hatékony

mennyiségnél kisebbek lesznek a raktárkészletek. A szerzők megmutatják, hogy ha a gyártó árpaddlót vagy árplafont alkalmaz alkalmasan megválasztott további feltételekkel, akkor hatékony raktárkészlet rendelésére tudja ösztönözni a kiskereskedőket. Kiderül az is, hogy további, a viszonteladói árat nem korlátozó eszközzel is elérhető ugyanez az eredmény. A modellt a későbbiekben részletesen bemutatjuk.

West (2009) érvelése szerint ugyanakkor a minimumár rögzítése nem az egyetlen lehetőség arra, hogy a kereslet bizonytalanságát a gyártó elviselhetővé tegye a kiskereskedők számára. Megteheti például, hogy az el nem adott készleteket visszavásárolja. Amennyiben a gyártó nem ezt az utat, hanem a viszonteladói ár megkötését alkalmazza, az arra utal, hogy valamilyen okból kifolyólag a viszonteladói ár megkötése hatékonyabb. Ilyen esetben a gyártó képes megindokolni a minimumár megkötésének alkalmazását. (West (2009), 28. o.)

6. Növelheti a fogyasztói többletet

A továbbértékesítési ár megkötése a márkán belüli verseny mérséklése révén növelheti a termék fogyasztóinak jólétét. Láttuk, hogy a viszonteladói ár rögzítése alkalmas arra, hogy a kiskereskedőket a fogyasztók fizetési hajlandóságát növelő tevékenységekre ösztönözze. Ilyen tevékenység lehet például a korábban említett értékesítési szolgáltatások színvonalának növelése, ami a fogyasztók keresleti függvényét felfelé tolja. Ha a termék minden fogyasztója számára egyformán értékes a kiskereskedelmi szinten biztosított értékesítési szolgáltatás, akkor valamennyi fogyasztó rezervációs árát ugyanakkora mértékben növeli, így a piaci keresleti függvény önmagával párhuzamosan felfelé tolódik. Azonban az értékesítési szolgáltatások növekedése egyúttal növeli a kiskereskedelmi szinten jelentkező költségeket is, így a kínálati függvény is felfelé tolódik. Ha a viszonteladók által nyújtott kiskereskedelmi szolgáltatás szintjének emelkedése javítja a hatékonyságot, akkor a fogyasztók fizetési hajlandóságát jobban növeli, mint a kiskereskedők határköltségét. Ez azt eredményezi, hogy a keresleti és a kínálati görbe magasabb eladott mennyiségnél metszi egymást és mivel a keresleti függvény párhuzamosan felfelé tolódott, a fogyasztók együttes többlete és egyúttal minden egyes fogyasztó többlete nagyobb lesz. (West (2009) 25. o.)

Ez az eredmény nagymértékben támaszkodik arra a feltevésre, hogy a fogyasztók egyformán értékelik a kiskereskedők által nyújtott értékesítési szolgáltatások szintjének emelkedését. Amennyiben ez nem teljesül – például mert a fogyasztók egy része ilyen szolgáltatás hiányában is tudja, hogy mit akar vásárolni, ezért számára közömbös, hogy kínálnak-e számára a kereskedők értékesítési szolgáltatásokat –, akkor a piaci keresleti görbe ugyan felfelé tolódik, de nem önmagával párhuzamosan. Ilyenkor az együttes fogyasztói többlet növekedhet vagy csökkenhet attól függően, hogy az értékesítési szolgáltatásokat különbözőképpen értékelő fogyasztók aránya mekkora. Egy-egy fogyasztó többletének megváltozása a fogyasztók típusától függhet. A viszonteladók által nyújtott értékesítési szolgáltatásokat egyáltalán nem értékelő fogyasztók rezervációs ára a szolgáltatás szintjének emelkedésével nem változik, így többletük az emelkedő viszonteladói ár miatt csökken. Ugyanakkor az egyensúlyi eladások növekedésével más – korábban nem vásárló – fogyasztók rezervációs ára olyan mértékben növekszik, hogy hozzájutnak a termékhez, így az ő fogyasztói többletük határozottan megnövekszik. (Motta (2007) 338. o.)

Az eredmény, mely szerint a viszonteladói ár megkötése miatt a kiskereskedelmi szektorban fokozódó nem-ár jellegű versenynek egyes fogyasztók a magasabb fogyasztói árak miatt rosszabbul járhatnak – azok, akik például nem értékelik az értékesítési szolgáltatások minőségi vagy mennyiségi javulását –, azon a feltételezésen alapul, hogy a viszonteladói árat megkötő gyártó nem változtat a nagykereskedelmi áron. Marvel (1995) vitatja e feltevést. Szerinte a gyártó megteheti, hogy a korábbi szinten rögzíti a viszonteladói árat és a kiskereskedők számára a nagykereskedelmi ár mérséklésével teszi lehetővé a költséges nem-ár jellegű verseny fokozását. Ekkor a viszonteladói ár megkötése növeli az értékesítési szolgáltatások szintjét, de nem jár a fogyasztók által fizetett ár emelkedésével, így egyetlen fogyasztó többlete sem csökken, egyes fogyasztóké – akik számára értékesek a kiskereskedők által a termékhez nyújtott szolgáltatások – pedig határozottan növekszik.

A jólétet csökkentő hatások

1. Elősegíti a kiskereskedők közötti összejátszást

A minimális viszonteladói ár rögzítése nyilvánvalóan elősegíti a termék kiskereskedői között kialakuló kartell létrejöttét és az annak következményeként a monopolárral megegyező kiskereskedelmi ár kialakulását. Ha a termék gyártója a kiskereskedők nyomásának engedve a viszonteladói árat rögzítő szerződést köt termékének kiskereskedőivel, akkor ezzel megszünteti az üzletek közötti versenyt és a gyártó a megállapodás betartásának ellenőrzésével egyúttal a kiskereskedők kartelljének fennmaradását is biztosítja. Erre hívja fel a figyelmet Ornstein (1985).

Azonban a kiskereskedelmi szinten megnövekvő árrés magasabb fogyasztói árat eredményez, így a fogyasztók által keresett mennyiség és egyúttal a gyártó által értékesített mennyiség is csökken. Ez a gyártó nyereségének csökkenésével jár, tehát nem nyilvánvaló, hogy mi teszi a gyártót érdekeltté abban, hogy a kiskereskedők kartelljének kialakulásában segítse. Lafontaine–Slade (2008) rámutat, hogy ha a gyártó nem rendelkezik piaci erővel, akkor számára közömbös, hogy a kiskereskedők közötti kartell létrejön-e vagy sem, így a viszonteladói ár megkötését az abban érdekelt kiskereskedők kedvéért alkalmazhatja.

A másik lehetőség, hogy a kiskereskedelmi kartell támogatására és fenntartására a kiskereskedők nyomására, például egy kilátásba helyezett bojkott elkerülése érdekében hajlandó a termelő.

Shaffer (1991) olyan iparágat vizsgál, melyben a tökéletesen versenyző gyártók homogén terméket állítanak elő, amit egy differenciált duopol kiskereskedelmi szektoron keresztül értékesítenek a végső fogyasztóknak. A jelentős alkuerővel bíró kiskereskedők kényszerítik a versenyző termelőket a továbbértékesítési árat rögzítő szállítási szerződések kötésére annak érdekében, hogy a terméket a kiskereskedelmi szinten megvalósuló kartell magasabb árán tudják eladni.

Dobson – Waterson (2007) olyan iparágban modellezi a viszonteladói ár megkötésének hatását, amelyben mind a termelők, mind a kiskereskedők szintjén oligopol jellegzetességeket mutató piac működik, a kiskereskedők valamennyi gyártó termékét értékesítik és a kiskereskedők alkuereje gyenge, míg az általuk eladásra kínált termék jelentős mértékben differenciált a fogyasztók szemében. A modell lehetővé teszi annak tanulmányozását, hogy hogyan hat a termékek differenciáltságának mértéke az egyensúlyra. A tanulmány mind a gyártók szintjén, mind a kiskereskedők szintjén megvalósuló tökéletes helyettesítéstől a differenciált javakon keresztül a teljesen független keresletű termékek esetéig összehasonlítja az egyensúlyi kimeneteket. Arra jutottak, hogy ha a márkák közötti helyettesíthetőség korlátozott és a kiskereskedők alkuereje jelentős, akkor a viszonteladói árak rögzítése mellett kialakuló egyensúlyban a kiskereskedelmi árak megközelítik a monopolár szintjét. Azonban ha a gyártók a kiskereskedőket nem korlátozzák az újraértékesítési ár megválasztásában, akkor a fogyasztók által fizetendő ár alacsonyabb lesz. Ezt az magyarázza, hogy a viszonteladói árak megkötésének hiányában az alkuerejüket kihasználó kiskereskedők alacsony nagykereskedelmi árakat érnek el, ám a kiskereskedelmi szinten megvalósuló erős verseny a kiskereskedők árrésének csökkentése révén mérsékli a fogyasztói árakat.

Tehát a kiskereskedelmi szinten a viszonteladói ár rögzítésével kialakuló kartell kialakulása csupán azokban az esetekben elképzelhető, amikor a kiskereskedők elegendő piaci hatalommal rendelkeznek ahhoz, hogy erre rábírák a termék gyártóját. (Marvel (1995)) Dobson – Waterson (2007) modelljében, ha mind a gyártók, mind a viszonteladók oligopolisztikus környezetben működnek és a kiskereskedők alkuereje gyenge, míg az általuk eladásra kínált termék jelentős mértékben differenciált a fogyasztók szemében, akkor a kiskereskedők közötti versenyt mérséklő vertikális árkorlátozás jóléti szempontból kedvező hatású, mivel a viszonteladói ár megkötésének hiányában a kettős árrés problémája súlyosabb jóléti veszteséget okoz. A szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy modelljükben a kiskereskedők gyenge alkuereje és jelentősen differenciált terméke esetén a viszonteladói ár megkötése nem szüntette meg teljes mértékben a márkák közötti versenyt, sőt, az egyensúlyi kimenet megközelítheti a versenyzői egyensúlyt.

Megjegyezzük, hogy Bakó (2010) – a későbbiekben részletesen ismertetésre kerülő – eredménye szerint dinamikus környezetben a minimumár rögzítése megakadályozza a kiskereskedők kartelljét, egyúttal növeli a gyártó profitját és a fogyasztói többletet.

2. Segíti a gyártók összejátzását

Az újraértékesítési ár rögzítése segítheti a gyártók közötti összejátzást és stabilizálhatja a gyártók kartelljét. (Alese (2007) 514-526. o.) Egyrészt a továbbértékesítési ár rögzítése révén csökkenthető a kartell tagjainak érdekeltsége a csalásban. A viszonteladói ár rögzítésének hiányában ugyanis a nagykereskedelmi ár egy eltitkolt csökkentése lehetővé teszi a márka kiskereskedelmi árának csökkentését, ami növeli a csaló gyártó eladásait és profitját. A viszonteladói ár hatékony rögzítése mellett azonban a gyártó nem érdekelt a nagykereskedelmi ár csökkentésében, hiszen az nem járna együtt a fogyasztók által fizetett ár mérséklődésével, így a gyártó változatlan eladott mennyiség mellett csökkenő árrést és csökkenő profitot realizálna.

A későbbiekben részletesen bemutatjuk Rey – Verge (2004b) egyik fő eredményét, amely egy speciális esetben világít rá a viszonteladói ár rögzítésének a gyártók kartelljét stabilizáló hatására. A szerzők modelljében a vertikális termelési lánc mindkét szintjén két-két vállalat működik. A gyártók differenciált terméket gyártanak és a fogyasztók a kiskereskedők között is különbséget tudnak tenni. Mivel mindkét kiskereskedő mindkét gyártó termékét tartja az üzletben, így a fogyasztók összesen négy, egymást korlátozottan helyettesítő terméket érzékelnek a piacon. A szerzők rámutatnak, hogy a viszonteladói ár megkötése esetén a gyártók saját termékük nagykereskedelmi árára vonatkozó döntése nincs hatással saját profitjukra, azonban a profitjuk függ a más gyártók által választott nagykereskedelmi ártól. Mivel egy termék nagykereskedelmi ára a többi gyártó profitjára hatással van, ezért a többi gyártónak a saját termékük kiskereskedelmi árára vonatkozó döntését is befolyásolja. Ezért egy gyártó számára a saját termékének nagykereskedelmi ára a versenytársak termékeinek kiskereskedelmi árára tett hatása miatt stratégiai jelentőségű, ha a gyártók a viszonteladói árakat rögzítik. A játék egyensúlyában a viszonteladói ár megkötése mind a márkán belüli, mind a márkák közötti versenyt mérsékli és lehetővé teszi a gyártók számára, hogy a monopolista profiton osztozzanak.

Az újraeladási ár rögzítése az árak megfigyelhetőségének javulása révén is támogatja a termelők kartelljének létrejöttét és a kartell megállapodás betartásának ellenőrizhetőségét. Amennyiben nem rögzítik a viszonteladói árakat a szállítói szerződésekből, akkor nehéz megállapítani, hogy a kiskereskedelmi ár megváltozása vajon a kiskereskedelmi szektorban jelentkező keresleti vagy kínálati sokk következménye, vagy pedig a gyártónak a kartell megállapodásban rögzített nagykereskedelmi ártól történő eltérése okozza. A viszonteladói árak rögzítése megszünteti a kiskereskedelmi árak változékonyságát, ezáltal megszünteti ezt a problémát. Erre mutat rá Julien – Rey (2007) modellje, amely egy végtelen sok perióduson át működő piacot vizsgál.

Julien – Rey (2007) modelljében a differenciált terméket előállító, a játék valamennyi periódusában működő gyártók mindegyike egy-egy egyetlen időszakon át működő kiskereskedővel köt szerződést. A piaci kereslet bizonytalan a szerződkötés pillanatában. A szállítói szerződés megkötését követően a kiskereskedők a piaci keresletre vonatkozó magáninformációhoz jutnak. Feltevés szerint a viszonteladói árak minden szereplő számára megfigyelhetők, azonban a nagykereskedelmi árakat csupán a szerződő felek ismerik. A szerzők levezetik a termelők összejátszását kétrészes árképzés, valamint a viszonteladói ár rögzítésével kombinált kétrészes árképzés esetén is. Ha a gyártók számára nem áll nyitva a viszonteladói ár megkötése, akkor az egyensúlyban a kiskereskedelmi árakra a megkötött szállítói szerződésen kívül a kiskereskedők piaci keresletre vonatkozó információi is hatnak. Ekkor a fogyasztói ár nem nyújt támpontot azzal kapcsolatban, hogy vajon a termék gyártója betartotta a gyártók kartell megállapodását és pusztán a piaci sokk hatására tér el a jószág kiskereskedelmi ára a várt értéktől, vagy az eltérés oka a gyártó titkos eltérése a gyártók közötti egyezségtől. Egy ilyen eltérésre nincs lehetőség, ha a viszonteladói árat a gyártók rögzítik, hiszen ez megszünteti a fogyasztói áraknak a piaci sokkoktól való függését. A szerzők megmutatják, hogy ha a kiskereskedelmi árak rögzítése lehetővé teszi a vállalatoknak a profitjuk növelését, akkor egyúttal csökkenti a társadalmi jólétet. Habár a viszonteladási ár megkötése biztosítja a kartell megállapodás betartásának ellenőrzését – pontosabban megszünteti a kartelltagoknak az érdekeltségét a csalásra – csökkenti az összejátszás melletti profitokat. Tehát a gyártók csak abban az esetben hajlandóak a viszonteladói ár rögzítésére, ha a kartellár növekedése elég nagy ahhoz, hogy ellensúlyozza az újraértékesítési ár megkötésének profitot mérséklő hatását. A szerzők

arra is rámutatnak a modell keretei között, hogy a nem-ár jellegű vertikális korlátozások révén kialakuló termelői kartellhez képest a vertikális árkorlátozás a gyártók számára alkalmasabb eszközt biztosít a kartell megállapodás betartásának ellenőrzésére.

A viszonteladói ár megkötésének a márkák közötti versenyre gyakorolt hatását vizsgálva Rey – Stiglitz (1995) két esetet hasonlít össze. Egyikben a viszonteladói árat a gyártók rögzítik. A modell egyensúlyában az egyensúlyi kiskereskedelmi árak alacsonyabbak a vertikálisan integrált vállalat számára optimális árnál. A másik vizsgált esetben a gyártók nem írják elő a némi piaci erővel rendelkező, egymással az árak terén versenyző kiskereskedők számára a viszonteladói árat. Ekkor az egyensúlyi kiskereskedelmi árak magasabbak lesznek, mint a viszonteladói ár rögzítése mellett. A jelenséget az magyarázza, hogy egy termék nagykereskedelmi árának növekedése nemcsak ugyanannak a terméknek a kiskereskedelmi árát növeli, hanem a versenyző márkák viszonteladói árát is. Tehát az eredmény azon a feltevésen alapul, hogy a kiskereskedők döntési változói egymás stratégiai kiegészítői. Belátható, hogy a kiskereskedők között stratégiai helyettesítők – például mennyiségek – terén folyó verseny esetén nem növekszik a kiskereskedelmi ár, ha a gyártók nem alkalmazzák a viszonteladói ár megkötését.

Marvel (2008) szerint nem gyakori, hogy a viszonteladói ár megkötése a gyártók kartelljének stabilizálását szolgálja. (Marvel (2008) 1. o.)

3. Minden fogyasztó számára hátrányosan növeli az árat

Könnyen elfogadhatónak tűnik az az állítás, miszerint a viszonteladói ár megkötése vagy minimális továbbértékesítési ár előírása növeli a fogyasztók által fizetendő árat. E hatás indokaként azzal szokás érvelni, hogy az ár rögzítése vagy árpaddó alkalmazása megakadályozza a kiskereskedőket abban, hogy a többi kereskedő ára alá ígérjen.

Azonban a minimális újraeladási ár kikötése egyes esetekben magasabb, más esetekben alacsonyabb fogyasztói árakhoz vezet. Az árváltozás iránya függ a piaci kereslet árugalmasságától és a kiskereskedelmi szolgáltatások szintje szerinti rugalmasságától, attól, hogy az

értékesítési szolgáltatások javulása hogyan hat a kereslet árrugalmasságára. Befolyásolja az árváltozás irányát a gyártók közötti és a kiskereskedők közötti horizontális verseny jellege és erőssége, a gyártó által választott árazástól. Marvel – McCafferty (1985) és Marvel – McCafferty (1986) példát ad arra, hogy a viszonteladói ár rögzítése a kiskereskedelmi árat csökkenti.

Marvel (1995) rámutat, hogy nem mindig állja meg a helyét az a feltételezés, hogy a gyártó a viszonteladói ár megkötése esetén és annak hiányában ugyanakkora nagykereskedelmi árat választ. Ugyanis a gyártó megteheti, hogy a korábbi szinten rögzíti a viszonteladói árat és a kiskereskedők számára a nagykereskedelmi ár mérséklésével teszi lehetővé az értékesítési szolgáltatások nyújtását vagy más keresletnövelő erőfeszítések fokozását. Ekkor a viszonteladói ár megkötésével elért keresletnövekedés nem jár a fogyasztók által fizetett ár emelkedésével.

4. A minimumár rögzítése kedvező lehet a marginális fogyasztók számára, azonban káros az inframarginális fogyasztók szempontjából

Láttuk, hogy a viszonteladói ár rögzítése alkalmas arra, hogy a kiskereskedőket olyan erőfeszítésre ösztönözze, amely a piaci keresleti görbét felfelé tolja. Ilyen tevékenység lehet például a korábban említett értékesítési szolgáltatások színvonalának növelése. Azonban ha a termék nem minden fogyasztója számára egyformán értékes a kiskereskedelmi szinten biztosított értékesítési szolgáltatás – például mert a fogyasztók egy része ilyen szolgáltatás hiányában is tudja, hogy mit akar vásárolni, ezért számára közömbös, hogy kínálnak-e számára a kereskedők értékesítési szolgáltatásokat –, akkor a fogyasztó rezervációs árát nem egyformán növeli, így a piaci keresleti függvény eltolódását követően nem marad a korábbival párhuzamos. Ilyenkor az együttes fogyasztói többlet növekedhet vagy csökkenhet attól függően, hogy az értékesítési szolgáltatásokat különbözőképpen értékelő fogyasztók aránya mekkora. Egy-egy fogyasztó többletének megváltozása a fogyasztók típusától függhet. A viszonteladók által nyújtott értékesítési szolgáltatásokat egyáltalán nem értékelő (inframarginális) fogyasztók rezervációs ára a szolgáltatás szintjének emelkedésével nem változik, így többletük az emelkedő viszonteladói ár miatt csökken. Ugyanakkor az egyensúlyi eladások növekedésével más – korábban nem vásárló – fogyasztók (marginális fogyasztók) rezervációs ára olyan mérték-

ben növekszik, hogy hozzájutnak a termékhez, így az ő fogyasztói többletük határozottan megnövekszik. (Motta (2007) 338. o.)

Ez a gondolat azon a feltételezésen alapul, hogy a viszonteladói árat megkötő gyártó nem változtat a nagykereskedelmi áron. Marvel (1995) vitatja e feltevést. Szerinte a gyártó megteheti, hogy a korábbi szinten rögzíti a viszonteladói árat és a kiskereskedők számára a nagykereskedelmi ár mérséklésével teszi lehetővé a költséges nem-ár jellegű verseny fokozását. Ekkor a viszonteladói ár megkötése növeli az értékesítési szolgáltatások szintjét, de nem jár a fogyasztók által fizetett ár emelkedésével, így egyetlen fogyasztó többlete sem csökken, egyes fogyasztóké – akik számára értékesek a kiskereskedők által a termékhez nyújtott szolgáltatások – pedig határozottan növekszik.

5. Lehetővé teszi a gyártó számára az elköteleződési probléma megoldását és egyúttal a monopolista profit realizálását

O'Brian – Shaffer (1992) és Rey – Vergé (2004a) modelljében a viszonteladói ár megkötése a jólétet csökkentő hatású, mivel ha a termelő nem él ezzel a vertikális korláttal, akkor a végső fogyasztók által fizetett ár alacsonyabb lesz, mint árkorlátozás esetén. A két cikk modellfeltevései megegyeznek: a terméket egy monopolista gyártó termeli és két kiskereskedőn keresztül értékesíti a végső fogyasztóknak. Mindkét cikk bizonyítja, hogy a viszonteladói ár alkalmazhatóságának hiányában a gyártó a határkölségével megegyező nagykereskedelmi árat választ, a kiskereskedők pedig a Bertrand-áron adják el a terméket, amihez így a fogyasztók a kiskereskedők határkölségén jutnak hozzá. Amennyiben azonban a gyártónak lehetősége van a viszonteladói ár megkötésére vagy maximális viszonteladói ár előírására, akkor az egyensúlyban a gyártó a monopolárral megegyező nagykereskedelmi áron adja el a terméket, a kiskereskedelmi ár pedig a kiskereskedők határkölségével egyenlő. Ennek háttérében az áll, hogy ha a viszonteladói ár megkötésére a gyártónak nincs lehetősége, akkor a kiskereskedőkkel folytatott tárgyalások során a hiteles elköteleződés problémájával néz szembe. Ugyanis miközben az egyik kiskereskedővel tárgyal, a gyártónak érdekében áll a másik – a szállítói szerződést korábban aláíró – kiskereskedő árrésén potyázni. Ezt a másik kiskereskedő előre látja, ezért nem hajlandó a gyártó határkölségénél magasabb áron vásárolni. A viszonteladói ár megkötése azonban megszünteti ezt a potyázási lehetőséget, amennyiben a továbbértékesí-

tési árat vagy annak maximumát a kiskereskedő határkölségével megegyező szinten rögzíti a termék szállítója.

6. Megvédi a piacon levő kiskereskedőket attól a veszélytől, hogy egy hatékonyabb kiskereskedő belépésével elveszítik a piacot

A viszonteladói ár megkötése esetén a kiskereskedelmi szektor új belépői akkor sem képesek a piacon működő kiskereskedők továbbértékesítési ára alatt árazni, ha a bennlevő kiskereskedőknél hatékonyabb működésre képesek. Ha a már működő kiskereskedőknél hatékonyabb viszonteladó lép a piacra, akkor ugyan magasabb profitot tud elérni, ám nem képes a fogyasztókat alacsonyabb árakkal elcsábítani a többi kereskedőtől. Ez fékezi a kiskereskedelmi szektor hatékonyságjavulását, ami jóléti veszteséget okoz.

A viszonteladói ár rögzítését korlátozó szabályozás jóléti hatásai

A viszonteladói ár rögzítésének jóléti hatásait vizsgálja Foros – Kind – Shaffer (2007). A – későbbiekben részletesen ismertetésre kerülő – modellben a vállalatok a kiskereskedelmi árverseny mérséklése végett alkalmazzák a viszonteladói ár rögzítést, amennyiben arra lehetőségük van. A szerzők levezetik az egyensúlyt abban az esetben, ha nincs jogi akadály a viszonteladói ár megkötésének, illetve két olyan esetben, amikor a viszonteladói ár rögzítése csupán a piac szereplőinek egy része számára engedélyezett. A jogi korlátozás az egyik vizsgált esetben a viszonteladói ár megkötését alkalmazó vállalatok együttes piaci részesedését felülről korlátozza, a másik esetben a versenyszabályok pusztán a domináns vállalat számára tiltja annak alkalmazását.

A szerzők azt találták, hogy ha a viszonteladói ár megkötése nem tiltott, ám az azt alkalmazó vállalatok együttes piaci részesedése korlátozott, akkor a kialakuló egyensúly jóléti szempontból kedvezőtlenebb, mint amikor a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata minden vállalat számára szabadon alkalmazható. Ha pedig csak a domináns vállalat számára tiltott a vertikális árrögzítés gyakorlása, az a jólétet tovább növelheti.

A viszonteladói ár megkötésének hatása az értékesítési szolgáltatások szintjére és a jólétre

Schulz (2006) modelljében egy jószágot egy monopolista gyártó zérus határköltség mellett termel, amit két kiskereskedő ad el a végső fogyasztóknak. A kiskereskedők vertikális korlátozás hiányában a viszonteladói árról (p_1, p_2) és az általuk nyújtott értékesítési szolgáltatás szintjéről (s_1, s_2) döntenek, az általuk érzékelt kereslettel megegyező mennyiséget vásárolnak a gyártótól és adnak el a fogyasztóknak. Az s_i szintű értékesítési szolgáltatás nyújtásának költsége $\frac{cs_i^2}{2}$. Az i -edik kiskereskedő a terméket a gyártó által megállapított w_i nagykereskedelmi áron és F_i fix díj mellett szerzi be.

Feltételezzük, hogy a fogyasztók vagy egy egységet vásárolnak a jószágból, vagy nem vásárolnak. A fogyasztók egy része *válogatós fogyasztó*. A válogatós fogyasztók differenciált terméknek érzékelik a terméket és megfontolják, hogy melyik kiskereskedőtől vásároljanak. A többi fogyasztó *spontán fogyasztó*. A spontán fogyasztók véletlenszerűen betérnek az egyik kiskereskedő üzletébe, majd ott döntenek arról, hogy vásárolnak-e vagy sem.

Meghatározzuk a kiskereskedők által érzékelt keresleti függvényt ezen a piacon. A válogatós fogyasztók preferenciarendezésének modellezéséhez tekintsük az alábbi Hotelling-modellt. Az üzletek az egységszakasz két végpontján helyezkednek el (az 1. üzlet a 0 pontban, a 2. üzlet pozíciója az 1 pont), a fogyasztók a szakasz mentén egyenletes eloszlásban találhatók. A válogatós fogyasztók hasznossága a választott üzlet árában csökkenő, a választott üzlet által nyújtott szolgáltatás szintjében növekvő és a választott üzletnek a fogyasztó pozíciójától mért távolságában csökkenő. Ha az egységszakasz α pontjában elhelyezkedő válogatós fogyasztó nettó fogyasztói többlete, ha a 0 pozícióban elhelyezkedő 1. üzletben vásárol

$$B + es_1 - p_1 - b\alpha,$$

míg ha az 1 pontban található 2. üzletben vesz a jószágból

$$B + es_2 - p_2 - b(1 - \alpha).$$

Feltételezzük, hogy a B paraméter elegendően nagy ahhoz, hogy a válogatók fogyasztók mindegyike vásároljon a jószágból. A válogatók fogyasztók száma feltevés szerint β , így a válogatók fogyasztók által az 1. kiskereskedő felé támasztott kereslet

$$\frac{\beta}{2} + \frac{e\beta}{2b}(s_1 - s_2) + \frac{\beta}{2b}(p_2 - p_1),$$

a válogatók fogyasztók kereslete a 2. kiskereskedő terméke iránt

$$\frac{\beta}{2} + \frac{e\beta}{2b}(s_2 - s_1) + \frac{\beta}{2b}(p_1 - p_2).$$

A spontán fogyasztók véletlenszerűen térnek be az egyik üzletbe, majd ott a viszonteladói ár és az értékesítési szolgáltatás tapasztalt szintje alapján eldöntik, hogy vásárolnak-e a jószágból. A másik üzletet akkor sem keresik fel, ha úgy döntenek, hogy nem vásárolnak a választott üzletben. Az i -edik kiskereskedőnél vásárló spontán fogyasztó hasznossága az üzlet által nyújtott értékesítési szolgáltatás szintjében növekvő, a viszonteladói árban csökkenő. A spontán fogyasztók rezervációs ára egyenletes eloszlású valamely $[0, A^*]$ intervallumon. Az A rezervációs árú fogyasztó nettó fogyasztói többlete, ha az i -edik kiskereskedőnél vásárol:

$$A + ls_i - p_i.$$

Feltételezzük, hogy a válogatók fogyasztók eloszlását jellemző A^* paraméter elegendően nagy ahhoz, hogy a spontán fogyasztók által az i -edik kiskereskedő terméke iránt támasztott kereslet éppen

$$A + ls_i - p_i$$

legyen.

Az i -edik kiskereskedő által érzékel kereslet a válogatós fogyasztók és a spontán fogyasztók által támasztott kereslet összege:

$$D_i(p_i, p_j, s_i, s_j) = A + ls_i - p_i + \frac{\beta}{2} + \frac{e\beta}{2b}(s_1 - s_2) + \frac{\beta}{2b}(p_2 - p_1) = a + (l + v)s_i - vs_j - (1 + d)p_i + dp_j$$

az $a = A + \frac{\beta}{2}$, $v = \frac{e\beta}{2b}$, $d = \frac{\beta}{2b}$ helyettesítéssel.

Az i -edik kiskereskedő profitja

$$\pi_i(p_i, p_j, s_i, s_j) = (p_i - w_i)D_i(p_i, p_j, s_i, s_j) - \frac{cs_i^2}{2} - F_i.$$

A gyártó profitja

$$\Pi = \sum_{i=1}^2 w_i D_i(p_i, p_j, s_i, s_j) + F_i.$$

További feltevés, hogy a paraméterekre teljesül a

$$c(1 + d) > (l + v) \max(l, v)$$

egyenlőtlenség, amely biztosítja, hogy a vállalatok profitfüggvényei a döntési változók konkáv függvényei legyenek, így az egyensúly keresésénél az elsőrendű feltételek elégségesek.

Megjegyezzük, hogy amennyiben minden fogyasztó spontán fogyasztó (azaz $\beta = 0$), akkor a kiskereskedők között nincs verseny, mindketten monopolistaként viselkednek. Ekkor a gyártó szempontjából a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata egyenértékű egy nemlineáris árazással.

Egyensúly vertikális korlátozás hiányában

A kiskereskedők a viszonteladói árat és az értékesítési szolgáltatás szintjét úgy választják meg, hogy a saját profitjuk maximális legyen. Az i -edik kiskereskedő profitja

$$\pi_i = (p_i - w_i)(a + (l + v)s_i - vs_j - (1 + d)p_i + dp_j) - \frac{cs_i^2}{2} - F_i.$$

Az elsőrendű feltételek

$$\begin{aligned}\frac{\partial \pi_i}{\partial p_i} &= a + (l + v)s_i - vs_j + (1 + d)w_i - 2(1 + d)p_i + dp_j = 0, \\ \frac{\partial \pi_i}{\partial s_i} &= (p_i - w_i)(l + v) - cs_i = 0,\end{aligned}$$

Szimmetrikus megoldást keresve

$$\begin{aligned}p_1 = p_2 = p(w) &= \frac{ac + ((1 + d)c - (l + v)l)q}{(2 + d)c - (l + v)l}, \\ s_1 = s_2 = s(w) &= \frac{(a - w)(l + v)}{(2 + d)c - (l + v)l}\end{aligned}$$

adódik.

A gyártó a szimmetrikus megoldásban egyforma nagykereskedelmi áron ad el a kiskereskedőknek. Megmutatható, hogy eddigi feltevéseink és a kiskereskedők imént levezetett reakciófüggvénye mellett a gyártó profitja a nagykereskedelmi ár konkáv függvénye, így optimumfeladatának megoldása során elegendő az elsőrendű feltételt figyelembe venni. A kiskereskedők reakciófüggvényeit a gyártó profitjába behelyettesítve majd a gyártó elsőrendű feltételét felírva a

$$w = \frac{a[(1 + d)cd + (l + v)(v - ld)]}{2(1 + d)^2c + (l + v)(v - l - 2ld)}.$$

Ezt a kiskereskedők reakciófüggvényeibe helyettesítve a

$$p_1 = p_2 = p_c = \frac{a[(1+d)^2c + (l+v)(v-l)]}{2(1+d)^2c + (l+v)(v-l-2ld)},$$
$$s_1 = s_2 = s_c = \frac{a(1+d)(l+v)}{2(1+d)^2c + (l+v)(v-l-2ld)}$$

egyensúlyi viszonteladói árak és értékesítési szolgáltatás-szintek adódnak.

Egyensúly a viszonteladói ár megkötése mellett

A gyártó a viszonteladói árat és a kiskereskedőktől kért fix díjat úgy választja meg, hogy a kiskereskedők legjobb válasza az értékesítési szolgáltatásoknak a gyártó számára optimális szintje legyen. Ezért első lépésként a gyártó számára optimális viszonteladói árat és szolgáltatásszintet határozzuk meg.

A gyártó olyan fix díjat kér a kiskereskedőktől, amely mellett profitjuk zérus. A szimmetrikus megoldásban a viszonteladói árak egyenlők, így a kiskereskedők által fizetett fix díj

$$F_i = (p - w_i)D_i(p_i, p_j, s_i, s_j) - \frac{cs_i^2}{2},$$

a gyártó profitja pedig

$$\Pi = p(2a + l(s_1 + s_2) - 2p) - c \frac{s_1^2 + s_2^2}{2}.$$

Az elsőrendű feltételek:

$$\frac{\partial \Pi}{\partial p} = 2a + l(s_1 + s_2) - 4p = 0,$$
$$\frac{\partial \Pi}{\partial s_i} = pl - cs_i = 0.$$

Az egyenletrendszer megoldása

$$p_{RPM} = \frac{ac}{2c - l^2},$$
$$s_{RPM} = \frac{al}{2c - l^2}.$$

A gyártó tehát olyan nagykereskedelmi árat választ, amely mellett a kiszámított viszonteladói áron értékesítő kiskereskedők számára optimális szolgáltatásszint éppen s_{RPM} . Az i -edik kiskereskedő profitja

$$\pi_i = (p_{RPM} - w_i)(a + ls_i - p + v(s_i - s_j)) - \frac{cs_i^2}{2} - F_i.$$

Az elsőrendű feltétel

$$\frac{\partial \pi_i}{\partial s_i} = (p_{RPM} - w_i)(l + v) - cs_i = 0,$$

így az i -edik kiskereskedő akkor választja az s_{RPM} szintű szolgáltatást, ha

$$w_i = p_{RPM} - \frac{cs_{RPM}}{l + v} = \frac{acv}{(2c - l^2)(l + v)}$$

nagykereskedelmi áron vásárol a gyártótól.

A viszonteladói ár megkötésének hatása az árakra és az értékesítési szolgáltatások szintjére

A kapott eredmények azt mutatják, hogy a kiskereskedelmi árak és az értékesítési szolgáltatások szintje általában különböző a viszonteladói ár megkötése mellett, illetve annak hiányában kialakuló egyensúlyban. A gyártó profitja nyilván legalább akkora az RPM alkalma-

zása esetén, mint anélkül, hiszen a viszonteladói ár megkötésekor lehetősége lenne a p_c viszonteladói árat választania.

Megmutatható, hogy a keresleti függvény paraméterei és a két egyensúlyban kialakuló kiskereskedelmi árak valamint szolgáltatásszintek között az alábbi kapcsolat áll fenn:

(1) ha $e < l$, akkor $p_{RPM} > p_c$ és $s_{RPM} > s_c$,

(2) ha $e > l$, akkor $p_{RPM} < p_c$ és $s_{RPM} < s_c$,

(3) ha $e = l$, akkor $p_{RPM} = p_c$ és $s_{RPM} = s_c$.

Az e paraméter a válogatós fogyasztók nettó többletének paramétere, míg az l paraméter a spontán fogyasztóké. Ha például $e > l$, akkor az értékesítési szolgáltatások szintjének marginális növekedése jobban növeli a válogatós fogyasztók többletét, mint a spontán fogyasztókét, ezért a szolgáltatás növekedésekor jobban növekszik a válogatós fogyasztók kereslete a spontán fogyasztókénál. A viszonteladói ár megkötésének hiányában ezért magasabb szolgáltatásszint mellett döntenek a kiskereskedők, mivel ekkor a többletszolgáltatás többletköltségét a kiskereskedelmi ár emelésével tudják fedezni.

A szerző megmutatja azt is, hogy a fogyasztók kereslete minden olyan esetben magasabb a viszonteladói ár megkötésekor, mint annak hiányában, amikor $e \neq l$.

A viszonteladói ár megkötésének hatása a fogyasztói többletre és a jólétre

A viszonteladói ár megkötésének jóléti következményei a modellben az alábbi módon foglalhatók össze:

(1) Ha $e = l$, akkor mindkét fogyasztói típus fogyasztói többlete megegyezik a viszonteladói ár megkötése esetén és annak hiányában.

(2) Ha $e \neq l$, akkor a spontán fogyasztók többlete mindig magasabb a viszonteladói ár megkötése mellett, mint annak hiányában.

(3) Ha $e \neq l$, akkor a válogatós fogyasztók többlete mindig alacsonyabb a viszonteladói

ár megkötése mellett, mint annak hiányában.

(4) Ha $e \approx l$ (és $e \neq l$), akkor az A paraméter elegendően magas értékei esetén a társadalmi jólét magasabb a viszonteladói ár megkötése esetén, mint vertikális árkorlátozás nélkül.

(5) Ha $e \approx l$ (és $e \neq l$), akkor a b paraméter elegendően magas értékei esetén a társadalmi jólét alacsonyabb a viszonteladói ár megkötése esetén, mint vertikális árkorlátozás nélkül.

A felsorolt eredmények formális bizonyítása megtalálható a cikkben, itt azok közgazdasági magyarázatának ismertetésére szorítkozunk. Korábban láttuk, hogy amennyiben teljesül az $e = l$ egyenlőség, akkor a kiskereskedelmi árak és a kiskereskedők által nyújtott szolgáltatások szintje a viszonteladói ár megkötése mellett megegyezik azzal, ami a vertikális korlátozás nélküli egyensúlyban alakul ki. Ezért ekkor mindkét fogyasztói típus többlete ugyanakkora RPM alkalmazása esetén, mint anélkül.

Vertikális árkorlátozás hiányában a kiskereskedők szabadabban tudják az értékesítési szolgáltatások szintjét a válogatós fogyasztók igényeihez igazítani. Az $e > l$ feltétel teljesülése azt jelenti, hogy a fogyasztó által választott kiskereskedés által nyújtott értékesítési szolgáltatást a válogatós fogyasztók többre értékelik, mint a spontán fogyasztók. Láttuk, hogy ekkor árkorlátozás hiányában a kiskereskedők magasabb szintű szolgáltatást nyújtanak és magasabb áron értékesítenek, mint RPM alkalmazása esetén. Ha viszont $e < l$ teljesül, akkor a válogatós fogyasztók kevesebbre értékelik az értékesítési szolgáltatások nyújtását, mint a spontán fogyasztók. Ebben az esetben a viszonteladói ár megkötésének hiányában a kiskereskedők kevesebb szolgáltatást nyújtanak és alacsonyabb áron kínálják eladásra terméküket, mint RPM mellett. Tehát ha a $e \neq l$, akkor a kiskereskedelmi ár megválasztásában nem korlátozott kiskereskedők – a viszonteladói ár megkötése mellett előálló egyensúlyhoz képest – jobban a válogatós fogyasztók igényeihez igazítják a szolgáltatások szintjét és a kiskereskedelmi árat, ezért az RPM melletti egyensúly a spontán fogyasztók számára kedvezőbb, a válogatós fogyasztók számára pedig kedvezőtlenebb. Ez magyarázza a (2) és (3) eredményt.

Az $e \neq l$ feltétel teljesülése esetén a profitok magasabbak a viszonteladói ár megkötése esetén, mint vertikális árkorlátozás hiányában, azonban a fogyasztói csoportokat ellentétes irányban érinti a viszonteladói ár rögzítése. Ha a válogatós fogyasztók számára a kiskereskedelmi ár gyártó általi rögzítése kedvezőbb, akkor a spontán fogyasztók számára hátrányos és

fordítva. Általánosan nem lehet megmondani, hogy az egyik fogyasztói csoport többletének változása nagyobb-e a másik fogyasztói csoport és a vállalatok többletváltozásánál. Azonban abban az esetben, ha az e és l paraméter ugyan nem egyenlő, de értékük elegendően közel van egymáshoz, a (4) és (5) állítások érvényesek.

A (4) állítás magyarázatához képzeljük el, hogy a spontán fogyasztók többletének A paramétere növekszik. Az A növekedésével a spontán fogyasztók fizetési hajlandósága, így többlete is növekszik. E fogyasztói csoport számára a viszonteladói ár megkötése kedvező, így az A paraméter elegendően magas értékei esetén a spontán fogyasztóknak RPM bevezetéséből származó előnye nagyobb, mint a válogatós fogyasztók által elszenvedett veszteség.

Végül az (5) állítás megértéséhez tekintsünk egy olyan helyzetet, amelyben a gyártó nem köti meg a viszonteladói árat. Ha az $e = l$ szintről növeljük az e paraméter értékét, akkor mind a kiskereskedelmi ár, mind a kiskereskedők által nyújtott értékesítési szolgáltatások szintje magasabb lesz, mint amekkora RPM mellett lenne. Megmutatható, hogy a válogatós fogyasztók keresleti függvényének b paraméterének növekedésével – mivel ez csökkenti a kereslet ár rugalmasságát és a keresletnek a szolgáltatás szintjére vonatkozó rugalmasságát is – a $p_c - p_{RPM}$ és az $s_c - s_{RPM}$ különbségek egyaránt növekszenek. Ezáltal a válogatós fogyasztók többletváltozása az RPM melletti egyensúlyról az RPM nélküli egyensúlyra való áttéréskor a b értékének növekedésével egyre nagyobb lesz. Ugyanakkor az RPM melletti egyensúlyról az RPM nélküli egyensúlyra való áttéréskor a spontán fogyasztók többlete lokálisan változatlan marad. Így a b paraméter elegendően magas értékei mellett az RPM nélküli eset (az RPM nélkülihez képest) a válogatós fogyasztók számára nagyobb mértékben kedvez, mint amennyire a többi szereplő számára hátrányos, így a társadalmi jólét RPM alkalmazása nélkül magasabb lesz, mint a viszonteladói ár megkötésekor.

Optimális vertikális árkorlátozás a kereslet bizonytalansága mellett

A teljes információs modell

Krishnan – Winter (2007) modelljében egy monopolista termelő két kiskereskedőn keresztül értékesíti termékét. A két kiskereskedő által eladott terméket a fogyasztók differenciált terméknek érzékelik: a kiskereskedők által érzékelt kereslet nemcsak a saját árától, hanem a másik kiskereskedő által kért ártól is függ. Egy fogyasztó preferenciái a két kiskereskedő által kínált javakra vonatkozó (r_1, r_2) rezervációs árakkal adott. A fogyasztók eloszlása a $k(r_1, r_2, \theta)$ sűrűségfüggvénnyel adott a valós számpárok halmazán, ahol θ egy valószínűségi változó.

Feltételezzük, hogy a fogyasztók az árakat illetően tökéletesen informáltak, így attól a kiskereskedőtől kívánnak vásárolni, amelyik termékének fogyasztásából származó nettó fogyasztói többletük nagyobb (amennyiben ez nemnegatív). Az 1. kiskereskedőtől vásárolni kívánó fogyasztók halmaza tehát

$$S_1(p_1, p_2, \theta) = \{(r_1, r_2) : r_1 - p_1 \geq r_2 - p_2 \text{ és } r_1 - p_1 \geq 0\}.$$

Hasonlóan határozható meg a 2. kiskereskedőtől vásárolni kívánó fogyasztók $S_2(p_1, p_2, \theta)$ halmaza. Ha egy kiskereskedőnél azt tapasztalja a fogyasztó, hogy annak készlete kifogyott, akkor megpróbálja a másik kiskereskedőnél beszerezni az árut, amennyiben a másik kiskereskedőnél való vásárlásból származó nettó fogyasztói többlete nem negatív. Azoknak a fogyasztóknak a halmaza, akik előnyben részesítik az 1. kiskereskedőnél történő vásárlást, ám amennyiben ott a termék nem beszerezhető, akkor a 2. kiskereskedőnél vásárolnak így

$$H_1(p_1, p_2, \theta) = \{(r_1, r_2) : r_1 - p_1 \geq r_2 - p_2 \geq 0\}.$$

Hasonlóan definálható a $H_2(p_1, p_2, \theta)$ halmaz.

Amennyiben az 1. kiskereskedő által tartott készlet nem elegendő az üzletében jelentkező kereslet kielégítésére, akkor az 1. kiskereskedő terméke felé irányuló kereslet

$$\lambda_1(p_1, p_2, \theta) = \frac{\int k(r_1, r_2, \theta) dr_1 dr_2}{\int_{S_1(p_1, p_2, \theta)} k(r_1, r_2, \theta) dr_1 dr_2}$$

hányada a 2. kiskereskedőnél jelenik meg. Hasonlóan értelmezhető $\lambda_2(p_1, p_2, \theta)$. A feltevés, hogy $\lambda_1(p_1, p_2, \theta)$ és $\lambda_2(p_1, p_2, \theta)$ nem függ a kereskedők által tartott y_1 és y_2 készletek nagyságától, azt tükrözi, hogy az 1. kiskereskedőtől vásárolni kívánó fogyasztók bármelyike egyenlő valószínűséggel tapasztalhatja, hogy az 1. kiskereskedőnél – annak elégtelen készlete miatt – nem tudja beszerezni a jószágot.

A játék lépései a következők:

1. A gyártó a w nagykereskedelmi árat és F fix díjat specifikáló szerződést ajánl a kiskereskedőknek.
2. Mindkét kiskereskedő megfigyeli a gyártó által felajánlott mindkét szerződést és szimultán módon döntenek arról, hogy elfogadják-e a nekik tett ajánlatot.
3. A két kiskereskedő – amennyiben szerződést kötöttek a gyártóval – szimultán módon dönt saját viszonteladói áráról és a gyártótól rendelt mennyiségről.
4. A szereplők megismerik a kereslet θ paraméterét.
5. A fogyasztók meghozzák a vásárlásra vonatkozó döntésüket, a szereplők megkapják profitjukat.

A vállalatok adott $(\mathbf{p}, \mathbf{y}) = (p_1, p_2, y_1, y_2)$ döntését és a θ paraméter megismerését követően az i -edik kiskereskedő felé mutató kereslet

$$D_i(\mathbf{p}, y_j, \theta) = \begin{cases} q_i(\mathbf{p}, \theta) + \lambda_j(\mathbf{p}, \theta)(q_j(\mathbf{p}, \theta) - y_j) & , \text{ ha } q_j(\mathbf{p}, \theta) - y_j \geq 0 \\ q_i(\mathbf{p}, \theta) & , \text{ ha } q_j(\mathbf{p}, \theta) - y_j < 0 \end{cases}$$

Az i -edik kiskereskedő által eladott mennyiség

$$t_i(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) = \min\{y_i, D_i(\mathbf{p}, y_j, \theta)\} = \begin{cases} y_i - (y_i - D_i(\mathbf{p}, y_j, \theta)) & , \text{ha } y_i - D_i(\mathbf{p}, y_j, \theta) \geq 0 \\ y_i & , \text{ha } y_i - D_i(\mathbf{p}, y_j, \theta) < 0 \end{cases}$$

Az 1. kiskereskedő által realizált profit

$$\pi_1(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) = p_1 t_1(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) - w y_1 - F,$$

a vertikális lánc együttes profitja pedig

$$\Pi(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) = p_1 t_1(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) - c y_1 + p_2 t_2(\mathbf{p}, \mathbf{y}, \theta) - c y_2.$$

Így az 1. kiskereskedő elsőrendű feltételei

$$\begin{aligned} \frac{\partial E\pi_1}{\partial p_1} &= \frac{\partial E\Pi}{\partial p_1} - p_2 \frac{\partial E t_2}{\partial p_1} = 0, \\ \frac{\partial E\pi_1}{\partial y_1} &= \frac{\partial E\Pi}{\partial y_1} - (w - c) - p_2 \frac{\partial E t_2}{\partial y_1} = 0. \end{aligned}$$

Az 1. kiskereskedő optimális viszonteladói ára (p_1) egy külső gazdasági hatás jelenléte miatt eltér a vertikális lánc számára optimális szinttől. Ez az extern hatás a másik kiskereskedő által eladott mennyiségre gyakorolt keresztárrugalmasságon keresztül érvényesül. Mivel a kiskereskedők viszonya horizontális, ez egy horizontális externália, amelynek következtében az 1. kiskereskedő által választott ár mellett a vertikális lánc p_1 szerint számított határprofitja pozitív, tehát az 1. viszonteladói ár kisebb a vertikális lánc számára optimális értéknél.

Az 1. kiskereskedő készlete a termékből két extern hatás következtében tér el a vertikális lánc számára optimális szinttől. Ez arra vezethető vissza, hogy az 1. kiskereskedő aktuális készletnagysága kétféle, a vertikális láncon belül ható externáliát okoz. A vertikális irányú külső gazdasági hatás abból fakad, hogy a kiskereskedő nem veszi figyelembe, hogy készletének egységnyi emelkedése a gyártó profitját ($w - c$) összeggel növeli. A horizontális externália oka, hogy a kiskereskedő nem érzékeli a marginális készletnövekedésének a ver-

senytárs kiskereskedő által eladott mennyiséget – és így a versenytárs profitját – csökkentő hatást. Az 1. kiskereskedő készletének horizontális és vertikális extern hatása ellentétes irányba torzítja a kiskereskedő döntését a vertikális lánc számára optimális szinthez képest. Mielőtt tovább vizsgálnánk, hogy a kiskereskedők vajon mely irányba térnek el a lánc számára optimális értéktől, tekintsük át, hogy milyen eszközökkel érheti el a gyártó, hogy a kiskereskedők a vertikális lánc számára optimális döntéseket hozzák.

A szerzők a vertikális korlátozások néhány kombinációjáról belátják, hogy alkalmasak arra, hogy a gyártó a vertikális lánc számára optimális ár- és készletdöntésre ösztönözze a kiskereskedőket. Az eredmények összefoglalásához vezessük be a következő jelöléseket. Tegyük fel, hogy a vertikális lánc szempontjából optimális viszonteladói árak kombinációja (p^*, p^*) , a vertikális lánc szempontjából optimális készleteket pedig (y^*, y^*) . Jelölje s^* annak a valószínűségét, hogy bármelyik kiskereskedő készlete kifogy a vertikális lánc számára optimális (p^*, p^*, y^*, y^*) ár-mennyiség kombináció mellett. Végül vezessük be rendre az $\varepsilon_p^t = d \ln Et_1 / d \ln p_1$ és a $\varepsilon_{pc}^t = d \ln Et_2 / d \ln p_1$ jelöléseket az eladott mennyiség saját- és keresztárrugalmasságára. Ezekkel a jelölésekkel a szerzőpáros eredményei a következőképpen foglalhatók össze:

(1) A vertikális lánc számára optimális (p^*, p^*, y^*, y^*) viszonteladói ár-készletmennyiség kombinációt a gyártó el tudja érni

(1a) a viszonteladói ár p^* szinten való megkötése, egy fix díj és $w^* = p^* s^*$ nagykereskedelmi ár kombinációjával,

(1b) a viszonteladói ár p^* szinten való megkötése, egy lineáris nagykereskedelmi ár és egy visszavásárlási ár kombinációjával,

(1c) a viszonteladói ár p^* szinten való megkötése, egy lineáris nagykereskedelmi ár és a jószág egységei után fizetett jogdíj (royalty) kikötésével,

(1d) a nagykereskedelmi ár, a bevétel utáni jogdíj (royalty) és a viszonteladói ár megkötésének kombinációjával.

(2) Amennyiben a kiskereskedők π_i profitfüggvényei a p_i áraknak és a y_i készletnagyságoknak kvázikonkáv függvényei, akkor a vertikális lánc számára optimális (p^*, p^*, y^*, y^*)

viszonteladói ár-készletmennyiség kombinációt a gyártó az imént felsorolt megoldásokon kívül az alábbi módokon is el tudja érni:

(2a) a p^* szinten megszabott árpadró, egy fix díj és $w^* = p^* s^*$ nagykereskedelmi ár kombinációjával,

(2b) egy w lineáris nagykereskedelmi ár, egy fix díj és a $b^* = -p^* \varepsilon_{pc}^t / \varepsilon_p^t$ visszavásárlási ár kombinációjával,

(2c) egy visszavásárlási ár, egy lineáris nagykereskedelmi ár és egy árplafon kombinációjával,

(2d) egy lineáris viszonteladási ár, egy fix díj és az eladások után fizetendő, jószágegységenkénti jogdíj (royalty) kombinációjával,

(2e) egy lineáris nagykereskedelmi ár, egy jószágegységenkénti jogdíj (royalty) és egy árplafon kombinációjával,

(2f) egy nagykereskedelmi ár, a bevétel utáni jogdíj (royalty) és árpadró kombinációjával.

Láttuk, hogy a kiskereskedők árválasztásának nincs vertikális irányú külső gazdasági hatása, ezért a kiskereskedők nem veszik figyelembe az árra vonatkozó döntésük egyetlen (horizontális) extern hatását, a vertikális lánc számára optimális értéknél alacsonyabb viszonteladói árat választanak. A p^* szinten megválasztott árpadró megakadályozza, hogy a kiskereskedők az optimálisnál kisebb viszonteladói árat válasszanak. A kiskereskedők készletnagyságszerinti határprofitja annál a készletnagyságnál egyenlő zérussal, amelynél a készlet kifogyásának valószínűsége megegyezik a nagykereskedelmi ár és a viszonteladói ár $\frac{w}{p}$ hányadosával. A p^* viszonteladói ár mellett a kiskereskedők készletnagyságra vonatkozó elsőrendű feltétele így a $w^* = p^* s^*$ nagykereskedelmi ár mellett éppen a vertikális lánc számára optimális készletnagyság mellett teljesül. A (2a) pontban leírt eszközrendszer ezért biztosítja a vertikális lánc számára optimális kimenetet.

A (2b) eszközkombinációban a visszavásárlás lehetősége megteremti a viszonteladói ár megválasztásának eredetileg hiányzó vertikális irányú extern hatását. A kiskereskedő ezt az extern hatást sem veszi figyelembe, akárcsak a korábban leírt horizontális külső gazdasági hatást. Azonban a kétféle externális hatás figyelembe nem vétele ellentétes irányba torzítja a kiskereskedő döntését a társadalmilag optimálisához képest, így a nagykereskedelmi ár és a

visszavásárlási ár alkalmas megválasztásával elérhető, hogy a kiskereskedők ár- és készletválasztása egyaránt a vertikális lánc számára optimális legyen.

A (2e) és (2f) eszközrendszert összevetve észrevehető, hogy míg a jószágegységenkénti jogdíjat árplafonnal, addig a bevétel utáni jogdíjat árpaddalóval együtt kell alkalmazni. A szerzők rámutatnak, hogy e jelenség oka abban rejlik, hogy a jószágegységenkénti jogdíj alkalmas arra, hogy a viszonteladói ár megválasztásának vertikális extern hatást biztosítson, míg a bevétel után kért jogdíj erre nem képes, így a bevétel után felszámított jogdíj esetén a viszonteladói ár megválasztásának egyetlen (horizontális jellegű) külső gazdasági hatását figyelembe nem vevő kiskereskedők a vertikális lánc számára optimálisnál alacsonyabb fogyasztói ár választására éreznek hajlandóságot. Ezt akadályozza meg a megfelelő szinten megválasztott árpaddó.

Az aszimmetrikus információs modell

A leírt modell alábbi változatában a szerzőpáros feltételezi, hogy a gyártó és a kiskereskedők informáltsága a piaci keresletet illetően aszimmetrikus: habár egyikük sem ismeri pontosan a piaci keresletet, a kiskereskedők jobban informáltak, mint a gyártó.

Az asszimmetrikus információs helyzet modellezéséhez a szerzők feltételezik, hogy a keresleti függvény két paramétere közül az egyiket a kiskereskedők megfigyelik a gyártóval történő szerződéskötés előtt, míg a gyártó számára mindkét paraméter adott eloszlású valószínűségi változó. A gyártó egy vegye-vigye ajánlatot tesz a kiskereskedőknek, amit azok vagy elfogadnak, vagy elutasítanak, majd elfogadás után meghozzák döntésüket a szerződés által meghatározott korlátok figyelembevételével.

Tegyük fel, hogy az i -edik kiskereskedő terméke iránti piaci kereslet az $\alpha q_i(p_1, p_2, \theta)$ függvénnyel adott, ahol α és θ adott, független eloszlású valószínűségi változók. Feltesszük, hogy az α valószínűségi változó realizációját a kiskereskedők meg tudják figyelni, de a gyártó nem. Ezt követően tesz a gyártó ajánlatot a kiskereskedőknek.

(3) Amennyiben a kiskereskedők π_i kifizetése az α bármely értéke esetén kvázikonkáv a (p_i, y_i) stratégiákban, akkor a gyártó az eszközök alábbi együtteseivel tudja elérni, hogy a kiskereskedők döntése a vertikális lánc számára optimális viszonteladói ár és készletmennyiség legyen:

(3a) egy visszavásárlási ár, egy lineáris nagykereskedelmi ár és egy árplafon,

(3b) egy lineáris nagykereskedelmi ár, egy jószágegységenkénti jogdíj (royalty) és egy árplafon kombinációjával.

A szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy e két kombináció a modell szimmetrikus információs változatában is működik, azonban abban az esetben számos olyan megoldási lehetőséget is találtak, amelyek az aszimmetrikus információs helyzetben nem alkalmazható. Ilyenek a bevétel nagyságához kötött jogdíj, a fix díj, a készlet nagysága. Ezekre vonatkozó szerződéses megállapodás megkötését (és méginkább betartatását) a nagyságukat befolyásoló tényleges piaci kereslettel kapcsolatos aszimmetrikus informáltság akadályozza meg. Mivel az árpaplót minden esetben ezek valamelyikével szükséges kombinálni, a szerzők nem adnak az árpaplót alkalmazó megoldást a gyártó problémájára az aszimmetrikus információs esetben.

A kiskereskedők összejátszásának megakadályozása árpadló előírásával

Bakó (2010) tanulmányában bemutatott modellek alapjául a vertikális lánc hagyományos modelljeinek egyik változata szolgál, melyben a kereskedők Bertrand-oligopolistaként viselkednek és zérus profitot realizálnak, így a kettős árrés problémája fel sem merül. A szerző oly módon módosítja a modellt, hogy a kiskereskedők végtelenszer ismételt Bertrand-játékot játszanak, ami – a diszkonttényező bizonyos értékei mellett – lehetővé teszi, hogy a kereskedők egyensúlyban kartell-árat válasszanak, így a termelő vállalat a kettős árrés problémájával néz szembe. A szerző modelljeiben az árpadló olyan eszköz a termelő vállalat kezében, amellyel csökkenteni tudja a kereskedők által játszott végtelenszer ismételt játék egyensúlyainak számát.

A modell homogén termék esetén

Egy jószágot egyetlen gyártó termel állandó c határkölség mellett és véges sok Bertrand-oligopolista kiskereskedő értékesít a végső fogyasztóknak. A kiskereskedők száma n , egyetlen költségük a termék nagykereskedelmi ára. A fogyasztók tökéletesen informáltak az árakat illetően, így csak a legalacsonyabb árat felszámító kiskereskedőktől vásárolnak. A termék iránti piaci keresleti függvény lineáris, a

$$D(p) = a - bp$$

képlettel adott, ahol $p = \min\{p_1, p_2, \dots, p_n\}$. Feltesszük, hogy amennyiben több kiskereskedő kéri a legalacsonyabb árat, közöttük a piaci kereslet egyenlően oszlik meg.

A modell lépései a következők:

1. Elsőként a termék gyártója dönt a nagykereskedelmi árról, valamint arról, hogy alkalmaz-e árpadlót.
2. A kiskereskedők megfigyelik a gyártó döntéseit, döntenek a megrendelt mennyiségről

és végtelenszer ismételt Bertrand-játékot játszanak.

A modell feltevése szerint a szereplők a profitfolyamuk jelenértékét maximalizálják, valamennyiük diszkonttényezője egyforma ($\delta \in (0,1)$).

Amennyiben a gyártó nem alkalmaz árpádlót, a kiskereskedők végtelenszer ismételt Bertrand-játékának számos részjáték-tökéletes egyensúlya van. Az egyszeri lejátszás megoldásában a kiskereskedők a nagykereskedelmi áron kínálják eladásra a terméket. A végtelenszer ismételt Bertrand-játék egyik részjáték tökéletes egyensúlyát kapjuk, ha a játékosok minden lejátszásban az egyszeri lejátszás egyensúlyának megfelelő stratégiát játsszák. Tehát a kiskereskedők végtelenszer ismételt Bertrand-játékának egyik részjáték tökéletes egyensúlyában a kiskereskedők minden lépésben a nagykereskedelmi áron kínálják a terméket.

Megadható annak a feltétele, hogy a végtelenszer ismételt Bertrand-játéknak részjáték tökéletes egyensúlyát adja, ha a kiskereskedők között hallgatólagos összejátszás alakul ki és valamennyien monopoláron kínálják a terméket. Amennyiben a gyártó által alkalmazott nagykereskedelmi ár w , az említett monopolár

$$p_m = \frac{a + bw}{2b}$$

lesz. Annak feltétele, hogy a minden periódusban való hallgatólagos összejátszás a végtelenszer ismételt játék részjáték tökéletes egyensúlya legyen, az ismételt játékok elméletéből one deviation property-két ismert feltételből határozható meg:

$$\frac{(a - bw)^2}{4bn(1 - \delta)} > (1 + \delta + \delta^2 + \dots + \delta^{t-1}) \frac{(a - bw)^2}{4bn} + \delta^t \frac{(a - bw)^2}{4b} + (\delta^{t+1} + \delta^{t+2} + \dots) \cdot 0.$$

A fenti egyenlőtlenség bal oldalán egy kiskereskedő profitfolyamának diszkontált jelenértéke szerepel a hallgatólagos összejátszás mellett. Az egyenlőtlenség bal oldalán a kiskereskedő profitfolyamának jelenértéke látható abban az esetben, ha az első $(t - 1)$ számú lépésben minden kiskereskedő a hallgatólagos összejátszásnak megfelelő stratégiát játssza, a t -edik

lépésben a vizsgált kiskereskedő ettől egyoldalúan eltér, majd a játékosok áttérnek a nagykereskedelmi áron történő árazásra. A fenti egyenlőtlenséget átrendezve a

$$\delta > \frac{n-1}{n}$$

feltétel adódik. Amennyiben tehát a diszkonttényező elegendően nagy, a hallgatólagos összejátszás a végtelenszer ismételt Bertrand-játék részjáték tökéletes egyensúlya. Mivel a hallgatólagos összejátszás Pareto-dominálja a minden periódusban nagykereskedelmi áron történő eladást eredményező egyensúlyt, egyúttal a végtelenszer ismételt játék megoldása lesz.

A diszkonttényező elegendően magas értékei ($\delta > \frac{n-1}{n}$) esetén tehát a kiskereskedők a

$$p_m = \frac{a + bw}{2b}$$

monopoláron adják el a terméket, így a gyártó olyan w nagykereskedelmi árat választ, amely maximalizálja a profitfolyamának

$$\frac{(a - bw)(w - c)}{2(1 - \delta)}$$

jelenértékét, így a

$$w = \frac{a + bc}{2b}$$

nagykereskedelmi árat választja és a végeredmény a kettős árréshatás jóléti következményeivel terhelt lesz.

A monopolista gyártónak a kettős árréshatás következményeit elkerülheti, ha olyan akciót

hajt végre, amelynek következtében többé nem lesz egyensúlyi a hallgatólagos összejátszás a kiskereskedők végtelenszer ismételt Bertrand-játékában. Erre nyújt lehetőséget a minimumár megkötése azáltal, hogy megnöveli a hallgatólagos összejátszástól való eltérést követő periódusokban realizált profitot. Amennyiben ez a profitnövekmény elegendően nagy, a hallgatólagos összejátszás nem elégíti ki a „one deviation property”-t, így a végtelenszer ismételt játéknak nem lesz részjáték tökéletes egyensúlya. Tehát a kiskereskedők közötti hallgatólagos összejátszást megakadályozó minimumárra (p_f) teljesül az alábbi egyenlőtlenség:

$$\frac{(a-bw)^2}{4bn(1-\delta)} \leq (1+\delta+\delta^2+\dots+\delta^{t-1})\frac{(a-bw)^2}{4bn} + \delta^t \frac{(a-bw)^2}{4b} + \frac{\delta}{1-\delta} \frac{(p_f-w)(a-bp_f)}{n}.$$

Amennyiben tehát a diszkonttényező elegendően magas ($\delta > \frac{n-1}{n}$), akkor a gyártó olyan árpadrót választ, amely a kiskereskedők összejátszását megakadályozza, egyúttal a gyártó számára maximális profitot biztosít. A gyártó optimumfeladata tehát

$$\max_{w, p_f} (w-c)(a-bp_f)$$
$$\frac{(a-bw)^2}{4bn(1-\delta)} \leq (1+\delta+\delta^2+\dots+\delta^{t-1})\frac{(a-bw)^2}{4bn} + \delta^t \frac{(a-bw)^2}{4b} + \frac{\delta}{1-\delta} \frac{(p_f-w)(a-bp_f)}{n}$$

A feladat megoldása

$$w = \frac{a+bc}{2b},$$
$$p_f = \frac{3ab+b^2c-(a+bc)\sqrt{\delta(1-\delta)(n-1)}}{4\delta b}.$$

Ilyen nagykereskedelmi ár és árpadró esetén a kiskereskedők a szimmetrikus egyensúlyban az árpadróval megegyező viszonteladói ár mellett adnak el, a gyártó és a kiskereskedők profitja rendre

$$\pi_m = \frac{(a-bc)^2}{8b\delta} \frac{\delta + \sqrt{\delta(1-\delta)(n-1)}}{1-\delta},$$
$$\pi_i = \frac{(a-bc)^2}{16nb\delta} \frac{1-n(1-\delta)}{1-\delta}.$$

Hangsúlyozzuk, hogy a fenti árpádló választására csupán abban az esetben van szükség, ha a diszkonttényező magas ($\delta > \frac{n-1}{n}$), más esetekben a kiskereskedők közötti hallgatólagos összejárás nem életképes, a $w = \frac{a+bc}{2b}$ nagykereskedelmi árral megegyező áron értékesítenek.

Differenciált termékek

A differenciált termékek piacát leíró modellváltozatban a szerző azzal az egyszerűsítő feltevéssel él, hogy a kiskereskedők száma kettő. A fogyasztók a kiskereskedők által eladásra kínált termékeket nem tökéletes helyettesítőknek érzékelik, így a differenciált terméket kínáló i -edik kiskereskedő által érzékelt lineáris piaci keresleti függvény az alábbi módon adott:

$$D_i(p_i, p_j) = a - bp_i + dp_j \quad i, j = 1, 2, i \neq j.$$

A keresleti paraméterekre vonatkozó feltevések a szokásosak: $a > 0$, $b > d > 0$.

Ha a kiskereskedők között nem tud hallgatólagos összejárás kialakulni, akkor vertikális korlátozás hiányában a differenciált termékes Bertrand-áron értékesítik terméküket. Optimumfeladatuk:

$$\max_{p_i} (p_i - w)(a - bp_i + dp_j) \quad i, j = 1, 2, i \neq j,$$

ennek megoldása

$$p_1 = p_2 = \frac{a + bw}{2b - d}.$$

A gyártó optimumfeladata ekkor

$$\max \frac{1}{1-\delta} (w-c) 2b \frac{a-(b-d)w}{2b-d},$$

melynek megoldásával adódnak a

$$\begin{aligned} w &= \frac{a+(b-d)c}{2(b-d)}, \\ p_1 = p_2 &= \frac{a(3b-2d)+b(b-d)c}{2(b-d)(2b-d)}, \\ \pi_m &= \frac{1}{1-\delta} b \frac{(a-(b-d)c)^2}{2(2b-d)(b-d)}, \\ \pi_1 = \pi_2 &= \frac{1}{1-\delta} b \frac{(a-(b-d)c)^2}{4(2b-d)^2} \end{aligned}$$

egyensúlyi árak és profitszintek.

Elegendően magas diszkonttényező esetén a kiskereskedők hallgatólagos összejártsága megvalósítható. A kiskereskedők közötti hallgatólagos összejártság esetén a kiskereskedők p^m monopoláron adják el a terméküket, így a gyártó és a kiskereskedők profitja rendre

$$\begin{aligned} \pi_m &= \frac{1}{1-\delta} \frac{(a-(b-d)c)^2}{4(b-d)}, \\ \pi_1 = \pi_2 &= \frac{1}{1-\delta} \frac{(a-(b-d)c)^2}{16(b-d)}. \end{aligned}$$

A kiskereskedők hallgatólagos összejártsága akkor egyensúlyi, ha attól egyiküknek sem éri meg egyoldalúan eltérni, ami a "one deviation property" alkalmazásával a

$$\frac{1}{1-\delta} \frac{(a-(b-d)c)^2}{16(b-d)} > \frac{(2b-d)^2(a-(b-d)c)^2}{64b(b-d)^2} + \frac{\delta}{1-\delta} b \frac{(a-(b-d)c)^2}{4(2b-d)^2}$$

feltétel teljesülésével egyenértékű. Átrendezés után az adódik, hogy a kiskereskedők közötti hallgatólagos összejátszás akkor egyensúlyi, ha

$$\delta > \frac{4b^2 - 4bd + d^2}{8b^2 - 8bd + d^2}.$$

A gyártó által kikötött p_f árpaddó akkor akadályozza meg a kiskereskedők közötti hallgatólagos összejátszást, ha az attól való egyoldalú eltéréssel elérhető kifizetést a kellő mértékben megnöveli. Ez azt jelenti, hogy létezik olyan p ár, amelyre

$$\frac{1}{1-\delta}(p^m - w)(a - bp^m + dp^m) \leq (p - w)(a - bp + dp^m) + \frac{\delta}{1-\delta}(p_f - w)(a - bp_f + dp_f).$$

Ezért a gyártó olyan, az iménti egyenlőtlenséget kielégítő árpaddót és nagykereskedelmi árat választ, amely saját profitját maximalizálja, azaz az alábbi feltételes szélsőértékszámítási feladatnak megoldása:

$$\max_{w, p_f} 2(w - c)(a - bp_f + dp_f)$$

$$\frac{1}{1-\delta}(p^m - w)(a - bp^m + dp^m) \leq (p - w)(a - bp + dp^m) + \frac{\delta}{1-\delta}(p_f - w)(a - bp_f + dp_f).$$

A feladat megoldása

$$w = \frac{a + (b - d)c}{2(b - d)},$$
$$p_f = \frac{2\delta b(3a + (b - d)c)(b - d) - d(a - (b - d)c)\sqrt{\delta(1 - \delta)b(b - d)}}{8\delta b(b - d)^2},$$

az egyensúlyban a kiskereskedők az árpaddóval megegyező viszonteladói árat választanak, a profitok pedig

$$\pi_m = \frac{1}{1-\delta} \frac{(a-(b-d)c)^2 (2\delta b(b-d) + d\sqrt{\delta(1-\delta)b(b-d)})}{8\delta b(b-d)^2},$$
$$\pi_1 = \pi_2 = \frac{1}{1-\delta} \frac{(a-(b-d)c)^2 (4\delta b(b-d) - (1-\delta)d^2)}{64\delta b(b-d)^2}.$$

Könnyen megmutatható, hogy a gyártó számára mindig kedvezőbb az árpadló alkalmazásával kialakuló egyensúly. Így akár homogén, akár differenciált terméket értékesítenek a kiskereskedők, a monopol gyártónak érdekében áll a minimális viszonteladói ár megkötésével érdektelenné tennie az oligopolista kiskereskedőket az összejátszásban.

A viszonteladói ár rögzítése révén stabilizált horizontális kartell

Rey–Verge (2004b) modelljében két gyártó (A és B) terméke egymás közeli helyettesítője. A gyártók termékeit két differenciált kiskereskedő (1 és 2) keresztül adja el a végső fogyasztóknak. A fogyasztók így négy jószágot érzékelnek a piacon, amelyek egymás közeli helyettesítői: A_1 , A_2 , B_1 , B_2 . Feltesszük, hogy a négy jószág keresleti függvénye szimmetrikus, azaz

$$D_{ij}(\mathbf{p}) = D(p_{ij}, p_{hj}, p_{ik}, p_{hk}), \quad \forall i \neq h \in \{A, B\}, \quad \forall j \neq k \in \{1, 2\},$$

ahol D folytonosan differenciálható, valamint teljesülnek a

$$\frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{ij}} < 0, \quad \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{hj}} > 0, \quad \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{ik}} > 0, \quad \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{hk}} > 0, \quad \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{ij}} + \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{hj}} + \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{ik}} + \frac{\partial D_{ij}}{\partial p_{hk}} < 0$$

feltételek, azaz egy jószág kereslete csökkenő függvénye a saját árának, növekvő függvénye a többi javak árainak és a saját ár változásának hatása dominál.

Feltételezzük, hogy a gyártók állandó és egyenlő c határkölség mellett termelnek és hogy a kiskereskedők γ határkölsége állandó és egyenlő. A gyártók és a kiskereskedők fúzióját követő monopolium profitját a következő módon jelöljük:

$$\Pi^M(\mathbf{p}) = \sum_{\substack{i=A,B \\ j=1,2}} (p_{ij} - c - \gamma) D_{ij}(\mathbf{p}),$$

melyről feltételezzük, hogy a \mathbf{p} árvektor konkáv függvénye és maximumát a $\mathbf{p}^M = (p^M, p^M, p^M, p^M)$ szimmetrikus árak mellett éri el.

Legegyszerűbb modell

A legegyszerűbb esetben feltételezzük, hogy egyik gyártó sem tudja elérni, hogy a kiskereskedők valamelyike kizárólag az általa gyártott terméket árulja. A modell elemzését követően további életszerűbb modellváltozatokat adunk, amelyek esetében a következtetések megegyeznek a legegyszerűsített változat eredményeivel.

Tekintsük tehát az alábbi lépésekkel megadott játékot:

1. Mindkét gyártó mindkét kiskereskedőnek egy (w_{ij}, F_{ij}) kétrészes árképzést és amennyiben engedélyezett p_{ij} kiskereskedelmi árat tartalmazó szerződést ajánl szimultán és minden szereplő által megfigyelhető módon.
2. A kiskereskedők szimultán módon mindkét számukra felajánlott szerződésről eldöntik, hogy elfogadják-e.
3. Ha mindkét kiskereskedő mindkét gyártóval szerződést kötött, akkor a kiskereskedők szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árakról (figyelembe véve a gyártókkal kötött szerződések előírásait), majd a piaci kereslettel megegyező mennyiséget szereznek be a gyártóktól és értékesítenek a végső fogyasztóknak. Amennyiben valamelyik kiskereskedő visszautasította valamelyik gyártó ajánlatát, akkor egyik jószágból sem adnak el a piacon és minden vállalat profitja zérus.

Egyensúly a viszonteladói ár megkötésének tilalma mellett

A játék részjáték tökéletes egyensúlyát visszagöngyölítéssel keressük meg.

Ha mindkét kiskereskedő mindkét gyártó ajánlatát elfogadta, akkor a j -edik kiskereskedő optimum feladata:

$$\max_{p_{Aj}, p_{Bj}} \sum_{i=A,B} (p_{ij} - w_{ij} - \gamma) D_{ij} - F_{ij}.$$

Feltételezzük, hogy a kiskereskedők játékának a nagykereskedelmi árak bármely

$\mathbf{w} = (w_{A1}, w_{B1}, w_{A2}, w_{B2})$ együttese esetén egyetlen $\mathbf{p}^r(\mathbf{w}) = (p_{A1}^r(\mathbf{w}), p_{B1}^r(\mathbf{w}), p_{A2}^r(\mathbf{w}), p_{B2}^r(\mathbf{w}))$ egyensúlya létezik, amely mellett az egyes javak kereslete $D_{ij}^r(\mathbf{w}) = D_{ij}(\mathbf{p}^r(\mathbf{w}))$.

A gyártók az első lépésben olyan, a saját profitjukat maximalizáló szerződéseket ajánlanak, amelyeket a kiskereskedők elfogadnak, tehát a gyártók optimum feladatának megoldása kielégíti a kiskereskedők részvételi korlátját. Az i -edik gyártó optimum feladata tehát:

$$\begin{aligned} \max_{w_{i1}, w_{i2}, F_{i1}, F_{i2}} & (w_{i1} - c)D_{i1}^r(\mathbf{w}) + F_{i1} + (w_{i2} - c)D_{i2}^r(\mathbf{w}) + F_{i2} \\ & (p_{i1}^r(\mathbf{w}) - w_{i1} - \gamma)D_{i1}^r(\mathbf{w}) - F_{i1} + (p_{h1}^r(\mathbf{w}) - w_{h1} - \gamma)D_{h1}^r(\mathbf{w}) - F_{h1} \geq 0 \\ & (p_{i2}^r(\mathbf{w}) - w_{i2} - \gamma)D_{i2}^r(\mathbf{w}) - F_{i2} + (p_{h2}^r(\mathbf{w}) - w_{h2} - \gamma)D_{h2}^r(\mathbf{w}) - F_{h2} \geq 0. \end{aligned}$$

Megmutatható, hogy az egyensúlyban a részvételi korlátok effektívek, így a fenti optimum feladattal egyenértékű az alábbi:

$$\max_{w_{i1}, w_{i2}} \sum_{j=1,2} (p_{ij}^r(\mathbf{w}) - c - \gamma)D_{ij}^r(\mathbf{w}) + (p_{hj}^r(\mathbf{w}) - w_{hj} - \gamma)D_{hj}^r(\mathbf{w}), \quad h \neq i \in \{A, B\}.$$

E feltétel nélküli optimum feladat az tükrözi, hogy a gyártók számára belsővé válik a (nagykereskedelmi árra vonatkozó) döntésük hatása

- (1) a saját termékük esetében a teljes vertikális lánc profitjára,
- (2) a másik gyártó terméke esetében a kiskereskedők profitjára tett hatása.

Az egyetlen külső gazdasági hatás tehát a másik gyártó által elért profit alakulására vonatkozik.

A szerzők a részjáték tökéletes egyensúlyról bebizonyítják az alábbiakat.

Állítás:

Tételezzük fel, hogy

(1) ha a gyártók nem alkalmaznak árdiszkriminációt (azaz $w_{i1} = w_{i2} = w_i$, $i = A, B$), akkor a kiskereskedők játékának egyensúlyában a két kiskereskedő ugyanakkora áron kínálja ugyanazt a terméket, azaz $p_{i1}^r = p_{i2}^r = \tilde{p}(w_i, w_h)$ ($i \neq h = A, B$) teljesül, így a két kiskereskedőnél ugyanakkora kereslet mutatkozik ugyanazon gyártó terméke iránt:

$$D'_{i1} = D'_{i2} = \tilde{D}(w_i, w_h),$$

(2) ha mindkét nagykereskedelmi ár növekszik, akkor a kiskereskedelmi árak is növekednek, azaz $\frac{\partial \tilde{p}}{\partial w_A} + \frac{\partial \tilde{p}}{\partial w_B} > 0$,

(3) ha az egyik gyártó emeli a nagykereskedelmi árat, akkor saját termékének kereslete csökken, a másik gyártó termékének kereslete pedig növekszik, azaz $\frac{\partial D'_j}{\partial w_i} < 0 < \frac{\partial D'_j}{\partial w_h}$ ($i \neq h = A, B, j = 1, 2$).

Ekkor bármely $w_{ij} = w^e$, $p_{ij} = p^e$ szimmetrikus egyensúlyban a kiskereskedők profitja zérus és

$$c < w^e < p^e < p^M. \square$$

Az állítás feltételei például akkor teljesülnek, ha a viszonteladói árak stratégiai kiegészítők és a direkt hatások dominálják az indirekt hatásokat.

Egyensúly a viszonteladói ár megkötésének lehetősége esetén

A viszonteladói ár megkötése esetén a kiskereskedők nincsenek döntési helyzetben: a gyártók által megszabott ár mellett a fogyasztók által keresett mennyiséget adják el.

A gyártók olyan, a saját profitjukat maximalizáló szerződéseket ajánlanak, amelyeket a kiskereskedők elfogadnak, tehát a gyártók optimumfeladatának megoldása kielégíti a kiskereskedők részvételi korlátját. Az i -edik gyártó optimumfeladata így:

$$\begin{aligned} \max_{w_{i1}, w_{i2}, F_{i1}, F_{i2}, p_{i1}, p_{i2}} & (w_{i1} - c)D_{i1}(\mathbf{p}) + F_{i1} + (w_{i2} - c)D_{i2}(\mathbf{p}) + F_{i2} \\ & (p_{i1} - w_{i1} - \gamma)D_{i1}(\mathbf{p}) - F_{i1} + (p_{h1} - w_{h1} - \gamma)D'_{h1}(\mathbf{p}) - F_{h1} \geq 0 \\ & (p_{i2} - w_{i2} - \gamma)D_{i2}(\mathbf{p}) - F_{i2} + (p_{h2} - w_{h2} - \gamma)D'_{h2}(\mathbf{p}) - F_{h2} \geq 0. \end{aligned}$$

Megmutatható, hogy az egyensúlyban a részvételi korlátok effektívek, így a fenti optimumfeladattal egyenértékű az alábbi:

$$\max_{p_{i1}, p_{i2}} \sum_{j=1,2} (p_{ij} - c - \gamma) D_{ij}(\mathbf{p}) + (p_{hj} - w_{hj} - \gamma) D_{hj}(\mathbf{p}), \quad h \neq i \in \{A, B\}.$$

E feltétel nélküli optimum feladat az tükrözi, hogy a gyártók számára belsővé válik a (nagykereskedelmi árra vonatkozó) döntésük hatása

- (1) a saját termékük esetében a teljes vertikális lánc profitjára,
- (2) a másik gyártó terméke esetében a kiskereskedők profitjára tett hatása.

Az egyetlen külső gazdasági hatás tehát a másik gyártó által elért profit alakulására vonatkozik.

Mivel a gyártók a piaci kereslet nagyságát a viszonteladói ár megválasztásán keresztül, míg a kiskereskedők profitját a fix díjon keresztül kontrollálják, a nagykereskedelmi ár megválasztása nincs hatással a vállalatok profitjára. Ezért minden nagykereskedelmi árból álló együtteshez létezik egyensúly, tehát az egyensúlyok száma kontinuum.

A játék szimmetrikus egyensúlyainak tulajdonságairól szól az alábbi állítás.

Állítás:

Ha a nagykereskedők ajánlhatnak a viszonteladói árat megkötő szerződéseket, akkor

(1) létezik egy szimmetrikus részjáték tökéletes egyensúly, amelyben a nagykereskedelmi árak megegyeznek a termelés határkölségével ($w = c$), a kiskereskedők a monopol-áron kínálják a termékeket ($p = p^M$), a kiskereskedők profitja zérus és mindkét gyártó a monopolista profit felét realizálja,

(2) ha teljesül, hogy

(2a) $w_{h1} = w_{h2} = w_h$ és $p_{h1} = p_{h2} = p_h$ esetén az i -edik gyártó profitjának egyetlen maximumhelye van, a $\hat{p}_{i1} = \hat{p}_{i2} = \hat{p}(p_h, w_h)$ szimmetrikus kiskereskedelmi árnál,

(2b) az imént definiált $\hat{p}(p, w)$ függvényre teljesül $0 < \frac{\partial \hat{p}}{\partial p} < 1$ és bármely w esetén a $p \mapsto \hat{p}(p, w)$ hozzárendeléssel definiált függvénynek egyértelműen létezik fixpontja,

akkor létezik olyan $p^*(w)$ csökkenő függvény, amelyre igaz, hogy bármely w^* esetén létezik a játéknak olyan szimmetrikus részjáték tökéletes egyensúlya, amelyben a nagykereskedelmi árak w^* -gal egyenlők, a kiskereskedők profitja zérus és a kiskereskedelmi árak

$p^*(w^*)$ -gal egyenlők. □

Megmutatható, hogy az egyensúlyi kimenetben a fogyasztók által fizetett ár nem változik, ha módosul a gyártók és a kiskereskedők alkupozíciója. Amennyiben ugyanis nem a gyártók tesznek vegye-vigye ajánlatot a kiskereskedőknek, hanem a kiskereskedők tesznek vegye-vigye ajánlatot a gyártóknak, akkor a szimmetrikus egyensúly egyedül abban különbözik a fenti állításban leírttól, hogy a gyártók profitja lesz zérus és a kiskereskedők osztoznak egyenlően a monopolprofiton. Belátható az is, hogy a kimenet a fogyasztók számára akkor sem változik, ha a gyártók és a kiskereskedők között kiegyenlítettebb az alkupozíció, ekkor ugyanis az egyetlen változás az lesz, hogy a négy vállalat (a két gyártó és a két kiskereskedő) osztozik ugyanazon a monopolista profiton.

Tehát a játéknak kontinuum szimmetrikus egyensúlya van, és az egyik ilyen egyensúlyról a másikra történő áttéréskor a kiskereskedelmi árak a nagykereskedelmi árakkal ellentétes irányba változnak. A kiskereskedelmi árak megegyeznek a monopolárral, ha a nagykereskedelmi árak a termelés határkölségével egyenlők. Ezt a gyártók nemcsak a viszonteladói ár meghatározásával, hanem egy árpaddó előírásával is el tudnák érni. Ugyanakkor az árplafon alkalmazásával nem tudnák elérni a monopolista profitot. Tehát míg az árpaddó vagy a viszonteladói ár megkötése alkalmas a gyártók közötti kartell egyensúlyivá tételére, az árplafon ezt nem teszi lehetővé, ami indokolhatja, hogy a versenyhatóságok szigorúbban ítélik meg a viszonteladói ár megkötését vagy az árpaddó alkalmazását, mint az árplafon használatát.

Morális kockázat és a viszonteladói ár megkötése

A viszonteladói ár megkötése melletti részjáték tökéletes egyensúlyok kontinuum számossága abból fakad, hogy a gyártók két-két döntési változójának (a nagykereskedelmi áraknak) nincs hatása a gyártók célfüggvényértékére, ezért e változók minden lehetséges értékéhez tartozik egyensúly. Az egyensúlyok nagy száma több problémát okoz. Egyrészt a szereplők között egy koordinációs probléma szituáció áll fenn, másrészt megnehezíti gazdaságpolitikai következtetések levonását. Az alábbi modellváltozatban a szerzők bevezetnek morális kocká-

zati változókat vezetnek be, amelyek értékét a kiskereskedők választják meg, azonban a gyártók ezt a döntést nem képesek megfigyelni. A morális kockázati változók aktuális értéke a piaci keresletekre gyakorolt hatáson keresztül befolyásolja a gyártók profitját, akik a nagykereskedelmi ár megfelelő megválasztásával tudják befolyásolni a kiskereskedők döntését.

Tegyük fel tehát, hogy a kiskereskedők eldönthetik, milyen értékesítési szolgáltatást nyújtanak az általuk kínált termékek eladása során. Feltételezzük, hogy a kiskereskedők a két termékhez nyújtott értékesítési szolgáltatásokat különböző szinten is megválaszthatják. További feltevés, hogy a fogyasztók rezervációs ára növekszik az adott jószághoz nyújtott szolgáltatás szintjének növekedésével, így az i -edik gyártó terméke iránt mutatkozó kereslet a j -edik kiskereskedő üzletében

$$Q_{ij}(\mathbf{p}, e_{ij}) = D_{ij}(\mathbf{p}) + \eta\phi(e_{ij}),$$

ahol e_{ij} a j -edik kiskereskedő által az i -edik gyártó termékéhez nyújtott értékesítési szolgáltatás szintje, $\eta > 0$, a ϕ függvényre teljesül $\phi' > 0 > \phi''$ és $\phi(0) = 0$. Az e_{ij} szintű értékesítési szolgáltatás nyújtása a j -edik kiskereskedő számára $\eta\psi(e_{ij})$ költséggel jár, ahol $\psi' > 0$, $\psi'' > 0$, $\psi(0) = 0$.

Ebben a modellben a játék lépései a következők:

1. Mindkét gyártó mindkét kiskereskedőnek egy (w_{ij}, F_{ij}) kétrészes árképzést és amennyiben engedélyezett p_{ij} kiskereskedelmi árat tartalmazó szerződést ajánl szimultán és minden szereplő által megfigyelhető módon.
2. A kiskereskedők szimultán módon mindkét számukra felajánlott szerződésről eldöntik, hogy elfogadják-e.
3. Ha mindkét kiskereskedő mindkét gyártóval szerződést kötött, akkor a kiskereskedők szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árakról (figyelembe véve a gyártókkal kötött szerződések előírásait) és az értékesítési szolgáltatások szintjéről, majd a piaci keresletekkel megegyező mennyiségeket szereznek be a gyártóktól és értékesítik a végső fogyasztóknak. Amennyiben valamelyik kiskereskedő visszautasította

valamelyik gyártó ajánlatát, akkor egyik jószágból sem adnak el a piacon és minden vállalat profitja zérus.

A viszonteladói ár megkötése mellett a j -edik kiskereskedő optimum feladata a játék utolsó lépésében:

$$\max_{e_{Aj}, e_{Bj}} \sum_{i=A,B} (p_{ij} - w_{ij} - \gamma) Q_{ij}(\mathbf{p}, e_{ij}) - F_{ij} - \eta \psi(e_{ij}).$$

A kiskereskedők játékának egyensúlyában a kiskereskedők által egy termékhez nyújtott értékesítési szolgáltatás csak az adott termék gyártója által megszabott nagykereskedelmi ártól és viszonteladói ártól függ: $e_{ij}^r = e_{ij}^r(p_{ij}, w_{ij})$.

A négy vállalat fúziója révén létrejövő monopólium profija

$$\tilde{\Pi}(\mathbf{p}, \mathbf{e}) = \sum_{\substack{i=A,B \\ j=1,2}} (p_{ij} - c - \gamma) Q_{ij} - \eta \psi(e_{ij}).$$

amely minden változójának konkáv függvénye. A monopolista profit maximumhelye árakban szimmetrikus, a monopolárat $p^M(\eta)$ -val jelöljük.

Megmutatható, hogy amint azt a morális kockázati problémák esetében megszoktuk, a megbízó szerepét betöltő gyártók nem tudják az ügynök szerepét betöltő kiskereskedők teljes profitját elvonni.

Állítás:

A viszonteladói ár megkötésének lehetősége esetén minden $\eta > 0$ mellett az egyensúlyban a gyártók a viszonteladói ár megkötésének gyakorlatát alkalmazzák, a nagykereskedelmi árak a gyártás határkölségével, a kiskereskedelmi árak a monopolárral egyenlők, és a gyártók megosztóznak a kiskereskedőkkel a monopolista profiton. \square

Amennyiben a morális kockázati problémát tartalmazó modellben az η paraméter tart a

zérushoz, akkor az értékesítési szolgáltatások hatása és azok költsége egyaránt a nullához tart. Könnyen látható, hogy ekkor az egyensúlyi kimenet határértékében a kiskereskedelmi árak a monopolárhoz tartanak, ami ezt a kimenetet megkülönbözteti a morális kockázati probléma nélküli esetben talált többi egyensúlytól.

Egy változat: alternatív kiskereskedők létezése

Az imént elemzett modell következtetései azon a feltevésen alapulnak, hogy ha bármely kiskereskedő elutasítja valamelyik gyártó ajánlatát, akkor semmilyen jószág nem adható el a piacon. E nagyon szigorú feltevés olyan enyhébb feltevéssel helyettesíthető, amelyek mellett az iménti eredmények továbbra is érvényesek maradnak. Az enyhébb feltevésnek is teljesíteni kell azt, hogy a kiskereskedőknek nincs alkuereje, és hogy a gyártók nem tudják elérni, hogy a másik gyártó termékét valamelyik kiskereskedő pozíciójában ne lehessen kapni. E két ismérv teljesül, ha az alábbi feltevések valamelyikével élünk:

(1) Ha egy kiskereskedő elutasítja valamelyik gyártó ajánlatát, akkor ez a gyártó az ajánlatot elutasító kiskereskedő pozíciójában meg tud bízni egy másik (ugyanolyan költségek mellett működő) kiskereskedőt a termékének kizárólagos értékesítésével.

(2) Ha egy kiskereskedő elutasítja valamelyik gyártó ajánlatát, akkor ennek a gyártónak lehetősége van arra, hogy az ajánlatot elutasító kiskereskedő pozíciójában saját maga értékesítse a termékét (a kiskereskedőével megegyező értékesítési költségek mellett).

(3) Mindegyik kiskereskedő pozíciójában a potenciális kiskereskedők versenyeznek a termékek értékesítésének lehetőségéért.

(4) A gyártók mindegyik kiskereskedő pozíciójában egyszerre több kiskereskedőnek tesznek (a gyártók számára elköteleződést nem jelentő, visszavonható) ajánlatot.

A szerzők megmutatják, hogy a korábbi eredmények továbbra is érvényesek, ha a felsorolt feltevések közül az (1)-vel élünk. Ekkor tehát azt feltételezzük, hogy a D_{ij} függvény a kiskereskedők két lehetséges pozíciója közül a j -edikben megadja az i -edik gyártó terméke iránti keresletet. A játék lépései ekkor a következők:

1. Mindkét gyártó mindkét kiskereskedőnek egy (w_{ij}, F_{ij}) kétrészes árképzést és ameny-

- nyiben engedélyezett p_{ij} kiskereskedelmi árat tartalmazó szerződést ajánl szimultán és minden szereplő által megfigyelhető módon.
2. A kiskereskedők szimultán módon mindkét számukra felajánlott szerződésről eldöntik, hogy elfogadják-e.
 3. Amennyiben valamelyik kiskereskedő visszautasította valamelyik gyártó ajánlatát, akkor az elutasított gyártó ugyanabban a pozícióban egy másik potenciális kiskereskedőnek tehet ajánlatot. Az ilyen ajánlatokat szimultán módon és nyilvánosan teszik. A most ajánlattal megkeresett kiskereskedők szimultán és nyilvános módon döntenek arról, hogy elfogadják-e az ajánlatot.
 4. Azok a kiskereskedők, akik szerződést kötöttek egy vagy mindkét gyártóval, szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árakról (figyelembe véve a gyártókkal kötött szerződések előírásait), majd a piaci kereslettel megegyező mennyiségeket szereznek be a gyártóktól és értékesítenek a végső fogyasztóknak.

A viszonteladói ár megkötésének lehetősége esetén kialakuló egyensúlyról szól az alábbi állítás.

Állítás:

Ha egy Stackelberg-vezető átlagprofitja kisebb mint egy monopolistáé és a $\pi_{ij}(p) = (p - c - \gamma)D(p, p^M, p^M, p^M)$ függvénynek egyetlen maximumhelye van, akkor létezik olyan részjáték tökéletes egyensúly, amelyben a gyártók ugyanazon kiskereskedőknek adnak el a két pozícióban, a viszonteladói árat a monopolár szintjén megkötik, a gyártás háttérkölségével megegyező nagykereskedelmi áron értékesítenek és monopolista profitot érnek el (tehát a kiskereskedők profitja zérus). \square

Ebben az egyensúlyban a viszonteladói ár megkötése megszünteti a kiskereskedők közötti versenyt, a közös kiskereskedők alkalmazása pedig megszünteti a gyártók közötti versenyt.

Még egy változat: piaci erővel rendelkező kiskereskedők esete

Ebben a modellváltozatban feloldjuk az eredeti modell azon feltevését, amely szerint ha bármely kiskereskedő visszautasítja valamelyik gyártó ajánlatát, akkor semmit nem lehet eladni a piacon. Ez azt jelenti, hogy ha egy kiskereskedő elutasítja valamelyik gyártó ajánlatát, akkor ez a kiskereskedő kizárólag a másik gyártó termékeit értékesíti. Ezért a gyártóknak – ha olyan ajánlatot akarnak tenni, amit nem utasítanak el – az ajánlattétel előtt figyelniük kell arra is, hogy a kiskereskedőknek jobban megérje mindkét gyártó termékét tartani az üzletben, mint kizárólag a rivális gyártó által gyártott jószág eladására specializálódni.

A szituáció vizsgálatához tekintjük az alábbi módosított játékot:

1. Mindkét gyártó mindkét kiskereskedőnek egy (w_{ij}, F_{ij}) kétrészes árképzést és amennyiben engedélyezett p_{ij} kiskereskedelmi árat tartalmazó szerződést ajánl szimultán és minden szereplő által megfigyelhető módon.
2. A kiskereskedők szimultán módon mindkét számukra felajánlott szerződésről eldöntik, hogy elfogadják-e.
3. A kiskereskedők szimultán módon döntenek az általuk kínált termékek áráról, majd a piaci keresletekkel megegyező mennyiségeket szereznek be a gyártóktól és értékesítik a végső fogyasztóknak.

Az elemzés megkönnyítése érdekében az alábbi egyszerűsítő feltevésekkel élünk. Felteszük, hogy a gyártás és az értékesítés határkölsége zérus ($c = \gamma = 0$) és az i -edik gyártó terméke iránti kereslet a j -edik kiskereskedő telephelyén

$$D_{ij}(\mathbf{p}) = 1 - p_{ij} + \alpha p_{hj} + \beta p_{ik} + \alpha \beta p_{hk},$$

ahol $\alpha, \beta \geq 0$. A keresleti függvény α paramétere ekkor a márkán belüli helyettesíthetőséget, a β paraméter pedig a márkák közötti helyettesíthetőséget méri. A keresleti függvények paramétereiről feltesszük, hogy kielégítik az

$$\alpha + \beta + \alpha\beta < 1$$

feltételt, amely biztosítja, hogy a saját árváltozás hatása dominálja a keresztárhatásokat.

Egyensúly a viszonteladói ár megkötésének tilalma esetén

A viszonteladói ár megkötésének tilalma esetén alternatív kiskereskedők hiányában a gyártók többféle cél közül választhatnak. Megpróbálhatják elérni, hogy a kiskereskedők mindegyike tartsa az általuk előállított terméket is a másik gyártó termékei mellett, vagy hogy a kiskereskedők egyike (esetleg mindkettő) kizárólag a szóban forgó gyártó termékét kínálja a végső fogyasztóknak. Megmutatható, hogy nem mindig létezik olyan szimmetrikus egyensúly, amelyben mindkét kiskereskedő mindkét gyártóval szerződést köt. A szerzők a $\alpha = \frac{1}{10}$, $\beta = \frac{3}{10}$ paraméter-együttes esetére mutatják meg, hogy nem létezik ilyen egyensúly.

A viszonteladói ár megkötése melletti egyensúlyok

Egy olyan egyensúlyban, amelyben mindkét kiskereskedő mindkét gyártó termékét kínálja a végső fogyasztóknak, teljesülnie kell, hogy a kiskereskedők olyan ajánlatokat kapnak a gyártóktól, hogy jobban megéri nekik mindkét ajánlatot elfogadni, mint ha csak az egyiket vagy egyiket sem fogadnák el. Tehát teljesülnie kell a kiskereskedők részvételi és ösztönzési korlátainak is. Megmutatható, hogy megadható a keresleti függvény paramétereinek olyan tartománya, amelyben ilyen szimmetrikus egyensúly létezik.

A pontos eredmény a következő.

Állítás:

A keresleti függvény α és β paramétereinek egy tartományán a viszonteladói ár megkötésének lehetősége esetén kontinuum számosságú olyan szimmetrikus egyensúly létezik, amelyben mindkét kiskereskedő mindkét gyártó termékét árulja, és amely egyensúlyokban a

$w_{ij} = w^*$ nagykereskedelmi árra valamint $p_{ij} = p^*$ viszonteladói árra teljesül, hogy

$$\begin{aligned} p^* &\in [\underline{p}(\alpha, \beta), \bar{p}(\alpha, \beta)], \\ w^* &\in [\underline{w}(\alpha, \beta), \underline{p}(\alpha, \beta)], \\ p^* = p^*(w^*) &= \frac{1 - \alpha(1 - \beta)w^*}{2(1 - \alpha - \beta)}, \\ p^*(\underline{w}) &= \bar{p} > p^M, \\ p^*(\underline{p}) &= \underline{p} < p^M, \end{aligned}$$

a kiskereskedők profitja csökkenő függvénye p^* -nak a $[\underline{p}(\alpha, \beta), p^M]$ intervallumon és a gyártók profitja csökkenő függvénye p^* -nak. \square

Megjegyezzük, hogy további, az állításban felsoroltaknak eleget nem tevő egyensúlyok is létezhetnek, amelyek között olyan szimmetrikus egyensúlyok is előfordulhatnak, amelyekben mindkét kiskereskedő mindkét gyártó ajánlatát elfogadja.

Megjegyezzük, hogy a fenti állításban megadott egyensúlyok közül a gyártók számára az egyensúly a legkedvezőbb, amelyben a kiskereskedelmi ár a legalacsonyabb. Ugyanakkor a kiskereskedők számára legkedvezőbb egyensúlyban a kiskereskedelmi ár meghaladja a monopolárat.

A viszonteladói ár megkötésére vonatkozó szabályozás hatása

A modell

Foros, O. – Kind, H. J. – Shaffer, G. (2007) modelljébe egy homogén jószágot tökéletesen versenyző gyártók termelnek, amit $n \geq 2$ számú kiskereskedő értékesít a végső fogyasztóknak. A fogyasztók különbözőképpen értékelik az egyes kiskereskedelmi egységekben történő vásárlást, tehát kiskereskedők által értékesített terméket differenciált terméknek érzékelik. A gyártók $c \geq 0$ állandó és egyenlő határkölség mellett termelnek, a kiskereskedők egyetlen költsége a nagykereskedelmi ár.

A modell két lépésből áll. A játék első lépésében a gyártók szimultán módon kétféle szerződést ajánlanak fel a kiskereskedőknek: az egyik csupán a nagykereskedelmi árat határozza meg, a másik szerződés a nagykereskedelmi árat és a fogyasztói árat egyaránt megköti. A kiskereskedők választanak a felkínált szerződések közül. A játék második periódusában azok a kiskereskedők, akik a fogyasztói árra vonatkozó megkötést nem tartalmazó szerződést kötöttek, árversenyben vesznek részt, a többi fogyasztó az általa választott szerződés által meghatározott fogyasztói áron értékesíti a terméket.⁵

A modellben a viszonteladói ár megkötését tartalmazó szerződést választó kiskereskedők árvezérlő (I), a többi kiskereskedő árkövető (f) magatartást tanúsít. Tételezzük fel, hogy az árvezérlő kiskereskedőkre az 1-től m -ig terjedő indexek, az árkövetőkre az $(m + 1)$ -től b -ig terjedő indexek utalnak. A játék megoldásához részjáték tökéletes egyensúlyt keresünk.

Bármely kiskereskedő terméke iránti kereslet valamennyi kiskereskedő kínálati árától függ. Jelölje $\mathbf{p} = (p_1, p_2, \dots, p_n)$ a kiskereskedők által megválasztott fogyasztói árak vektorát. Az i -edik kiskereskedő terméke iránti kereslet $D^i(\mathbf{p})$ keresleti függvénnyel adott, amely az alábbi szokásos tulajdonságokkal rendelkezik:

⁵ A modell eredményei nem függenek attól, hogy a viszonteladói ár megkötését tartalmazó szerződések konkrét viszonteladói árat tartalmaznak-e vagy árpadról írnak-e elő.

$$\partial D^i / \partial p_i < 0, \partial D^i / \partial p_j < 0, \partial^2 D^i / \partial p_i \partial p_j < 0, \partial D^i / \partial p_i < -\partial D^i / \partial p_i, \quad i, j = 1, \dots, n, i \neq j.$$

A kiskereskedők terméke iránti keresleti függvény tulajdonságai tükrözik, hogy a különböző kiskereskedők által eladásra kínált termékek egymás általános (de nem tökéletes) helyettesítői és egy kiskereskedő árvaltoztatásának marginális hatása a saját terméke iránti keresletre (gyengén) növekvő függvénye a rivális vállalatok által választott áraknak. Tehát az árak stratégiai kiegészítők Bulow et al (1985) által definiált értelemben.

Az i -edik kiskereskedő profitja

$$\pi_i = (p_i - w_i)D^i(\mathbf{p}),$$

ahol w_i jelöli azt a nagykereskedelmi árat, amelyen az i -edik kiskereskedő beszerzi a terméket. A neki értékesítő gyártó profitja

$$\pi_i^M = (w_i - c)D^i(\mathbf{p}).$$

A gyártók közötti verseny a termék kiskereskedelmi szintre történő eljuttatásáért a gyártók részvételi korlátját az egyensúlyban mindkét szerződéstípus mellett effektívvé teszi: $\pi_i^M = 0$.⁶ Így a $w_i = c$ szükségképpen teljesül az egyensúlyban.

A gyártók közötti tökéletes verseny miatt az egyensúlyban szükségképpen teljesül az is, hogy ha az i -edik kiskereskedő a viszonteladói ár megkötését tartalmazó szerződést választja, akkor a szerződése által előírt fogyasztói ár maximalizálja a kiskereskedő profitját a többi árvezérlő kiskereskedő adott ára és a követő kiskereskedők adott reakciófüggvényei mellett, tehát

$$p_i^l = \operatorname{argmax}_{p_i} (p_i - w_i)D^i(p_1^l, \dots, p_{i-1}^l, p_i, p_{i+1}^l, \dots, p_m^l, p_{m+1}^f, \dots, p_n^f),$$

ahol a felső indexekben az l az árvezérlők, az f az árkövető kiskereskedők árára utal.

⁶ Ugyanez az eredmény megjelenik Shaffer (1991)-ben is.

Megvizsgáljuk, hogy a játék részjáték tökéletes egyensúlyaiban hány kiskereskedő tölt be árvezérlő szerepet és megadjuk az egyensúlyok számát. Ha az árvezérlő kiskereskedők száma zérus ($m = 0$), akkor a kiskereskedők egy hagyományos Bertrand-játékot játszanak. Ha egy kiskereskedő ettől egyoldalúan eltér és egy olyan szerződést választ, amely a viszonteladói árat megköti, akkor ezáltal Stackelberg-vezetővé válik. A Stackelberg-vezető magasabb profitot realizál az egyensúlyban, mint amennyit egy differenciált terméket értékesítő Bertrand-oligopolista el tud érni, így $m = 0$ nem lehet egyensúlyi.

Ha az árvezérlő kiskereskedők száma $0 < m < n - 1$, akkor az árvezérlő kiskereskedők ára a második periódusban nem döntési változó. Amennyiben egy árkövető vállalat egyoldalúan eltérne és egy a viszonteladói árat megkötő szerződést választana az első periódusban, akkor Stackelberg-vezetőként az $(n - m - 1)$ számú követő vállalat adott reakciófüggvénye melletti optimális kiskereskedelmi áron értékesíthetné termékét, amivel profitja növekedne. Tehát $0 < m < n - 1$ nem lehet egyensúlyi.

Ha az árvezérlő kiskereskedők száma $m = n - 1$, akkor csupán egy árkövető kiskereskedő működik a piacon, a többi kiskereskedő árvezérlő magatartást követ. Így a követő vállalat nem nyerhet azon, ha maga is vezetővé válik, hiszen nincs olyan piaci szereplő, akinek adott reakciófüggvénye mellett optimalizálhatna. A vezérlők számára sem éri meg egyoldalúan követő magatartásra váltani, hiszen ezáltal lemondana arról, hogy befolyásolja a követő vállalat reakcióját. Ennélfogva $m = n - 1$ egyensúlyi. Az ilyen egyensúlyok száma nyilván annyi, ahány kiskereskedő betöltheti a követő pozícióját, tehát n .

Ha az árvezérlő kiskereskedők száma $m = n$, akkor egyetlen kiskereskedő sem nyerhet azon, ha egyoldalúan követő viselkedésre vált, így egy újabb egyensúlyt kapunk.

1. állítás:

A fenti gondolatmenet alapján az a sejtés alakul ki, hogy a játéknak $(n + 1)$ számú részjáték tökéletes egyensúlya van, melyek közül n számúban az árvezérlő kiskereskedők száma $(n - 1)$, egy részjáték tökéletes egyensúlyban pedig valamennyi kiskereskedő árvezérlő.

Bizonyítás:

Tegyük fel, hogy $m = n$ számú kiskereskedő vezető szerepet tölt be az egyensúlyban. Ekkor a piacon nincs követő, így a kiskereskedők egyszerű Bertrand-játékot játszanak. Egyensúlyban egyetlen kiskereskedő sem nyerhet azon, ha egyoldalúan a követő magatartásra vált, ami azt jelenti, hogy ha egy kiskereskedő a követő magatartásra váltana, akkor legjobb válasza a Bertrand-ára volna, profitja pedig a Bertrand-egyensúlyi profittal egyezne meg. Így $m = n$ számú vezető vállalat egyensúlyi.

Tegyük fel, hogy a vezető vállalatok száma $m = n - 1$. Egyensúlyban egyetlen kiskereskedőnek sem éri meg egyoldalúan eltérni. Tekintsük az m -edik kiskereskedő, amely vezetőként viselkedik. Ha követő magatartásra váltana, akkor követőként a

$$(p_m - c) \partial D^m(\mathbf{p}) / \partial p_m + D^m(\mathbf{p}) = 0$$

elsőrendű feltételt kielégítő p_m^f árat választana.

Vezetőként az m -edik vállalat határprofitja a profit p_m szerinti teljes vagy totális deriváltja:

$$\partial \pi_m / \partial p_m = (p_m - c) \partial D^m(\mathbf{p}) / \partial p_m + D^m(\mathbf{p}) + (p_m - c) (\partial D^m(\mathbf{p}) / \partial p_n) (\partial p_n / \partial p_m).$$

Könnyen látható, hogy a keresleti függvényre vonatkozó feltevéseink mellett a vezető szerepet betöltő vállalat határprofitja a p_m^f ár mellett pozitív, hiszen az első két tag összege zérus (mivel p_m^f kielégíti a követő elsőrendű feltételét) és az árak stratégiai kiegészítők, tehát kifizetődő az árat p_m^f -ről p_m^l -re növelnie. Tehát vezető vállalatnak nem éri meg egyoldalúan követő magatartásra váltania.

Vizsgáljuk meg most, hogy megéri-e az egyetlen követő kiskereskedőnek (amelyre az n index utal) egyoldalúan eltérni. Az n -edik vállalat elsőrendű feltétele ugyanaz, ha vezető vagy ha követő magatartást tanúsít:

$$(p_n - c) \partial D^n(\mathbf{p}) / \partial p_n + D^n(\mathbf{p}) = 0,$$

így az optimális ár és a kiskereskedő profitja is megegyezik a két esetben. Ezért számára közömbös, hogy vezető vagy követő viselkedést tanúsít-e, tehát az $m = n - 1$ számú vezető vállalat egyensúlyi.

Végül annak belátásához, hogy további egyensúlyok nem léteznek, indirekt tételezzük fel, hogy valamely $m < n - 1$ érték egyensúlyi. Egy ilyen egyensúlyban az $(m + 1)$ -edik kiskereskedő elsőrendű feltétele, ha követő viselkedést tanúsít

$$(p_{m+1} - c) \partial D^{m+1}(\mathbf{p}) / \partial p_{m+1} + D^{m+1}(\mathbf{p}) = 0,$$

ha pedig vezető módjára viselkedik

$$(p_{m+1} - c) \partial D^{m+1}(\mathbf{p}) / \partial p_{m+1} + D^{m+1}(\mathbf{p}) + \sum_{i=m+2}^n (p_{m+1} - c) (\partial D^{m+1}(\mathbf{p}) / \partial p_i) (\partial p_i / \partial p_{m+1}) = 0.$$

Jelölje rendre p_{m+1}^f és p_{m+1}^l az $(m + 1)$ -edik kiskereskedő árát vezető és követő magatartás esetén. Nyilván teljesül a

$$\pi_{m+1}^f(p_{m+1}^f) = \pi_{m+1}^l(p_{m+1}^l)$$

egyenlőség. Ha vezető magatartást tanúsít, akkor határprofitja a p_{m+1}^f ár mellett pozitív (mivel az első két tag összege a követő magatartás esetére vonatkozó elsőrendű feltétel miatt zérus és a viszonteladói árak stratégiai kiegészítők), így profitja növekszik, ha a követő magatartásról a vezető viselkedésre vált és az árát p_{m+1}^f -ről p_{m+1}^l -re növeli. Ez ellentmond indirekt feltevésünknek. \square

Megjegyezzük, hogy a játék egyensúlyai közül abban, melyben valamennyi kiskereskedő a viszonteladói árát megkötő szerződést választ, a második periódusban senki nem hoz arra vonatkozó döntést, tehát az árakról az első periódusban, szimultán módon döntenek. Így ebben az esetben – amikor minden kiskereskedő vezető, tehát $m = n$ teljesül – az egyensúlyi árak és profitok megegyeznek az n -vállalatos Bertrand-játék – amikor minden kiskereskedő

követő, tehát $m = 0$ – kimenetével. Habár az $m = 0$ eset most nem egyensúlyi, később kiderül, hogy a viszonteladói ár megkötésének általános tilalma esetén egyensúlyi.

Érdemes felidézni, hogy az árak és a profitok magasabbak egy olyan Stackelberg-játékban, melyben vezetők és követők egyaránt játszanak, mint egy Bertrand-játékban. Ebből az következik, hogy játékunk egyensúlyai közül abban az n számú egyensúlyban, amelyekben a vezetők száma $m = n - 1$, valamennyi, a vezető és a követő szerepet betöltő kiskereskedő viszonteladói ára és profitja magasabb, mint amekkora az $m = n$ számú vezető vállalat mellett kialakuló egyensúlyban. Ebből következően a holttehervesztés az $m = n$ számú vezetővel kialakuló egyensúlyban kisebb, mint a többi egyensúlyokban.

Mérjük a társadalmi jólétet a fogyasztói többlet (CS) és a profitok összegével. Jelöljük $W_m = 0$ -val a társadalmi jólétet abban a részjátékban, amelyben egyetlen kiskereskedő sem köt a viszonteladói árat rögzítő szerződést. Jelöljük $W_{m = n}$ -nel a társadalmi jólétet abban a részjátékban, amelyben valamennyi kiskereskedő a viszonteladói árat rögzítő szerződést köt. Végül jelölje $W_{m = j}$ a jólétet azokban a részjátékokban, amelyekben j számú vállalat választ a viszonteladói árat megkötő szerződést ($j \in \{1, \dots, n - 1\}$). E jelölésekkel az eddigiekből következnek az alábbi relációk

2. állítás:

$$W_{m = 0} = W_{m = n} > W_{m = j}, \text{ bármely } j \in \{1, \dots, n - 1\} \text{ esetén. } \square$$

A jóléti veszteség az $m = n - 1$ melletti egyensúlyokban (az $m = n$ melletti egyensúlyhoz viszonyítva) annál jelentősebb, minél kevesebb kiskereskedő van a piacon. Nagyszámú kiskereskedő esetén a kétféle egyensúly közötti jóléti különbség jóval kevesebb. Erre az összefüggésre vissza fogunk térni, amikor azt vizsgáljuk, hogy a viszonteladói ár megkötésének jóléti következményei hogyan függenek attól, hogy a kiskereskedők termékei mennyire közeli helyettesítők.

A viszonteladói ár megkötésének a teljes iparágban történő alkalmazására vonatkozó korlátozások

Megvizsgáljuk, milyen hatással van a piacra, ha a viszonteladói ár rögzítésének gyakorlata egy jószág piacán akkor megengedett, ha ez a gyakorlat a piac egy – rendszerint százalékos formában – adott hányadánál nem elterjedtebb. Általában a kiskereskedők piaci részesedése nem egyenlő, ami a szituáció modellezését megnehezíti. Mi az egyszerűség kedvéért feltételezzük, hogy a kiskereskedők egyformák. Feltesszük, hogy minden gyártó egyetlen kiskereskedőnek ad el és minden kiskereskedő egyetlen gyártótól vásárol.

Jelölje n a kiskereskedők számát a vizsgált piacon. Mivel feltételezzük, hogy a versenyjogi szabályok pontosan definiálják a viszonteladói ár megkötését alkalmazásának megengedett elterjedtségét, meghatározható, hogy a szabályok szerint legfeljebb hány kiskereskedő állapodhat meg a szállítójával a viszonteladói ár megkötésében. Jelöljük a viszonteladói ár megkötését tartalmazó szerződést kötő kiskereskedők megengedett maximális számát k -val. Az egyik szélsőséges esetben a szabályozó hatóság nem korlátozza a viszonteladói ár megkötésének gyakorlását, ekkor $k = n$, és mint láttuk a viszonteladói ár megkötését a piac 100%-án, vagy azt megközelítő hányadában alkalmazzák az egyensúlyban. Másfelől ha a viszonteladói ár megkötése teljes mértékben tiltott, tehát $k = 0$, akkor a viszonteladói ár gyakorlata a piac 0%-ára lesz jellemző. A közbülső esetekben k értéke legalább 1 és legfeljebb $(n - 1)$. A játék részjáték tökéletes egyensúlyai az alábbi módon jellemezhetők:

3. állítás :

Amennyiben $k < n$, akkor a vezető szerepet betöltő kiskereskedők száma bármely részjáték tökéletes egyensúlyban $m = k$. Ha a viszonteladói ár megkötésének gyakorlását a versenyhatóság nem korlátozza, akkor az egyensúlyban $(n - 1)$ vagy n számú vállalat alkalmazza azt.

Bizonyítás:

Feltevés szerint a vezető szerepet betöltő kiskereskedők száma nem lehet nagyobb k -nál és az 1. állítás bizonyításához hasonló módon belátható, hogy a vezetők száma egyensúlyban nem kisebb, mint k , ha $k < n$. A $k = n$ esetre vonatkozó állítás megegyezik az 1. állítással. \square

A 2. és a 3. állításból közvetlenül következnek az alábbiak.

1. következmény:

(1) A jólét $k = 0$ (a teljes tiltás) esetén maximális.

(2) A $k = n$ (a teljes mértékben megengedő szabályozás) esetében létezik olyan egyensúly, amely magasabb társadalmi jóléttel jár, mint bármely, a $0 < k < n$ esetben kialakuló részjáték tökéletes egyensúly.

Tehát a viszonteladói ár megkötésének teljes tiltása ebben a modellben a társadalmi jólét maximalizálását eredményezi. Azonban a viszonteladói ár megkötésének részleges tiltása határozottan alacsonyabb társadalmi jóléttel jár, mint a teljesen megengedő szabályozás.

A további vizsgálathoz tételezzük fel, hogy a reprezentatív fogyasztó preferenciarendezését Shubik – Levitan (1980) ötlete alapján a következőképpen definiáljuk. A fogyasztónak a differenciált jószág fogyasztásából származó bruttó többlete legyen a

$$U(q_1, q_2, \dots, q_n) = v \sum_{i=1}^n q_i - \frac{n}{2} \left[(1-b) \sum_{i=1}^n q_i^2 + \frac{b}{n} \left(\sum_{i=1}^n q_i \right)^2 \right] + y$$

képlettel adott, ahol v pozitív paraméter, $b \in [0,1]$ a kiskereskedők differenciált termékei közötti helyettesíthetőség fokát méri ($b = 0$ esetén a javak nem helyettesítik egymást, $b = 1$ esetén pedig egymás tökéletes helyettesítői). Érdeemes megjegyezni, hogy e hasznossági függvény mellett a piac mérete sem b , sem n változására nem reagál.

A fogyasztó elsőrendű feltételéből

$$q_i = \frac{1}{n} \left(v - \frac{p_i}{1-b} + \frac{b}{1-b} \bar{p} \right),$$

ahol $\bar{p} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n p_j$ a viszonteladói árak átlaga. Így az i -edik kiskereskedő által érzékelt keresleti függvény a saját p_i ára és a \bar{p} átlagár lineáris kombinációja. A teljes kereslet pedig

$$Q = \sum_{i=1}^n q_i = v - \bar{p}.$$

A vezető szerepet betöltő kiskereskedők számát a továbbiakban is m -mel jelöljük, így $(n - m)$ számú kiskereskedő viselkedik követőként. Az egyszerűség kedvéért feltételezzük, hogy a gyártók $c = 0$ határkölség mellett termelnek.

A második periódusban minden követő vállalat a saját profitját maximalizáló p_i^f árat választ. A követő vállalatok elsőrendű feltételéből a szimmetriát feltételezve a

$$p_i^f(p_1^l, \dots, p_m^l) = \hat{p}^f(p_1^l, \dots, p_m^l) = \frac{v(1-b)n}{n(2-b) + b(m-1)} + \frac{b}{n(2-b) + b(m-1)} \sum_{j=1}^m p_j^l$$

reakciófüggvények adódnak ($i = m + 1, \dots, n$).

Mivel a gyártók részvételi korlátja effektív, ők lényegében a vezető kiskereskedők profitját maximalizáló viszonteladói árat választanak a követők adott reakciófüggvénye mellett. Szimmetrikus megoldásként a

$$p_j^l = p^l = \frac{v(2n-b)(1-b)n}{b^2(1+m) + 2[n^2(2-b) - 2bn]}, \quad j = 1, 2, \dots, m$$

vezetői árakat kapjuk, amiket a követők reakciófüggvényébe behelyettesítve kapjuk a

$$p_i^f = p^f = \frac{v(1-b)n}{n(2-b) + b(m-1)} + \left[1 + \frac{(2n-b)bm}{b^2(1+m) + 2[n^2(2-b) - 2bn]} \right], \quad i = m + 1, \dots, n$$

követői árakat. Könnyen megmutatható, hogy a vezető vállalatok magasabb árat kérnek a jószágért, mint a követők ($p^l > p^f$), ha $b \in (0, 1)$. Megmutatható továbbá, hogy a \bar{p} átlagár és a vezető vállalatok m száma közötti kapcsolat jellege a vezető vállalatok iparágon belüli arányával változik: mindaddig, amíg a vezető vállalatok száma viszonylag kicsi, a vezető vállalatok számának növekedésével az iparági átlagár is növekszik ($d\bar{p}/dm > 0$), amikor pedig a vezető

vállalatok aránya az iparágon belül magas, akkor az iparági átlagárát csökkenti a vezetők számának emelkedése ($d\bar{p}/dm < 0$). A jelenséget az magyarázza, hogy kevés vezető vállalat esetén a vezető vállalatok számának emelkedésével a kimenet távolodik a Bertrand-egyensúly kimenetelétől, míg amikor a vezető vállalatok súlya jelentős az iparágban, a vezetők számának növekedésével az egyensúlyi kimenet a Bertrand-kimenethez közelít.

A társadalmi jólétet a fogyasztói és a profitok összegeként definiáltuk. A fogyasztói többlet $CS = U - \sum_{i=1}^n p_i q_i$, a profitok összege $\sum_{i=1}^n \pi_i = \sum_{i=1}^n (p_i - c)q_i$. Felhasználva, hogy feltevésünk szerint a gyártók határkölsége zérus, $W = U$ adódik, így a társadalmi jólét a következő módon függ a fogyasztók többletének b paraméterétől, valamint a piacon kialakuló viszonteladói áraktól:

$$W = \phi_1 + (1 - b)\phi_2 / 2,$$

ahol

$$\phi_1 = (v^2 - \bar{p}^2) / 2$$

és

$$\phi_2 = (v - \bar{p})^2 - \left[\frac{m}{n} \left((v - \bar{p}) - \frac{p^l - \bar{p}}{1 - b} \right)^2 + \frac{n - m}{n} \left((v - \bar{p}) - \frac{p^f - \bar{p}}{1 - b} \right)^2 \right].$$

A W társadalmi jólét fenti képletében ϕ_1 és $(1 - b)\phi_2 / 2$ rendre azt méri, hogy hogyan függ a társadalmi jólét a \bar{p} átlagártól, illetve a kiskereskedők áraiban mutatkozó változatosságtól. Minden más változatlansága mellett a fogyasztók alacsonyabb átlagárát (ϕ_1 alacsonyabb értékét) és a kiskereskedők árainak kisebb változatosságát (magasabb ϕ_2 -t) preferálják. Könnyen megmutatható, hogy ϕ_2 maximális értéke zérus, amit $p^l = p^f$ esetén vesz fel. Minden más esetben $\phi_2 < 0$.

4. állítás:

A társadalmi jólét a vezető szerepe betöltő kiskereskedők számának U-alakú függvénye. Minden $b \in (0,1)$ esetén található olyan $\hat{m}(b) \leq n/2$ érték, amelyre a társadalmi jólét minimális az $m = \hat{m}(b)$ helyen.

Bizonyítás:

A társadalmi jóléti függvény tehát

$$W = \frac{1}{2}(v^2 - \bar{p}^2) + \frac{1-b}{2}\phi_2,$$

ahol az első és a második tag rendre azt méri, hogy hogyan függ a társadalmi jólét az átlagártól, illetve az árak változatosságától. Vezessük be az $f(b) = b^2(1-b)$, a $W_1 = \frac{1}{2}(v^2 - \bar{p}^2) / f(b)$, valamint a $W_2 = \frac{1-b}{2}\phi_2 / f(b)$ jelöléseket. Ekkor a társadalmi jólét így írható:

$$W = f(b)(W_1 + W_2).$$

Ahhoz, hogy megvizsgálhassunk, hogyan változik a társadalmi jólét az m értékének változásával, képezzük a fenti W társadalmi jólét m szerinti deriváltját:

$$\frac{dW}{dm} = f(b) \left(\frac{dW_1}{dm} + \frac{dW_2}{dm} \right).$$

$$\text{A } b=0 \text{ esetben } \left. \frac{dW_1}{dm} \right|_{b=0} = \frac{v^2}{8n^3} \left(m - \frac{n}{2} \right) \text{ és } \left. \frac{dW_2}{dm} \right|_{b=0} = 0.$$

A $b=0$ érték egy környezetében így mind $\frac{dW}{dm}$, mind $\frac{dW_1}{dm}$ előjele megegyezik az $(m - \frac{n}{2})$ különbség előjelével. Ebben a tartományban tehát a társadalmi jólét növekszik a viszonteladói árat megkötő szerződést választó kiskereskedők számának emelkedésével, ha $m \geq \frac{n}{2}$ teljesül.

$$\text{Továbbá a } b=1 \text{ esetben } \left. \frac{dW_1}{dm} \right|_{b=1} = 0 \text{ és } \left. \frac{dW_2}{dm} \right|_{b=1} = \frac{(n-m)^2 v^2 N}{2(1+m+2n^2-4n)^3 (n+m-1)^3}, \text{ ahol}$$

$$N = (-5n^2 - 27mn^2 + n + 20mn - 3nm^2 - 4m - 2n^4 + 10mn^3 + 6n^3 + 4m^2n^2).$$

A $b=1$ érték egy környezetében ezért mind $\frac{dW}{dm}$, mind $\frac{dW_2}{dm}$ előjele megegyezik az N érték előjelével. Így $\frac{dW}{dm} > 0$ teljesül a $b=1$ egy környezetében, ha

$$m > \frac{\sqrt{1281n^4 - 1236n^3 + 628n^2 - 660n^5 - 160n + 16 + 132n^6 + 27n^2 - 20n + 4 - 10n^3}}{2n(4n - 3)}.$$

Annak az oka, hogy $\frac{dW_2}{dm}$ dominálja $\frac{dW_1}{dm}$ értékét a b paraméter magas értékei mellett az, hogy ekkor a kiskereskedők termékei egymás közeli helyettesítői, így a követő magatartást tanúsító kiskereskedők erősen motiváltak abban, hogy a vezetők áránál alacsonyabb ár választásával vevőket csábítsanak magukhoz. Ezért ekkor p^l magas lesz a p^f értékéhez képest. Másrészt a b paraméter alacsony értékei esetén a kiskereskedők termékei oly távoli helyettesítők, hogy a követő kiskereskedőknek kevésbé éri meg a vezetők árai alá ígérni. A vezetők és a követők által kért árak közötti relatív különbség ezért szigorúan növekvő függvénye a helyettesíthetőséget mérő b paraméternek:

$$\frac{\partial(p^l / p^f)}{\partial b} = \frac{2(n-m)((4-b)n - b + b(m-1))nb}{(b^2 + 2(n^2(2-b) - 2bn) + 2bmn)^2}.$$

A $\frac{dW_1}{dm}$ viszonylag kicsi a b paraméter magas értékei esetén, mert ha a termékek közeli helyettesítők, akkor mind az egyes kiskereskedők ereje, mind az iparág képessége a magas átlagár kialakítására meglehetősen kicsi.

Most belátjuk, hogy ha $m \geq n/2$ elégséges a $dW/dm > 0$ reláció biztosításához. Ezt két lépésben mutatjuk meg. Elsőként bebizonyítjuk, hogy az árak változatossága a vezető kiskereskedők számának csökkenő függvénye. Ehhez vegyük tekintetbe, hogy

$$\frac{d(p^l - p^f)}{dm} = \frac{vnb^2(1-b)\Psi_1}{D^2},$$

ahol

$$D = (b^2(1+m) + 2(n^2(2-b) - 2bn))(n(2-b) + b(m-1))$$

és

$$\Psi_1 = [b(12 - 4b + b^2) - 4(2-b)n]n^2 - [(2m-1)b^3 + 6b^2]n + (1+m^2)b^3.$$

Így a $\frac{d(p^l - p^f)}{dm}$ derivált és Ψ_1 előjele megegyezik. Könnyen látható, hogy

$$\frac{d\Psi_1}{dm} = -2b^3(n-m),$$

így ha $m=0$ esetén $\Psi_1 < 0$, akkor Ψ_1 negatív minden $m < n$ mellett. Ezenkívül

$$\frac{d\Psi_1}{dn} = -[12(2-b)n - (2b^3 + 24b - 8b^2)]n - 2mb^3 + b^3 - 6b^2$$

is teljesül. A $\frac{d\Psi_1}{dn} < 0$ reláció teljesülésének elégséges feltétele, hogy az iménti kifejezésben a szögletes zárójelben álló kifejezés negatív, ami $n \geq 3/2$ esetén mindig teljesül. Könnyen megmutatható az is, hogy Ψ_1 negatív, ha $m=0$ és $n=3/2$. A $\frac{d\Psi_1}{dm}$ és $\frac{d\Psi_1}{dn}$ deriváltakra kapott kifejezések alapján tehát az következik, hogy Ψ_1 negatív, ha $m \geq 0$ és $n=2$. Ezért az árak kevésbé változatosak, ha az m paraméter értéke növekszik.

Következő lépésként megmutatjuk, hogy az átlagár csökkenő függvénye m -nek az $m \geq n/2$ értékek mellett. Ehhez képezzük az átlagár m szerinti deriváltját:

$$\frac{\partial \bar{p}}{\partial m} = -\frac{v(1-b)b^2(2n-b)\Psi_2}{D^2},$$

ahol $\Psi_2 = 2(m - n/2)b^2 + 2mn[b(m - 2n) + 4(n - b)] - 2n^3(2 - b) + 4n^2b$. Könnyen látható, hogy Ψ_2 növekvő függvénye az m -nek és hogy $m = n/2$ esetén $\Psi_2 = \frac{1}{2}n^3b > 0$. Így a $\frac{\partial \bar{p}}{\partial m} < 0$ reláció elégséges feltétele ha $m \geq n/2$. \square

A most bizonyított állítás háttérében az áll, hogy a fogyasztók által fizetett ár az m alacsony értékei mellett növekvő, később pedig csökkenő, emiatt a társadalmi jólét eleinte csökkenő, majd növekvő függvénye a vezető kiskereskedők számának. A vezető kiskereskedők mindig magasabb áron kínálják a terméküket, azonban a vezetők és a követők ára közötti különbség százalékos mértéke csökken a vezetők számának emelkedésével és a követők számának csökkenésével. Ez a jólét növekedését eredményezné növekvő m mellett. Az m elegendően magas értékei mellett mindkét hatás növeli a jólétet az m növekedésével, ezért a társadalmi jólét szigorúan növekvő ebben a tartományban. Az $m = n/2$ értéknél és az m ennél magasabb értékei mellett a fogyasztók által fizetett átlagos ár már csökkenő.

A 3. állítás szerint ha a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata legfeljebb $k \leq n - 1$ számú kiskereskedő számára engedélyezett, akkor a vezető szerepet betöltő kiskereskedők száma bármely részjáték tökéletes egyensúlyban $m = k$ lesz. Amennyiben pedig $m \geq n/2$ teljesül, akkor a 4. állítás szerint a társadalmi jólét növekvő függvénye a vezető kiskereskedők egyensúlyi számának. Ezekből rögtön következik, hogy ha $n/2 \leq k \leq n - 1$, akkor a társadalmi jólét növekszik a k értékének növekedésével. Ez azt jelenti, hogy ha a versenyszabályok a k értékét $(n - 1)$ -hez közeli értéken határozzák meg (azaz a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata a piac szinte teljes egészében engedélyezett), akkor nagyszámú kiskereskedő (n magas értékei) esetén a társadalmi jólét megközelíti a $k = 0$, vagy a $k = n$ mellett kialakuló jólétet.

A viszonteladói ár megkötésének domináns kiskereskedő által történő alkalmazását tiltó szabályozás esete

Láttuk, hogy ha a piacon levő kiskereskedők helyzete teljesen szimmetrikus, akkor a viszonteladói ár megkötését semmilyen módon nem korlátozó gazdaságpolitika esetén $(n+1)$ számú részjáték tökéletes egyensúly van, melyek közül az az n számú egyensúly, amelyben egyetlen kiskereskedő nem választ a viszonteladói árat megkötő szerződést, Pareto-dominálja azt az egyensúlyt, amelyben minden kiskereskedő a viszonteladói árat rögzítő szerződést köt. A Pareto-dominancia alapján a játék megoldása egy olyan egyensúly, amelyben egyetlen vállalat nem köt a viszonteladói árat meghatározó szerződést, azaz egyetlen kiskereskedő viselkedik követőként. Megvizsgáljuk, hogy amennyiben a kiskereskedők nem teljesen egyformák – azaz a fogyasztók fizetési határhajlandósága a különböző kiskereskedők termékeire különböző –, akkor függ-e a társadalmi jólét attól, hogy az egyensúlyban melyik kiskereskedő viselkedik követőként.

Módosítsuk a bruttó fogyasztói többlet eddig használt formáját oly módon, hogy a különböző termékekre vonatkozó eltérő fizetési határhajlandósága különböző legyen:

$$U(q_1, \dots, q_n) = \sum_{i=1}^n v_i q_i - \frac{n}{2} \left[(1-b) \sum_{i=1}^n q_i^2 + \frac{b}{n} \left(\sum_{i=1}^n q_i \right)^2 \right].$$

Tegyük fel, hogy a kiskereskedők sorrendje olyan, hogy $v_1 \geq v_2 \geq \dots \geq v_n$ teljesül. A fogyasztó elsőrendű feltételéből az i -edik kiskereskedő terméke iránti keresletre

$$q_i = \frac{1}{n(1-b)} [v_i - p_i + b(\bar{p} - \bar{v})]$$

adódik, a $\bar{p} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n p_j$ és $\bar{v} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n v_j$ jelöléssel.

Ahhoz, hogy lássuk, hogy azokban az egyensúlyokban, amelyekben egyetlen kiskereske-

dó követ követő magatartást, függ-e és ha igen, hogyan függ a társadalmi jólét szintje a követő kiskereskedő megválasztásától, azt kell felidézni, hogy korábbi eredményeink szerint a társadalmi jólétet a fogyasztók által fizetett átlagár és a viszonteladói árak változatossága befolyásolja: a társadalmi jólét csökken, ha a viszonteladói árak átlaga, vagy az árak változatossága növekszik. Tehát azt kell megvizsgálnunk, hogy hogyan függ az egyensúlyi viszonteladói árak átlaga és változatossága attól, hogy melyik kiskereskedő tölt be követő szerepet.

Tegyük fel tehát, hogy az egyensúlyban a d -edik kiskereskedő olyan szerződést választ, amely nem tartalmaz a viszonteladói árra vonatkozó megkötést, az összes többi kiskereskedő a viszonteladói árat meghatározó szerződést ír alá a beszállítójával. Így egyedül a követő szerepet betöltő d -edik kiskereskedő hoz az árra vonatkozó döntést a második periódusban. Olyan árat választ, amely a többi kiskereskedő adott ára mellett a saját profitját maximalizálja. A d -edik kiskereskedő elsőrendű feltétele:

$$\frac{\partial \pi_d}{\partial p_d} = q_d + p_d \frac{\partial q_d}{\partial p_d} = 0.$$

A d -edik kiskereskedő által érzékelt keresleti függvény ismeretében ebből a d -edik kiskereskedő árára

$$p_d = \frac{v_d + b(\bar{p} - \bar{v})}{2n - b}$$

adódik. Bármely más kiskereskedő vezető szerepet tölt be, így a követő vállalat reakciófüggvényének ismeretében választ a saját profitját maximalizáló, a viszonteladói árat megkötő szerződést. A j -edik kiskereskedő elsőrendű feltétele (ahol $j \neq d$):

$$\frac{d\pi_j}{dp_j} = q_j + p_j \frac{dq_j}{dp_j} = q_j + p_j \left(\frac{\partial q_j}{\partial p_j} + \frac{\partial q_j}{\partial p_d} \frac{\partial p_d}{\partial p_j} \right) = 0.$$

A j -edik kiskereskedő által érzékelt keresleti függvényből

$$\frac{\partial q_j}{\partial p_j} = -\frac{n-b}{n^2(1-b)} < 0$$

és

$$\frac{\partial q_j}{\partial p_d} = \frac{b}{n^2(1-b)},$$

a d -edik kiskereskedő reakciófüggvényéből pedig

$$\frac{\partial p_d}{\partial p_j} = \frac{b}{2(1-b)}$$

következik. Így a j -edik kiskereskedő elsőrendű feltétele

$$v_j - \frac{2n(2n-3b)+b^2}{2n(n-b)} p_j + b(\bar{p} - \bar{v}) = 0.$$

Összegezzük ennek az egyenletnek a bal oldalát minden $j \neq d$ esetére, használjuk fel a

$$\sum_{j \neq d} v_j = n\bar{v} - v_d$$

és a

$$\sum_{j \neq d} p_j = n\bar{p} - p_d$$

összefüggéseket, valamint a követő vállalat reakciófüggvényét. Átrendezést követően a vezető vállalatok által kért viszonteladói árak átlaga ha a d -edik vállalat tölt be követő szerepet:

$$\bar{p}^{-dF} = \frac{[2n(1-b)(n-b)(2n-b) + b^3]\bar{v} - b^2 v_d}{2(n-b)[2n(2-b) - b(4-b)]n}.$$

Vizsgáljuk meg a vezető vállalatok viszonteladói átlagának megváltozását, tehát a $\bar{p}^{-eF} - \bar{p}^{-dF}$ közötti különbséget, ha a szereplők arról az egyensúlyról, melyben a d -edik vállalat a követő, átváltanak arra az egyensúlyra, amelyben az e -edik vállalat a követő, ahol $v_e > v_d$:

$$\bar{p}^{-eF} - \bar{p}^{-dF} = \frac{-b^2}{2(n-b)[2n(2-b) - b(4-b)]n} (v_e - v_d) < 0.$$

Tehát az átlagár csökken, ha a követő vállalat termékét a fogyasztók kevesebbre értékelik. Ezért az árak átlaga akkor a legmagasabb, ha az 1. kiskereskedő tölt be követő szerepet és akkor a legalacsonyabb, ha az n -edik kiskereskedő az, aki nem köt a viszonteladói árat megkötő szerződést.

Megmutatható az is, hogy ha az árak átlaga növekszik, akkor egyúttal az árak változatosága is nagyobb. Így az árak akkor a legkevésbé változatosak, ha az egyensúlyban csak az első kiskereskedő nem köt a viszonteladói árat megszabó szerződést. Mivel mind az átlagár, mind az árak változatosága akkor legkedvezőbb a társadalmi jólét szempontjából, ha az 1. kiskereskedő viselkedik követőként az egyensúlyban, ezért egy olyan versenyszabályozás, amely csupán a domináns vállalat számára tiltja a viszonteladói ár megkötésére vonatkozó megállapodást a beszállítóval, a teljesen megengedő szabályozás nélkül előálló egyensúlyok legjobbikához vezet. Érdekes ezen a ponton felidézni, hogy a teljesen megengedő szabályozás mellett volt egy olyan egyensúly is a játéknak, amelyben minden kiskereskedő vezető szerepet tölt be, azonban ezt azok az egyensúlyok, amelyekben egy vállalat követő, Pareto-dominálják – legalábbis a kiskereskedők szempontjából. A társadalmi jólét azonban abban az egyensúlyban, amelyben minden vállalat vezető szerepet követ, szigorúan magasabb, mint bármely más egyensúlyban, így a viszonteladói ár megkötését a domináns vállalat számára tiltó szabályozás a társadalmi jólét második legmagasabb szintjét eredményezi.

Empirikus irodalom

A vertikális szerződéses kapcsolatokban alkalmazott korlátozások a versenyszabályozás egyik legtöbb vitát generáló és talán legkevésbé konzisztens területe. Időben többször változott a különböző ár és nem ár jellegű vertikális korlátozások megítélése. E terület versenyjogi értékelésének vitái és fordulatai a közgazdaságtani elméletekben és modellekben is tükröződnek. Éppúgy számos elméleti modellt találunk a vertikális korlátozások versenyt támogató következményeinek igazolására, mint a versenyellenes hatások melletti érvekre. Épp ezért különösen fontos, hogy megvizsgáljuk, hogy milyen empirikus tapasztalatok és bizonyítékok gyűltek össze e területről. E fejezetben a vertikális korlátozásokkal kapcsolatos empirikus irodalom összefoglalására teszünk kísérletet. Az empirikus irodalom eredményeinek összevetéséből megpróbálunk néhány általános következtetést is megfogalmazni. Bár az e kérdéskörrel foglalkozó empirikus irodalom egy része inkább azt vizsgálja, hogy mely feltételek mellett milyen típusú kizárólagos megállapodások és korlátozások elérhetőek a szerződés során a résztvevők között, mi inkább arra fókuszálunk, hogy milyen egyéni hasznok származnak a vertikális korlátozásokból, és mennyire kívánatosak, vagy sem társadalmi, jóléti szempontból. Azokat a módszereket és eredményeiket tekintjük át, amelyek a vertikális korlátozásoknak egyrészt a fogyasztói jólétre (például árakra, fogyasztás mennyiségére, vagy más fogyasztói jólétet mérő tényezőre), másrészt a profitokra, vagy a vállalat értékének más mérőszámaira gyakorolt hatását értékelik. E fejezet nagyban támaszkodik Lafontaine és Slade [2005] és Cooper et al [2005] összefoglaló munkáira kiegészítve az azóta született újabb empirikus tanulmányokkal.

Az ökonometriai modelleket és eszközöket alkalmazó empirikus tanulmányokat módszertanilag három tágabb csoportba lehet sorolni. Az első csoportba sorolhatók azok a tanulmányok, amelyek vertikális korlátozásokat alkalmazó illetve nem alkalmazó vállalatokat, vállalatcsoportokat, vagy területi régiókat vetnek össze. E tanulmányok az egyszerű leíró statisztikai vizsgálattól (Allen [1971], Jordan és Jaffee [1987], Reiffen és Kleit [1990], Hanssen [2000]) a módszertanilag szigorúbb ökonometriai elemzésig terjednek, amely ökonometriai modellek *keresztmetszeti* (Smith [1982], Hass és Wilson [1987], Brickley, Dark és Weisbach

[1991], Waterman és Weis [1996], Ford és Jackson [1997], Azoulay és Shane [2001], Blass és Carlton [2001], Chipty [2001], Sass [2004], Ferrari és Verboven [2010]), *idősoros* (Sass és Saurman [1996], Biscourp, Boutin és Vergé [2008]), vagy *panel* (Ornstein és Hanssens [1987], Culbertson és Bradford [1991] Sass és Saurman [1993], Slade [2000], Vita [2000], Barron, Taylor és Umbeck [2004], Hastings és Gilbert [2006], Hortacsu és Syverson [2007], Klick és Wright [2008]) adatokat használnak. Azonban az általánosan elmondható róluk, hogy abban az értelemben mind „egyszerűbbek”, hogy nem szimultán ökonometriai modelleket alkalmaznak, vagy ha igen, akkor az összetettebb strukturális modell helyett redukált egyenletekkel dolgoznak. Továbbá e tanulmányok többsége a vertikális kapcsolatrendszerrel érintő jogi, szabályozási környezet változásának hatását vizsgálja, ami lehetővé teszi a kutatóknak, hogy megfigyeljék, hogy a jogi környezet változására milyen válaszokat adnak két különböző vállalatcsoportban, a jogszabályi változás által érintett „kezelt” és a nem érintett kontrol csoportban. Ami azt jelenti, hogy nem úgynevezett irányított kísérletekről van szó (ahol a vertikális korlátozások egyes típusainak versenyre gyakorolt hatását tudnák *közvetlenül* vizsgálni), hanem jogszabályváltozások hatásait elemezve (egyfajta megfigyelésből származó készen kapott kísérletként) lehet közvetett módon következtetéseket megfogalmazni a vertikális korlátozások hatásaira. Ez olykor korlátozza a kapott eredmények érvényességét vagy robusztusságát (e problémára bizonyos tanulmányok eredményeivel kapcsolatban még visszatérünk).

Míg az előbb összefoglalt első csoportba sorolt tanulmányok a jogi környezet változásnak aktuálisan megfigyelhető következményeit vizsgálják, az empirikus tanulmányok második csoportjaként azokat a tanulmányokat tekinthetjük, amelyek a pénzügyi piacok vizsgálatában gyakran alkalmazott eseményvizsgálat (event studies) segítségével e változások piacok által előre jelzett jövőbeli következményeit értékelik. E megközelítésmód alap gondolata, hogy jól működő pénzügyi piacok esetén a részvényárfolyamok a jövőbeli hozamfolyamokat tükrözik, így a részvényárfolyamoknak a vertikális korlátozások jogszabályi kezelésének változására bekövetkező eltérése e jövőbeli hozamfolyamok változását, vagyis a jogszabályváltozás jövőbeli következményeit összegzi. E csoportba tartozó fontosabb tanulmányok: Gilligan [1986], Brickley, Dark és Weisbach [1991], Ippolito és Overstreet [1996], Snyder [1996], Mullin és Mullin [1997].

Végül a harmadik csoportba az összetettebb szimultán strukturális ökonometriai modellek sorolhatók, amelyek előnye egyrészt, hogy több endogén eredményváltozót tartalmazhatnak (tehát a vertikális korlátozások több tényezőre gyakorolt hatása együtt vizsgálható (amely tényezők egymásra is hatnak): például költségekre, kiskereskedelmi árra, fogyasztás (értékesítés) mennyiségére, kiskereskedelmi szolgáltatások szintjére gyakorolt hatások). Másik fontos előnyük, hogy lehetővé teszik, hogy az aktuálisan ténylegesen megfigyelhető összefüggések mellett a szabályozás lehetséges változásainak következményei is becsülhetők legyenek. Ilyen jellegű előrejelzésekre az előbbi két megközelítésmód csak nagyon korlátozott feltételek mellett használható. A vertikális korlátozásokkal foglalkozó, egyébként sem túl terjedelmes empirikus irodalomban elég kevés ilyen strukturális modelleket alkalmazó tanulmányt találunk, csak az utóbbi években születtek ilyen munkák (Asker [2004], Brenkers és Verboven [2004], Bonnet és Dubois [2010], Bonnet, Dubois és Villas Boas [2009]).

A továbbiakban először a különböző empirikus elemzési módok fő jellemzőit tárgyaljuk. Illusztrációként legtöbbször a vertikális korlátozások árra gyakorolt hatását használjuk, de a vizsgálatok, modellek függő változója természetesen más is lehet (kibocsátás, profit...), a fő módszertani jellegzetességekről és korlátokról megfogalmazott állítások érvényességét ez nem befolyásolja.

Az empirikus értékelés módszertani eszközei

A vertikális korlátozások következményeinek értékelésére a legegyszerűbb módszer néhány meggyőző leíró statisztika bemutatása. Például összegyűjthetjük az információkat a kiskereskedelmi árakról egy olyan régióban, ahol a korlátozó megállapodásokat tiltják és összevetjük olyan más régió áradatival, ahol az ilyen megállapodások megengedettek. Ezek a leíró statisztikák azonban csak arra használhatók, hogy megállapítsuk, van-e az adatokban valamilyen statisztikai szabályszerűség, amely további vizsgálatra és magyarázatra érdemes. Nyilvánvaló probléma azonban, hogy a megfigyelhető empirikus szabályszerűségeknek rendszerint több magyarázata is lehetséges. Ezért a kutatóknak a leíró statisztikát az ökonometriai elemzéssel kell kombinálniuk. A továbbiakban összefoglaljuk e kérdéskörben jellemzően használt ökonometriai megközelítésmódokat.

Keresztmetszeti, idősoros és panel adatokon végzett becslések

A legegyszerűbb ökonometriai módszer a vertikális korlátozások elemzésére a vállalatok vagy kiskereskedelmi egységek keresztmetszeti adatain végzett többváltozós regresszió (például azon kiskereskedelmi egységek árain, amelyeket bizonyos szerződésbeli korlátozások kötnek és amelyeket nem). Bár ezen elemzések fókuszában azon kétértékű (dummy) változó együttthatója áll, amely jelzi a vertikális korlátozás alkalmazását, azonban a regresszió jellemzően számos keresleti, kínálati és szabályozási változót is tartalmaz, amelyek szintén hatnak az árra.

Ezen elemzésekkel az a probléma, hogy a szerződésekben alkalmazott korlátozások endogének az összefüggésrendszerben (a szerződéses kapcsolatban). Jogi megkötések hiányában az upstream vállalat a szerződésben alkalmazott vertikális korlátozások olyan készletét választja, ami a profitját maximalizálni fogja, miközben a szerződésben résztvevő upstream és downstream vállalatoknak (gyártó és forgalmazó, vagy franchisor és franchisee) több olyan nem megfigyelhető jellemzője van, amelyek egyaránt hathatnak a kiskereskedelmi árra és a szerződésbe foglalt korlátozások megválasztására. Például a vertikális termelési lánc felső szintjén működő vállalatok gyakran választják a kizárólagos forgalmazást olyankor, amikor valamilyen alapvető beruházást kell eszközölniük, ugyanakkor e beruházások, azáltal, hogy hatnak a költségekre és/vagy a keresletre, befolyásolják az árat is. Ilyen esetekben az ökonometriai elemzésbe bevont, megfigyelhető változók között (vertikális korlátozás alkalmazása és kiskereskedelmi ár) ugyan korreláció van, de nem feltétlen van ok-okozati kapcsolat (például a beruházásnak köszönhető magasabb szintű kiskereskedelmi szolgáltatások miatt nő az ár és nem a forgalmazói szerződésben alkalmazott korlátozás miatt). Ezt azonban ezen ökonometriai módszerekkel nem tudjuk kimutatni. Ezen endogenitási problémát tovább súlyosbítja, hogy rendszerint igen nehéz olyan instrumentumokat találni, amelyek korrelálnak a vertikális korlátozás használatával, de nem befolyásolják a függő változót. Ami még rosszabb, hogy ilyen „ártatlan” instrumentumok hiányában bármely ilyen elemzési eszköz érvényességének formális értékelése is lehetetlenné válik.

E probléma kiküszöbölésére a kutatók gyakran olyan régiók keresztmetszeti adatait használják, ahol bizonyos típusú vertikális korlátozást tiltanak, illetve ahol nem. Amiatt hogy a korlátozás tiltása a vertikális kapcsolatrendszeren kívülről jön, azt gyakran gondolják exogénnek. És bár igaz, hogy ilyen esetben az endogenitási probléma csökken, de nem szűnik meg. Ennek illusztrálására tegyük fel, hogy azt találjuk, hogy az árak magasabbak azokban a régiókban, ahol az árrögzítő megállapodások (RPM) használata megengedett. Elkapkodva és kicsit könnyelműen arra a következtetésre juthat valaki, hogy az RPM magasabb árakat okoz. Habár az is lehetséges, hogy az RPM épp azon földrajzi területeken nem tiltott, ahol a vállalatoknak mind a vertikális termelési lánc felső és alsó szakaszán jelentős piaci erejük van és így a kettős árrés problémája jelentősebb. Vagyis az endogenitási probléma nem szűnik meg, hiába jön kívülről, jogszabályokból az árrögzítés alkalmazhatósága, mivel a jogszabályokban alkalmazott megítélése az árrögzítésnek korrelál más, az árat befolyásoló nem megfigyelhető változóval. Ilyen esetben a magasabb árak éppen hogy nem az árra vonatkozó szerződéses korlátozásoknak köszönhetők, sőt az RPM valószínűleg csökkentette a két régió árai közti különbséget. Ez viszont ezen „egyszerű” regressziós modellekből nem deríthető ki.

Az idősoros adatokon végzett becslések esetében, amikor különböző időszakok adatait (például jogszabályváltozás előtt és után: egyik időszakban megengedett bizonyos típusú szerződéses korlátozás használata, a másik időszakban nem) használják, ugyanezen problémák merülnek fel, mivel időben más tényezők is változhattak, így bár könnyű lenne az árváltozást a jogszabályváltozásnak tulajdonítani, ezen attribúció nem biztos, hogy érvényes.

Ha az elemzés alapjául szolgáló változók – amelyek hatnak mind a vertikális korlátozás alkalmazására, mind a függő változóra (például árra) – *időben állandók*, akkor az eddig tárgyalt endogenitási probléma enyhíthető panel adatok (keresztmetszeti adatok idősora) használatával. Panel adatokon végzett becslésre ilyenkor használhatunk *fix-hatású modellt*, ami eltávolítja a nem megfigyelhető regionális, márkával vagy kiskereskedelmi egységekkel kapcsolatos időben állandó jellemvonások hatásait, amelyek az endogenitási problémát okozták. Azonban ha a nem megfigyelhető sajátosságok időben nem állandóak, akkor az endogenitási probléma nem megoldható a panel adatok alkalmazásával sem. A panel adatok alkalmazása csábít arra, hogy késleltetett endogén (eredmény-) változókat használjunk azt remélve, hogy azok predetermináltak. Azonban ez a remény szertefoszlik, ha a megfigyelt és a nem megfi-

gyelhető változók korrelálnak. Bár a modell tökéletesen illeszkedik az adatokra és a becslések ésszerűnek tűnnek, alapvető problémák merülnek fel. A modell megsérti az autokorrelálatlanság feltételét, valamint azt a feltételt, miszerint a független változók nem korrelálhatnak az eltérésváltozóval. Mindez a rossz specifikáció a becsléseket torzítottá teszi. Ez a probléma a vertikális korlátozással foglalkozó ökonometriai becslésekben erőteljesen jelentkezik, mivel nem túl nagy mintákkal dolgoznak (késleltetett eredményváltozók használatakor minél kisebb a minta, annál nagyobb a becslések torzítása (és annál használhatatlabbak a hipotézisvizsgálatok, próbák). Ráadásul az autokorreláció és a késleltetett eredményváltozók együttese megszünteti a konzisztencia tulajdonságot, a becslések és a velük készített előrejelzések torzítottak és inkonzisztensek lesznek (továbbá a reziduumok és szten-derd hibák is inkonzisztensek lesznek, így a tesztek még nagy minták esetén sem érvényesek, valamint az elsőrendű korrelációra vonatkozó Durbin-Watson próba sem lehet érvényes. Lásd erről Ramanathan [2003] 464-466.o.).

Megfigyelésből származó készen kapott „természetes kísérlet” (Natural Experiment)

Igen ritka, hogy a jogszabályokat azért módosítanák, hogy a közgazdászoknak lehetővé tegyék, hogy adatokat gyűjtsenek a vertikális korlátozások egyes típusainak versenyre gyakorolt hatásának *közvetlen* vizsgálatára (egyfajta irányított kísérletekként). Ugyanakkor az e területet érintő jogszabályi változások egyfajta készen kapott kísérletként (natural experiments) szolgálhatnak a kutatók számára. A jogszabályváltozások hatásit elemezve (egyfajta megfigyelésből származó készen kapott kísérletként) lehet közvetett módon következtetéseket megfogalmazni a vertikális korlátozások hatásaira. Az e körbe sorolható tanulmányok a vertikális kapcsolatrendszeret érintő jogi, szabályozási környezet változásának hatását vizsgálja, ami lehetővé teszi a kutatóknak, hogy megfigyeljék, hogy a jogi környezet változására milyen válaszokat adnak két különböző vállalatcsoportban, a jogszabályi változás által érintett „kezelt” és a nem érintett kontrol csoportban. Tehát összefoglalva, azokat az elemzéseket sorolhatjuk ide, amelyek a következőképpen jellemezhetők i) a szabályozás exogén változásán alapulnak, ii) van egy megfigyelt csoport, amely a szabályozás változásában érintett (a kezelt csoport), iii) és egy csoport, amelyik nem érintett (kontrol csoport), iv) e két csoportnak a jogszabályváltozásokra adott eltérő válaszaiból azonosítják a vertikális korlátozások hatásait.

Formalizálva, tegyük fel, hogy egy termékből n számú márka van és adott $i = 1, \dots, n$ márkát két régióban ($j = 1, 2$) értékesíthetnek két időperiódusban ($t = 1, 2$), ahol az első periódus a jogszabályváltozás előtti időpont, a második pedig a jogszabályváltozás utáni. Az árra vonatkozó lineáris regresszió egyenlete a következőképp írható fel:

$$p_{it}^j = \alpha_i + \delta^j + \gamma^j D_2 + \beta^T X_{it} + u_{it}^j$$

ahol D_2 egy dummy változó, aminek a második periódusban az értéke eggyel egyenlő, X_{it} a megfigyelt márka jellemzőinek vektora és u_{it}^j pedig egy reziduum (hibatag). Ekkor az i márka árváltozás a j régióban:

$$\Delta_i^j = p_{i1}^j - p_{i2}^j = \gamma^j + \beta^T (X_{i2} - X_{i1}) + u_{i2}^j - u_{i1}^j$$

Ekkor használhatjuk az úgynevezett difference-in-difference módszert (a „különbségek változásnak” módszere), amely módszerrel alapvetően azt vizsgálhatjuk, hogy miképpen várható, hogy változik két kiválasztott csoport helyzetében meglévő különbség két időperiódus között. Vagyis jelen esetben azt becsüljük, hogy miként változik a két régió árainak eltérése a jogszabályváltozás után (vagyis a vertikális korlátozások eltérő alkalmazása miatt, amely eltérés a jogszabályváltozásban való különböző érintettségéből fakadt). A két időszak közti árváltozások egyes régióbeli értéke különbségének várható értéke ebben az esetben:

$$DD = E(\Delta_i^1 - \Delta_i^2) = \gamma^1 - \gamma^2.$$

Amennyiben a hibatag, u_{it}^j korrelálatlan a megfigyelt magyarázó változóval, X_{it} -vel, a jogszabályváltozás hatásainak difference-in-difference becslése torzítatlan lesz.

Eseményvizsgálat (Event Studies)

Az előzőekben tárgyalt megközelítésmódok a szabályozási politika vertikális korlátozásokat érintő változásainak megfigyelt, tehát már megtörtént következményeit vizsgálták. Azonban arra vonatkozóan is készíthetők jövőre irányuló előrejelzések, hogy hogyan hatnak ezen jogszabályváltozások a vállalatok értékére. Az empirikus tanulmányok itt tárgyalt csoportjába azok a tanulmányok sorolhatók, amelyek a pénzügyi piacok vizsgálatában gyakran alkalmazott eseményvizsgálat (event studies) segítségével e változások piacok által előre jelzett jövőbeli következményeit értékelik. Ez a módszer azonban megköveteli, hogy a vizsgált vállalatok tőzsdén jegyzettek, vagyis az értékpapírpiacokon értékeltek legyenek. E megközelítésmód alap gondolata, hogy jól működő pénzügyi piacok esetén a részvényárfolyamok az összes aktuálisan rendelkezésre álló információt magukba sűrítik, és így a jövőbeli várható hozamfolyamokat tükrözik.⁷ Tehát a részvényárfolyamoknak a vertikális korlátozások jogszabályi kezelésének változására bekövetkező eltérése e jövőbeli hozamfolyamok változását, vagyis a jogszabályváltozás jövőbeli következményeit összegzi.

Általánosan elterjedt, hogy ilyen eseményvizsgálatot Sharpe [1963] piaci modelljére alapoznak, ami összekapcsolja adott i eszközre jutó t periódusbeli hozamot (R_{it}) az ugyanezen periódusbeli piaci hozammal (R_{mt}), ahol a piaci hozam a kereskedésben forgó eszközök egy széles portfóliójának hozama:

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + u_{it} \quad i = 1, \dots, n \quad t = 1, \dots, T$$

Hogy egy esemény ezen fajta értékelése érvényes legyen, például egy jogszabály törvénybeiktatásánál, elengedhetetlen, hogy az esemény „meglepetés” legyen (különben a várakozásokba már előbb beépülne a következmények értékelése, tehát a törvénybeiktatás „eseménye” utáni árfolyamváltozás már nem tükrözné a jogszabályváltozás következményeinek piaci értékelését). Sokszor azonban kevés újdonság van az „eseményben”, például egy törvény végső változatának beiktatásában. Éppen ezért gyakori megoldás, hogy az eseményt felosztják

⁷ MacKinlay [1997] az eseményvizsgálat (event studies) közgazdaságtani és pénzügytani felhasználásainak általános tárgyalását adja.

alesemények sorozatára, hogy megragadható legyen a hír evolúciója. Illusztrációképp, például egy jogszabály elfogadása folyamatának aleseményei lehetnek:

- javaslat tétel
- megfelelő bizottság kialakítása
- a jogszabálytervezet nyilvánosságra hozása
- a jogszabálytervezet átmegy az első testület
- a jogszabálytervezet átmegy a második testület
- az egyeztetett jogszabályt megtárgyalása
- a végleges jogszabály törvénybeiktatása

Az egyes alesemények értékeléséhez a piaci modellt bővíteni kell dummy változók egy sorozatával: D_{st} , $s = 1, \dots, S$, ahol $D_{st} = 1$ ha s alesemény bekövetkezik a t időperiódusban, különben pedig az értéke nulla:

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + \sum_s \gamma_{si} D_{st} + u_{it} \quad i = 1, \dots, n \quad t = 1, \dots, T$$

Az előbbi egyenlet becsülhető a látszólag össze nem függő regressziók (seemingly unrelated regressions - SUR) módszerével. Azután a becsült γ_{si} hatások összegezzethető a az összes aleseményre, hogy megkapjuk az esemény teljes hatását az összes vállalat számára.

Szimultán strukturális modellek

Az eddig tárgyalt ökonometriai módszerek vagy nem szimultán modellek voltak, vagy ha azok, akkor redukált egyenletekkel dolgoztak. Ezekből a modellekből azonban nem lehet visszanyerni a strukturális (magatartási) paramétereket, amelyek az izléseket vagy technológiát és így a költségeket jellemzik. Vagyis bizonyos típusú vizsgálatokra nem alkalmasak. Például redukált egyenletek *nem használhatók előrejelzésre*, nem alkalmasak arra, hogy *ex ante* a szabályozás változásának következményeit előre jelezzük. Az itt tárgyalt összetettebb szimultán strukturális ökonometriai modellek előnye, hogy több endogén eredményváltozót tartalmazhatnak (tehát a vertikális korlátozások több tényezőre gyakorolt hatása együtt vizsgálható

(amely tényezők egymásra is hatnak): például költségekre, kiskereskedelmi árra, fogyasztás (értékesítés) mennyiségére, kiskereskedelmi szolgáltatások szintjére gyakorolt hatások), miközben lehetővé teszik, hogy a ténylegesen megfigyelhető megvalósult következmények mellett a szabályozás lehetséges változásainak következményei is becsülhetők legyenek. A strukturális ökonometriai modellek alkalmazása eléggé elterjedt a horizontális piaci szerkezet változásának becslésére⁸ például fúziók és felvásárlások esetén, de a vertikális kapcsolatrendszerben alkalmazott szerződéses korlátozásokkal foglalkozó, egyébként sem túl terjedelmes empirikus irodalomban igen kevés ilyen strukturális modelleket alkalmazó tanulmányt találunk, csak az utóbbi években születtek ilyen munkák (Asker [2004], Brenkers és Verboven [2004], Bonnet és Dubois [2008], Bonnet, Dubois és Villas Boas [2009]).

A strukturális modellek használatának két nagy előnye van. Az egyik, hogy jogszabályi változások hatásai még a tényleges bevezetés előtt becsülhetők a változás előtti adatokból becsült modellen alapuló szimulációkkal (lásd például Brenkers és Verboven [2004] elemzését, amiben a kizárólagos és szelektív forgalmazási gyakorlat megszüntetésének hatásait vizsgálták az európai személygépkocsi iparágban). A strukturális modellek ezen előnye azért különösen fontos, mert jóval költségesebb egy téves szabályozást utólag visszavonni a vállalatok alkalmazkodása után, mint megváltoztatni a szabályozási tervezetet *ex ante*.

A másik haszna e modelleknek, hogy elősegítik az identifikációs probléma megoldását, mivel rákényszerítik a kutatókat arra, hogy specifikálják a rendszer összes egyenletét és igazolják a korlátozó feltételeket. Ez analóg a keresleti-kínálati modelleknek a teljes információs maximum-likelihood (fullinformation maximum likelihood, FIML) módszerrel történő becslésére, amihez nincs szükség a modellen kívüli további instrumentális változókra. Általánosabb gyakorlat azonban, hogy az összetett strukturális modell becslésére az általánosított momentumok módszerét (*Generalized Method of Moments*, GMM) használják, ami rendszerint további instrumentális változók használatát igényli (például Mortimer [2004]).

Ugyanakkor van néhány hátránya is a strukturális modellek használatának. A strukturális modell alkotása megkívánja, hogy erős feltevéseket tegyünk a piaci egyensúlyra vonatkozóan.

⁸ Lásd erről Lafontain és Slade [2007] összefoglaló munkáját.

Ez a követelmény még erősebben jelentkezi a vertikális kapcsolatrendszer vizsgálatakor, mivel egyszerre egy horizontális és egy vertikális specifikációra is szükség van. Nemcsak hogy a vertikális szerkezet azonos szintjén működő vállalatok közti játékot kell specifikálni⁹, hanem egyúttal azt is pontosan meg kell határozni, ahogy a vállalatok a vertikális szerkezeten belül interakcióba lépnek egymással (például a gyártó és a vele kapcsolatban álló forgalmazó). Sajnos azonban épp ezen kérdésekben nincs meg az egyetértés e témakör elméleti irodalmában sem a teoretikusok között, így az empirikus kutatásokban gyakran igen nehéz specifikálni ezen információkat *a priori*. Pedig a rosszul meghatározott egyensúlyi feltételek a strukturális paraméterek torzított becsléséhez vezetnek és ezáltal a szabályozás változtatás hatásainak pontatlan előrejelzését eredményezik.

A másik hiányossága a strukturális modelleknek, hogy nagyon nehéz előre jelezni a költségek azon változásait, amelyek a piacszerkezet vagy a jogszabályi környezet változása miatt következnek be.¹⁰ Ez különösen probléma a vertikális ügyek esetében, mivel épp azon motivációs és információs problémákhoz kapcsolódó költségek (például ún. ügynökköltség (agency costs)) változnak, amelyek a vállalatok vertikális szerkezettel kapcsolatos döntéseinek a középpontjában vannak. Azonban mindezen nehézségek ellenére is ezen modellek felhasználása igen ígéretes e területen is (és mint korábban említettük, az utóbbi öt-hat évben meg is figyelhető a szaporodásuk).

Az alábbi 1. táblázat összefoglalja a fellelt empirikus tanulmányok módszertani csoportosítását. Láthatjuk, hogy a leggyakrabban alkalmazott értékelési módszer a keresztmetszeti illetve a panel adatokon végzett elemzés, de mindegyik eddig ismertett módszertani megközelítésmódra találunk példát.

⁹ Ezt nevezhetjük horizontális specifikációnak. Ráadásul a vertikális tevékenységi lánc minden szintjére meg fogalmazni a piaci versenyre/egyensúlyra vonatkozó erős feltételeket.

¹⁰ Tulajdonképpen ezt még horizontális fúziós szimulációk esetében is elhanyagolják, miközben pedig igen tanulságos lenne olyan költségfüggvény becslése, ami lehetővé teszi, hogy a változásnak köszönhető méret- és választékgazdaságosság növekedést is értékelni lehessen.

1. táblázat: A vertikális korlátozások hatásait értékelő empirikus tanulmányok módszertani csoportjai¹¹

Elemzés típusa	Szerző	Év	Iparág	Korlátozás
Leíró	Jordan és Jaffee Hanssen	1987 2000	sör nagykereskedelem mozifilm forgalmazás	kizárólagos területi megállapodás árkapcsolás
Keresztmetszeti	Smith II Hass-Wilson Brickley, Dark és Weisbach Azoulay és Shane Blass és Carlton Sass Ferrari és Verboven	1982 1987 1991 2001 2001 2005 2010	gépkocsi forgalmazás kontaktlencse különböző iparágak különböző iparágak benzin kiskereskedelem sör nagykereskedelem lapterjesztés	többféle árkapcsolás felmondás korlátozása kizárólagos területi megállapodás jogsabályi tiltás (I) kizárólagos értékesítés forgalmazási engedély korlátozása
Idősorok	Sass és Saurman Biscourp, Boutin és Vergé	1996 2008	sör nagykereskedelem élelmiszer	kizárólagos területi megállapodás árkorlátozás
Panel	Ornstein és Hanssen Culbertson és Bradford Sass és Saurman Slade Vita Barron, Taylor és Umbeck Klick és Wright	1987 1991 1993 2000 2000 2004 2008	denaturált szeszek sör nagykereskedelem sör nagykereskedelem sör nagykereskedelem gázolaj kiskereskedelem gázolaj kiskereskedelem sör nagykereskedelem	árkorlátozás (RPM) kizárólagos területi megállapodás kizárólagos területi megállapodás kizárólagos értékesítés Szétválasztás (I) beszerzés korlátozása kizárólagos területi megállapodás és kizárólagos értékesítés
Természetes Kísérlet	Barron és Umbeck Ippolito és Overstreet Slade	1984 1996 1998	benzin kiskereskedelem üvegárúk sör kiskereskedelem	Szétválasztás (I) árkorlátozás (RPM) Szétválasztás (II)
Esettanulmány	Gilligan Brickley, Dark és Weisbach Ippolito és Overstreet	1986 1991 1996	többféle többféle üvegárúk	árkorlátozás (RPM) felmondás korlátozása árkorlátozás (RPM)
Strukturális modell	Asker Brenkers és Verboven Bonnet és Dubois Bonnet, Dubois és Villas Boas	2004 2006 2010 2009	sör nagykereskedelem autóipar palackozott víz kávé	kizárólagos értékesítés kizárólagos területi megállapodás árkorlátozás (RPM) árkorlátozás (RPM)

¹¹ Lafontaine és Slade [2005] alapján.

Empirikus eredmények

A vertikális korlátozások piaci kimenetekre gyakorolt hatásait vizsgáló empirikus tanulmányok eredményeit a 2-3. táblázatok foglalják össze.¹² Az empirikus tanulmányok többsége olyan alaphelyzetet vizsgált, amelyben a vertikális értéklánc alsó szintjén tevékenykedő vállalatok kizárólagos forgalmazók vagy kiskereskedők (például autó, vagy benzin kiskereskedelem), de néhány olyat is találunk köztük, ahol közös forgalmazók végzik a különböző gyártók termékeinek értékesítését (például denaturált szesz és üvegáruk).

A táblázatokban felsorolt tanulmányok többsége a vertikális korlátozások hagyományos típusaival foglalkoznak. Azonban található köztük a vertikális korlátozások típusainak hagyományos listáján túlmutató, de a vertikális kapcsolatrendszer és piaci végeredményeket hasonlóképp befolyásoló két sajátos típust is. Az elsőbe néhány olyan tanulmány sorolható, amelyek annak következményeit vizsgálják, ha a vertikális tevékenységi lánc felső szintjén működő vállalatot korlátozzák abban, hogy mikor szüntetheti meg, vagy mondhatja fel a franchise megállapodást adott kiskereskedő esetében. A táblázatban erre a „felmondás korlátozása” néven hivatkozunk. Az upstream vállalat ezen korlátozása általában a helyi önkormányzat által alkalmazott jogi eszköz, válaszképp akkor, ha úgy észlelik, hogy a gyártók a kiskereskedőkkel méltánytalanul bánnak. Vagyis tulajdonképp ez a vertikális tevékenységi lánc alsó szintjén tevékenykedő vállalatok által a felső szinten működő vállalatokra közvetve (a helyi hatóság/önkormányzat segítségével) kirótt korlátozás. Ez épp ellentétes a vertikális korlátozások gyakoribb esetével, amikor az upstream vállalat korlátozza a downstream vállalat döntéseit.

A másik sajátos típusba azokat a tanulmányokat sorolhatjuk, amelyek a vertikális szerkezet egyes szintjeink törvényi szétválasztását vizsgálják és e szétválasztás különböző eseteinek következményeit értékelik. A szétválasztás (Divorcement) az upstream és a downstream vállalatok közt köthető szerződés egyes típusainak jogi korlátozása. Egy kiskereskedelmi egység

¹² Mint e fejezet elején említettük az empirikus tanulmányok eredményeinek összefoglalása és így e táblázatok is nagyban támaszkodik Lafontaine és Slade [2005] és Cooper et al [2005] összefoglaló munkáira, kiegészítve az azóta született újabb tanulmányokkal.

tulajdonosa lehet például vagy a gyártó, vagy a forgalmazó, illetve a működtető is lehet bármelyik fél. Illusztrációként, egy benzinkút tulajdonosa lehet az olajipari cég (mint gyártó) és maga is működtetheti (GyGy), vagy lehet az a kombináció, hogy az olajipari vállalat a tulajdonos, de egy független forgalmazó vállalkozó működteti (GyF), illetve a harmadik kombináció, hogy független forgalmazó vállalkozó a tulajdonos és működtető is (FF).¹³ Az erősebb korlátozást, a GyGy típusú szerződés tiltását „Szétválasztás I.”-ként jelöltük a táblázatban, a GyF típusú szerződések tiltását pedig „Szétválasztás II.”-ként.

¹³ Természetesen van egy negyedik elméleti eset is, (FGy), de ez a gyakorlatban nem megfigyelhető.

2. táblázat: Az önkéntes vertikális korlátozások hatásainak értékelése

Szerző	Év	Iparág	Változó (Y)	Hatás (Y)	Hatás (W)
Kizárólagos értékesítés					
Slade	2000	sör kiskereskedelem	ár (kisker)	+	-
Asker	2004	sör nagykereskedelem	költség	-	+
Sass	2005	sör nagykereskedelem	ár (nagyker) fogyasztás	+	+
Kizárólagos területi megállapodás					
Jordan és Jaffee	1987	sör nagykereskedelem	ár (nagyker)	+	-
Sass és Saurman	1993	sör nagykereskedelem	ár (kisker) fogyasztás	+	+
Sass és Saurman	1996	sör nagykereskedelem	fogyasztás	+	+
Azoulay és Shane	2001	különböző iparágak	túlélés	+	+
Brenkers és Verboven	2006	autóforgalmazás	ár (kisker)	+	-
Arukapcsolás					
Hanssen	2000	mozifilm forgalmazás	fogyasztás	+	+
Érkorlátozás (RPM)					
Gilligan	1986	többféle	árfolyam	vegyes	nem egyértelmű
Ippolito és Overstreet	1996	üvegáruk	fogyasztás árfolyam	+	+
Foros és Steen	2008	benzin kiskereskedelem	ár	-	+
Bonnet, Dubois és Villas Boas	2009	kávé	ár (kisker)	-	+
Bonnet és Dubois	2010	palackozott víz	ár (kisker)	+	nem egyértelmű
Egyéb korlátozások					
Beszerezés korlátozása					
Barron, Taylor és Umbeck	2004	gázolaj	ár (kisker)	-	+
Forgalmazás korlátozása¹⁴					
Cooper	2006	Kontaktlencse	ár (kisker)	nincs hatással	nincs hatással

¹⁴ A forgalmazás korlátozása az eladó típusának (Cooper [2006] a 2. táblázatban) vagy az eladók számának (Ferrari és Verboven [2010] a 3. táblázatban) korlátozására utal.

3. táblázat: A kötelezővé tett vertikális korlátozások hatásainak értékelése

Szerző	Év	Iparág	Változó (Y)	Hatás (Y)	Hatás (W)
Kizárólagos értékesítés					
Klick és Wright	2008	sör nagykereskedelelem	fogyasztás	+	nem egyértelmű
Ferrari és Verboven	2010	lapterjesztés	profit és kiskereskedelmi üzletek száma	- +	nem egyértelmű
Kizárólagos területi megállapodás					
Smith II	1982	autóforgalmazás	forgalmazók száma	-	nem egyértelmű
Culbertson és Bradford	1991	sör nagykereskedelelem	ár	+	-
Klick és Wright	2008	sör nagykereskedelelem	fogyasztás	+	nem egyértelmű
Árukapcsolás					
Hass-Wilson	1987	kontaktlencse	ár	+	-
Érkorlátozás (RPM)					
Ornstein és Hanssen	1987	denaturált szeszek	ár licenz értéke fogyasztás	+ + -	-
Bailey és Leonard	2010	videójáték	ár	nincs hatással	nincs hatással
Felmondás korlátozása					
Smith II	1982	autóforgalmazás	forgalmazók száma árfolyam	+ -	nem egyértelmű -
Brickley, Dark és Weisbach	1991	többféle			
Klick és Wright	2008	sör nagykereskedelelem	fogyasztás	-	nem egyértelmű
Forgalmazói engedély¹⁵					
Smith II	1982	autóforgalmazás	ár fogyasztás forgalmazók száma	+ - -	-
Szétválasztás					
Barron és Umbeck	1984	benzin	ár nyitvatartási idő	+ -	-
Slade	1998	sör kiskereskedelem	ár	+	-
Vita	2000	gázolaj	ár	+	-
Blass és Carlton	2001	gázolaj	költség	+	-

¹⁵ A forgalmazói engedély a belépési korlátok egy formája.

E táblázatok a vertikális korlátozásokkal foglalkozó empirikus irodalom jelentős részét összefoglalják és az első benyomás, ami feltűnhet az olvasónak, hogy bár minden típusú vertikális korlátozás következményeinek vizsgálatára találunk példát, összességében is és az egyes kategóriákon belül is elég kevés empirikus találmány van. Ez különösen feltűnő, ha összevetjük az elméleti cikkek nagy számával, vagy azon iparágak számával, amelyekben elterjedt a vertikális korlátozások alkalmazása. Sokkal több empirikus vizsgálatra lenne szükség, hogy megnyugtató módon tudjunk állításokat megfogalmazni a vertikális korlátozások hatásairól és így társadalmi és szabályozói megítéléséről.

A 2. és 3. táblázat a tanulmányok ugyanazon halmazát mutatja be, csak más rendező elv alapján. Először is Lafontaine és Slade [2005] nyomán elkülönítettük két külön táblázatba azon eseteket, amikor a vertikális korlátozások önként a piaci szereplők által választottak és amikor a vertikális struktúrára kívülről rákényszerített. Ezekben belül pedig elkülönítettük a vertikális korlátozások egyes típusaival foglalkozó tanulmányokat. A 2. táblázat a piaci szereplők által választott/kivetett vertikális korlátozásokat vizsgáló tanulmányok eredményeit foglalja össze. Ezen esetekben tehát a résztvevők önként emelik be a megegyezésbe és írják bele a szerződésbe ezen korlátozásokat, ami alapján joggal feltételezhető, hogy e korlátozások növelik a vertikális lánc nyereségességét. A fogyasztói jólétre gyakorolt hatásuk azonban továbbra is kérdéses. Ezzel szemben a 3. táblázat a kívülről kötelezővé tett vertikális korlátozások értékelését tartalmazza, ahol a kormányzat/hatóság beavatkozik és előírja például, hogy a kiskereskedőknek biztosítsanak kizárólagos értékesítési területet (például a sör forgalmazása esetében az Egyesült Államok bizonyos államaiban), vagy a kiskereskedővel kötött szerződés (jellemzően franchise szerződések) felmondásának korlátozására ró ki szabályokat.

Mindkét táblázatban az utolsó három oszlop mutatja, hogy milyen eredményváltozó (Y) állt az egyes tanulmányok vizsgálatának középpontjában (az ökonometriai modell eredményváltozója); a vertikális korlátozás becsült hatásának irányát ezen eredményváltozóra (Hatás (Y)); végül a tanulmány végső következtetését arról, hogy a vertikális korlátozás hogyan hatott a fogyasztói jólétre (Hatás (W)). Például, ha a vizsgált eredményváltozó a fogyasztás mértéke, akkor az utolsó előtti oszlopban szereplő + jel jelentése az, hogy a vertikális korlátozásnak köszönhetően nőtt a fogyasztás, míg az utolsó oszlopban található + pedig azt jelenti, hogy a vertikális korlátozás alkalmazása következményeként nőtt a fogyasztói jólét.

A jóléti hatás értékelésénél minden vizsgált hatást figyelembe vettünk, ami azt jelenti, hogy például ha a vertikális korlátozás következményeként azt becslik, hogy nőnek az árak és ezzel párhuzamosan nő a fogyasztás is, akkor arra következtethetünk, hogy ez a fogyasztóknak összességében jó. A magasabb árak és növekvő fogyasztás kombinációja ugyanis arra utal, hogy emelkedett a kiskereskedelmi szolgáltatások szintje, amit ugyan költséges nyújtani, de a fogyasztók számára többletértékkel bír. Ezzel szemben, ha a vizsgálat konklúziója csak az, hogy nőttek az árak, akkor azt a fogyasztói jóléti csökkenésként minősítettük. Sajnos azonban, ha egy tanulmány csak az árra való hatást vizsgálta, akkor nem biztos, hogy a vertikális korlátozás jóléti következménye ilyen egyértelmű lenne. Bár az önmagában növekvő árakat jólétsökkenésként jelöltük a táblázatokban, az lehet pozitív is, ha közben a szolgáltatások minőségének növekedésével párosulnak (amit viszont ezen tanulmányok nem vizsgáltak).

Az empirikus tanulmányok csekély száma miatt nehéz egyértelmű állásfoglalást tenni az empirikus bizonyítékok irányával kapcsolatban. Ez különös igaz, ha azt is figyelembe vesszük, hogy milyen kevés példa van a különböző ökonometriai módszerekre külön-külön (főleg az identifikációs problémára tekintettel), továbbá, hogy mennyire nem egyértelmű önmagában csak az árhatásnak az értékelése (márpedig számos tanulmány csak azt vizsgálta önmagában). Ugyancsak nehéz jóléti szempontból értékelni egy vertikális korlátozásnak a franchise hálózat méretére vagy a kiskereskedelmi forgalmazó helyek számára gyakorolt hatását, mivel az értékesítőhelyek számának növekedése ugyan csökkentheti a vásárlók tranzakciós költségeit (például utazási és szállítási költségeket), de az újabb üzlet állandó költségéből fakadó költségnövekedés az egy üzletre jutó kereslet csökkenésével (mivel több bolt között oszlanak el a vásárlók) együtt az árak növekedését is okozhatja. Így azon tanulmányok eredményei alapján sem lehet határozott jóléti következményeket megfogalmazni, amelyek a kiskereskedelmi értékesítőhelyek számára gyakorolt hatást vizsgálták (például Smith [1982], Ferrari és Verboven [2010]).

Mindezek ellenére igen fontos állítás látszik kirajzolódni az eredményekből. A 2. táblázatból láthatjuk, hogy három eset kivételével a magánérdekek alapján önkéntesen választott vertikális korlátozások javítottak a fogyasztók jólétén (vagy néhány esetben legalábbis nem

rontottak). A három kivétel pedig mind olyan tanulmányok, amelyek megállapították, hogy a vertikális korlátozás növelte az árat, azonban kizárólag az árra gyakorolt hatást vizsgálták, amivel kapcsolatban korábban kifejtettük, hogy ezen árhatás jóléti értékelése önmagában messze nem egyértelmű. Ezen, a jóléti értékelés szempontjából problémás, eseteket kihagyva a 2. táblázatból azt látjuk, hogy az önkéntesen megválasztott vertikális korlátozások alacsonyabb költségeket, növekvő fogyasztást, növekvő tőzsdei értéket és a túlélés esélyének növekedését eredményezték.

Ezzel szemben a 3. táblázat azt mutatja, hogy amikor a vertikális korlátozásokra vonatkozó kötelezettségeket a hatóságok róják ki, azok szisztematikusan csökkentik a fogyasztói jólétet, vagy legalábbis nem javítják. Úgy tűnik tehát, hogy amikor a forgalmazók vagy a vevők csoportjai meggyőzik a kormányzatot, hogy „orvosolják” a méltánytalan kezelésüket, amit állításuk szerint elszenvednek, a következménye ennek magasabb árak, magasabb költségek, és csökkenő fogyasztás mellett csökkenő profit upstream szinten.

Az empirikus bizonyítékok általánosságban tehát azt mutatják, hogy az önkéntesen vállalt vertikális korlátozások esetében a fogyasztói jólét alakulása egybevág a gyártók profitváltozásának alakulásával. Ezzel szemben, amikor a kormányzat/hatóság beavatkozik és arra kényszeríti a vállalatokat, hogy alkalmazzanak valamely vertikális korlátozásokat (vagy éppen felhagyjanak vele), akkor az a fogyasztókat rosszabb helyzetbe hozza. Ráadásul ez még akkor is igaz, ha ezen nyomás a beavatkozásra épp a fogyasztóktól indult. Amikor a nyomás a vertikális tevékenységi lánc alsó szintjén tevékenykedő vállalatoktól ered, akkor a beavatkozás jó eséllyel menedéket nyújt a forgalmazóknak és egyúttal megakadályozza a gyártókat, hogy a vertikális korlátozásokat, mint ösztönző eszközöket használhassák.

Tehát azt állapíthatjuk meg, hogy bár erősen korlátozott a rendelkezésre álló empirikus tanulmányok köre – igaz ez a kutatások alkalmazott elemzési technikáira, az iparági lefedettségére, vagy egyes tanulmányok eredményeinek jóléti értékelhetőségére –, azonban e korlátozott bizonyítékok konzisztensnek és meggyőzőnek tűnnek. A 2. és 3. táblázat összefoglaló eredményei azt sugallják, hogy a gyártó – kereskedő viszonyrendszerben alkalmazott vertikális korlátozások társadalmilag kívánatosak, amikor a szereplők magán érdekei alapján kívánatosak, így a kormányzati beavatkozás nem indokolt. Ez nem jelenti azt, hogy használatukat ne

lehetne az egyes esetekben megkérdőjelezni és vizsgálni, de ne azzal az előítélettel, hogy azok a fogyasztók számára hátrányosak. Ez alátámasztja a jelenlegi rule-of-reason mérlegelési megközelítésmód helyességét. Továbbá azon eredmény, hogy a vertikális korlátozásokra vonatkozó kormányzati kötelezettségek inkább csökkentik a fogyasztói jólétet, azt sugallja, hogy a forgalmazók és vásárlók védelmét célzó illetően beavatkozások elhibáztak, nem hatékonyak és nem konzisztensek a versenypolitika céljaival.

Empirikus bizonyítékok a versenyellenes hatásokra – piaclezárás és versenytársak költségeinek növelése

Az előzőekben levont következtetést érdemes árnyalni. Az áttekintett empirikus tanulmányok olyan piaci kimenetekre gyakorolt hatást vizsgáltak, amelyekre elérhető adatok találhatóak (ár, fogyasztás, profitok...). Bizonyos versenyellenes következményekről, a piaclezárásról, a versenytársak költségeinek növeléséről viszont sokkal nehezebb információkat gyűjteni, ezért alig találni olyan vertikális korlátozásokkal kapcsolatos empirikus tanulmányt, amely közvetlenül ezeket a hatásokat vizsgálja. Ráadásul, mint láttuk, elég korlátozott az empirikus tanulmányok által lefedett iparágak köre is, így egyáltalán nem biztos, hogy e tanulmányok azon iparágaknak reprezentatív mintáját nyújtják, amelyekben a versenyellenes motivációk inkább előtérbe kerülnek. Azonban vannak empirikus tanulmányok, amelyek általánosabban a vertikális kapcsolatrendszer lehetséges versenytorzító következményeit vizsgálják, főképp a vertikális integráció esetében, és bár azok eredményei a saját kérdéskörünkre csak korlátozottan vihető át, de tanulságos kiegészítésül szolgálhatnak. Lafontaine és Slade [2007] összefoglaló munkájukban áttekintik a vertikális integráció empirikus irodalmában összegyűlt bizonyítékokat a versenytorzító hatásokról. Bár nem a szerződéses kapcsolatokban alkalmazott korlátozások következményeit elemzik, azonban a kapott eredmények e tanulmány kérdésköre szempontjából is szolgálhatnak tanulságul, hiszen ha valamely empirikus elemzés azt állapítja meg, hogy nem jelentkezett a piaclezárás versenytorzító hatása egy vertikális integráció során, akkor jó eséllyel igaz, hogy az upstream és downstream szintű döntéseknek kisebb mértékű (a teljes integrációhoz képest) koordinációját biztosító vertikális korlátozások sem okozhatják a verseny csökkenését.

Minthogy a versenyhatóságok figyelmének középpontjában piaclezárására és versenytársak költségeinek növelésére irányuló motivációk állnak a vertikális összefonódások esetében, nem meglepő, hogy az empirikus elemzések egy része is figyelmet szentel annak a kérdésnek, hogy vajon a vertikális összefonódások növelik-e a piac lezárását.

4. táblázat: Vertikális integrációk versenyellenes hatásainak empirikus értékelése¹⁶

Szerző	Év	Iparág	Adat/módszertan	Vizsgált változó	Eredmény
Piaclezárás					
Allen	1971	cement és beton	leíró	akvizíciók	piaclezárás
Reiffen és Kleit	1990	vasutak és állomások	leíró	hozzáférés az állomásokhoz	nincs piaclezárás
Rosengren és Meehan	1994	többféle (kifogásolt fűzők)	esettanulmány	hozamok, nem integrált downstream versenytársak	nincs piaclezárás
Waterman és Weiss	1996	kábeltelevízió	keresztmetszeti regressziók	programkínálat	piaclezárás
Snyder	1996	kőolaj és finomítás	esettanulmány	hozamok, integrált versenytársak	piaclezárás
Hastings és Gilbert	2005	gázolaj finomítás és értékesítés	difference difference	in nagykereskedelmi árak a nem integrált versenytársaknak	piaclezárás
Gill	2007	film forgalmazás	difference difference	in film vetítésének időtartama	piaclezárás
Piaclezárás és hatékonyság					
Mullin és Mullin	1997	vasérc és acél	esettanulmány	hozamok, downstream fogyasztók	nincs piaclezárás, hatékonyság növekedés
Ford és Jackson	1997	kábeltelevízió	keresztmetszeti, instrumentális (IV) regresszió	előfizetési díj	piaclezárás, nincs jóléti hatás
Chipty	2001	kábeltelevízió	keresztmetszeti, instrumentális (IV) regresszió	programkínálat, ár és előfizetések	piaclezárás, de hatékonyság növekedés
Hortacsu és Syveson	2007	cement és beton	panel, difference difference, probit	in beton ár, beton előállítás és betongyárak túlélése	nincs piaclezárás, hatékonyság növekedés

A 4. táblázat mutatja Lafontaine és Slade [2007] összefoglalását a piaclezáró hatást tesztelő tanulmányokról. E táblázatban Lafontaine-ék nem különböztették meg a piaclezárás (foreclosure) és a versenytársak költségnövelésének (raising rival costs) eseteit, hanem mindezek összefoglaló jelölésére használták a piaclezárás címkét. Azon tanulmányokat vették be a

¹⁶ Lafontaine és Slade [2007] alapján

vizsgálatukba, amelyek olyan tökéletlen verseny iparágakat elemeztek, ahol néhány vállalat vertikálisan integrált, míg más vállalatok nem, és az ebből fakadó különbségek következményeit próbálták meg értékelni. A tanulmányok némelyike a nem integrált versenytársak termékei kizárásának tendenciáit kereste (például a rivális programok kizárásának lehetősége a kábel televízió iparágban), mások azt vizsgálták, hogy a nem integrált versenytársak magasabb nagykereskedelmi árakat fizetnek-e az upstream termékekért (például a benzin nagykereskedelmi ára esetében), megint mások pedig a vertikális fúziós megállapodásokra adott értékpapírpiazi reakciókat próbálták értékelni (például a versenytársak vagy a vertikális tevékenységi lánc alsó szintjén tevékenykedő vállalatok tőzsdei értékének változását).

A 4. táblázatból láthatjuk, hogy a vertikális összefonódások bizonyos eseteiben találtak empirikus bizonyítékokat piaclezáró versenyellenes motivációkra. Azonban egyrészt nem minden esetben, másrészt ezen következtetések az enyhébb koordinációt megvalósító szerződéses kapcsolatokban nem biztos hogy hasonlóan jellemzők (másik irányba (ha nem találtak piaclezáró hatást) inkább átvihető a következtetések), harmadrészt pedig a piaclezárás jelenségéből önmagában még nem feltétlen lehet következtetni a vertikális összefonódás ártalmosságára. Például Salinger [1988] kidolgozott egy modellt, amely megmutatja, hogy a vertikális összefonódások esetében két, egymást kárpótló hatás jelentkezhet: egyrészt a piac lezárásának erősödése vagy más olyan gyakorlat, ami hátrányosabb helyzetbe hozza a versenytársakat, másrészt viszont a kétszeres árrés (haszonkulcs) problémájának vagy egyéb nem hatékony gyakorlatnak a csökkenése. Egyfajta piaclezárás–hatékonyságnövekedés trade-off jelentkezik.

Ezért akkor lehetne a jóléti hatásokról egyértelmű állítást megfogalmazni, ha ezeket a következményeket együtt elemeznék. Ilyen tanulmány azonban kevés van. Az a néhány empirikus vizsgálat viszont, amelyek vizsgálni próbálták ezt a trade-off-ot (Mullin és Mullin [1997], Ford és Jackson [1997], Chipty [2001], Hortacsu és Syveson [2007]), azt állapította meg, hogy a hatékonyságnövekedésből fakadó jóléti többlet meghaladja a piaclezárás jóléti költségét. Összességében tehát megállapíthatjuk, hogy a versenyellenes piaclezárásra vonatkozó bizonyítékok igen gyenge lábakon állnak. A 4. táblázat eredményei inkább azt a korábbi állításunkat erősíti meg, hogy a vertikális kapcsolatrendszerben használt szerződéses korlátozások versenyjogi megítélésben alkalmazott jelenlegi rule-of-reason mérlegelési elv helyes megközelítésmód.

Ráadásul a versenyszabályozás nem következetes a vertikális korlátozások megítélésben, mivel különbségek vannak a különböző típusú korlátozások jogszabályi kezelésében. Az árra irányuló vertikális korlátozások megítélése sokkal szigorúbb, mint a nem ár jellegű korlátozásoké. Míg az Egyesült Államokban a 2007-es 'Leegin' eset¹⁷ az árra vonatkozó korlátozások megítélésének enyhülését jelzi, az európai megközelítmódban ez az enyhülés kevésbé mutatkozik. Ezt a megkülönböztetést azonban a közgazdaságtani modellek nem támasztják alá. Az árra vonatkozó és a nem ár jellegű vertikális korlátozások gyakran egymást helyettesítő módszerek bizonyos célok elérésére, és ezen elért célok (függetlenül attól, hogy mely szerződéses korlátozás eszközével érték el) árthatnak a fogyasztóknak vagy sem (a vertikális korlátozások különböző típusainak helyettesíthetőségét átfogóan elemzi és bemutatja Blair és Kasperman [1983] és Mathewson és Winter [1984]). Láthattuk az elemzett empirikus tanulmányok következtetéseinek eddigi összefoglalásából, hogy az ár és nem ár jellegű korlátozások megkülönböztetett kezelését empirikus bizonyítok sem támasztják alá.

A viszonteladói ár megkötését különböző esetekben elemző elméleti modellek azt sugallják, hogy a vertikális árkorlátozások az esetek egy részében versenyellenesek, a hatékonyság felé tartó folyamatok gátjaivá válhatnak vagy súlyosan sértik a fogyasztók érdekeit, míg más esetekben éppenséggel a versenyt és a hatékonyság javulását elősegítő, a fogyasztók jólétét növelő eszköznek mutatkozik. Az elméleti modellek hasznos támpontokkal szolgálnak az egyes eseteket vizsgáló versenyhatóságok számára azzal kapcsolatban, hogy melyek azok a körülmények, amelyek növelik a versenyellenes következmények kockázatát. A vertikális árrögzítést eredményező megállapodások megítélése során a versenyhatóságok számára a ténylegesen megvalósuló vertikális ármegállapodások hatásait feltáró empirikus tanulmányok következtetési árnyalják a képet. Sajnos a viszonteladási ár rögzítésének empirikus eredményei nagyon kis számban állnak rendelkezésre, aminek egyik oka, hogy a vertikális árrögzítést hosszú időn át övező versenyhatósági bizalmatlanságból fakadó tilalom meglehetősen leszűkítette a vizsgálható területet.

Az empirikus kutatások nem támasztják alá azt, hogy a viszonteladói ár megkötése a kar-

¹⁷ Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc. (127 S. Ct. 2705 (2007))

tell-megállapodások széles körben használt stabilizáló eszköze lenne. Az Egyesült Államokban 1976 és 1982 közötti bírósági eljárások elemzésével Ippolito (1991) arra jutott, hogy csupán az esetek 13,1 százalékában volt olyan momentum, amely egy horizontális összejátszásra utalhat. Ippolito kísérletet tett arra is, hogy megbecsülje, mennyire lehet jellemző, hogy a vertikális árörögítés a kiskereskedelmi szolgáltatások javítását szolgálják. Ehhez a vizsgált ügyekben érintett termékeket csoportokba osztotta aszerint, hogy a vásárló számára mennyire lehet értékes a termékhez kapcsolódó értékesítési szolgáltatások szintje. A kategóriákba való osztás eredménye az lett, hogy az ügyek jelentős részében olyan jószágról volt szó, amely esetében a kiskereskedelmi szolgáltatások javítása motiválhatja a vertikális árkorlátozás alkalmazását.

Overstreet (1983) az 1965 és 1982 közötti bírósági eljárások áttekintése során arra a következtetésre jutott, hogy a kiskereskedelmi szinten az erős verseny volt a jellemző, ami kétértelmessé teszi egy jelentősebb összejátszás megvalósulását. (Overstreet (1983) 71-76. o.)

Ippolito – Overstreet (1996) az FTC v. Corning Glass Works ügy során összegyűjtött bizonyítékok és a Corning Glass Works valamint versenytársainak eladásaira vonatkozó adatok vizsgálatával arra tett kísérletet, hogy a gyártót mi motiválhatta a viszonteladói ár megkötése során. A versenyhatósági vizsgálat során az FTC által összegyűjtött adatok arra engedtek következtetni, hogy a vertikális árörögítés ebben az esetben sem a gyártók, sem a kiskereskedők összejátszását nem volt hivatott elősegíteni. Azonban az vállalat eladásai csökkentek azt követően, hogy felhagyott a viszonteladói ár rögzítésével, míg a versenytársak esetében az eladott mennyiség növekedése volt jellemző ugyanebben az időszakban. Ez a szerzők megítélése szerint alátámaszthatja azt az elképzelést, hogy a vertikális árörögítés a keresletnövelő értékesítési szolgáltatások javítását szolgálták.

Az alábbiakban négy empirikus vizsgálat eredményeit és módszereit mutatjuk be röviden. Az első vizsgálat a Maryland Állambeli szabályozás változásának hatását vizsgálta meg egy speciális termék piacán. (Bailey–Leonard (2010)) Foros–Steen (2008) tanulmánya a fogyasztói áraknak a norvég üzemanyagpiacra jellemző heti ciklusait az ajánlott viszonteladói árral kombinált árés-garanciára vezeti vissza. Bonet – Dubois (2010a) a palackozott vizek francia piacára vonatkozó adatok elemzésével arra jutott, hogy az iparágban a gyártók a viszonteladói

ár megkötését kétrészes árképzéssel kombináló szállítói szerződést kötnek a kiskereskedőkkel. Végül bemutatjuk a brit versenyhatóság megbízásából elvégzett kutatás azon eredményeit, amelyek a viszonteladói ár rögzítésével kapcsolatos versenyhatósági eljárásoknak a visszatartó erejére vonatkoznak. (Office of Fair Trading (2007))

A minimális viszonteladói ár megkötésére vonatkozó szabályozás megváltozásának hatása a marylandi videojátékok kiskereskedelmi árazására

Miután 2007-ben az Egyesült Államok legfelsőbb bírósága a Leegin eset kapcsán azt a döntést hozta, hogy a minimális viszonteladói ár megkötését esetről esetre, a vizsgált gyakorlat következményeinek körültekintő vizsgálatát követően kell a versenyhatóságnak megítélnie, Maryland állam rendeletet hozott az árpádló alkalmazásának tilalmáról. E döntés 2009. október 1-i életbelépése lehetőséget nyújtott arra, hogy Bailey és Leonard empirikusan tanulmányozza a minimális viszonteladói ár megkötésével kapcsolatos szabályozás megváltozásának hatását a fogyasztói árakra. E vizsgálatot és az abból levonható következtetéseket mutatja be Bailey–Leonard (2010).

A szerzők a vizsgálat tárgyául a videojátékok piacát választották. Olyan termékkörre összpontosítottak, amellyel kapcsolatban hagyományosan szokás volt a viszonteladói ár megkötését alkalmazni. A vizsgálat során két állam – Maryland és Virginia – négy-négy üzletében tudakolták meg telefonon kilenc különböző videojáték árát 2009. július 14. és 2010. február 23. között. A kutatók azt várták, hogy ha igaz az a feltevés, hogy a viszonteladói ár megkötése mérsékli a kiskereskedők árversenyét, akkor az árpádló tilalmát követően az újonnan bevezetett videojátékok ára alacsonyabb lesz a szabályozás változását megelőzően szokásos ártól.

Az adatok alapján a kilenc vizsgált videojáték marylandbeli átlagára a szabályozás változását megelőzően és azt követően egyaránt nagyon közel esett ugyanezen játékok virginiai átlagárához. Ebből a szerzők arra következtetnek, hogy a marylandi kereskedők árazása a Virginia állambeli kereskedőkéhez viszonyítva változatlanoknak tűnik.

A szerzők adatokat DID (difference-in-differences approach) elemzéssel vizsgálva megbecsülték a marylandi szabályozás változásának hatását a videojátékok árazására. Ebben a vizsgálatban a Maryland állambeli adatok képezték vizsgálat tárgyát, a Virginia állambeli adatok a kontrollcsoportot. A becsléshez az alábbi modellt használták:

$$\log p_{ijt} = \alpha_{ij} + \gamma_t + \beta E_{it} + \delta D_{jt} + \varepsilon_{ijt},$$

ahol p_{ijt} az i -edik játék ára a j -edik üzletben a t -edik héten, α_{ij} a j -edik üzletnek az i -edik játék árazásával kapcsolatos jellemzőit tartalmazza, γ_t a játékok árazására a t -edik hétre jellemző hatás, E_{it} az i -edik játék piacra dobásától a t -edik hétig eltelt idő napokban mérve, a D_{jt} indikátor változó értéke attól függ, hogy a j -edik üzlet Maryland államban található-e és hogy a t -edik hét a szabályozás megváltozását követi-e, ε_{ijt} pedig a hibatermék. A D_{jt} indikátor változó δ együtthatója méri a marylandi szabályozás megváltozásának hatását az árazási gyakorlatra. A szerzőpáros ezt az együtthatót becslték legkisebb négyzetek módszerével (OLS). A δ paraméter becslt értéke $-0,012$ -nek adódott, a becslés sztenderd hibája $0,045$. Tehát a DID-becslés eredménye szerint a minimális viszonteladói ár megkötésének tilalma a videojátékok árát $-1,2\%$ -kal változtatta meg. A szerzők megjegyzik, hogy ez az érték túlságosan alacsony ahhoz, hogy el lehessen vetni azt a hipotézist, hogy a szabályozás megváltozásának hatása a vizsgált jószág árára zérus volt.

A vizsgálat konklúziója tehát az, hogy a minimális viszonteladói ár megkötésével kapcsolatos Marylandi szabályozás megváltozása nem volt hatással a videojátékok kiskereskedelmi árára. A szerzők szerint ezt az magyarázhatja, hogy a gyártó más eszközök alkalmazásával képes az árpaplót kiváltani.

Habár a videojátékok piacán szokásos a minimális viszonteladói ár megkötése, a szerzők nem rendelkeznek adattal azzal kapcsolatban, hogy a vizsgált nyolc üzlet beszállítója élt-e a viszonteladói ár megkötésének lehetőségével a kutatás tárgyát képező játékok kapcsán.

A beszállítók által ajánlott (maximális) viszonteladói ár és egy speciális ártámogatási rendszer hatása a norvégiai üzemanyagtöltő állomások árazási stratégiájára

Foros – Steen (2008) a norvégiai üzemanyagtöltő állomások kiskereskedelmi árai és azok változásai között mutatkozó nagyfokú összhangra figyelt fel. A norvégiai üzemanyagpiacon négy, hasonló méretű nagyvállalat és néhány kisebb vállalat működik. A nagyvállalatok piaci részesedése 2004-ben 20,8-26,9% közötti értéket vett fel, a piac 5,1%-án kisebb piaci szereplők működtek. Az üzemanyagtöltő állomások egy része beszállítói tulajdonban volt, más kiskereskedők független vállalként működtek. A kutatás során vizsgált időszakban, 2003. és 2006. között az üzemanyagok árának heti ciklusai figyelhetők meg. Az üzemanyag ára minden hétfőn délben valamennyi üzemanyagtöltő állomáson a beszállító által ajánlott viszonteladói árra ugranak, majd a hét hátralevő részében az árak fokozatosan csökkennek egészen a hétfőn reggelenként tapasztalható legalacsonyabb ár szintjéig. A szerzők megfigyelték, hogy az üzemanyagárak heti ciklusa 2004. húsvétján kissé módosult: ezt megelőzően nem hétfőn, hanem csütörtökön volt a legdrágább az üzemanyag. A kutatás kettős célt tűzött ki: kereste az üzemanyagárak ciklikusságának és a ciklusok töltőállomások közötti összehangoltságának okát, és választ keresett a heti ciklus 2004. húsvétja utáni eltolódására. A továbbiakban a cikknek azokra a részeire összpontosítunk, amelyek a kiskereskedelmi árak töltőállomások közötti összehangoltságára és ciklikusságára vonatkozik, mivel az ezzel kapcsolatos kutatások rávilágítanak a maximális ajánlott viszonteladói ár, valamint egy speciális, az árpádló alkalmazását helyettesítő eszköz alkalmazásának a fogyasztói árakra kifejtett hatására.

A szerzők a kutatáshoz két adathalmazt gyűjtöttek. Az adatsorok a töltőállomások napi áraiból állnak. Az első adathalmaz alapjául egy internetes honlap adatai szolgáltak, ahol a fogyasztók által országszerte beküldött adatokat gyűjtötték. Ez megközelítőleg 40000 megfigyelés adataiból áll a 2003. márciusa és 2005. áprilisa közötti időszakból. A kutatás során a szerzők nem vették figyelembe azon töltőállomások adatait, amelyek árazásával kapcsolatban 100-nál kevesebb megfigyelés állt rendelkezésre. Ily módon a kutatás 26823 e forrásból származó adat elemzésére szorítkozott. Az adatok másik készletét a szerzők maguk gyűjtötték össze hét helyi üzemanyagtöltő-állomástól, ez egy-egy 4-5 hónapos adatsort tartalmaz a 2005. és 2006. évben. Egy-egy töltőállomásról 50-312 napi, összesen 1067 adat gyűlt össze.

A kétféle adatkészlet a szerzők megítélése szerint kiegészíti egymást abban az értelemben, hogy míg az országos adatokat tartalmazó internetes forrás lehetővé tette az egész országra vonatkozó vizsgálatok elvégzését és következtetések levonását, a szerzők által gyűjtött napi adatokat tartalmazó idősorok alkalmasabbak egy-egy kiskereskedelmi egység árazásában mutatkozó tendenciák megfigyelésére és elemzésére.

A szerzők által hét helyi benzinkútról gyűjtött idősorok azt mutatják, hogy a 149 hétfői napon végzett megfigyelés közül 117 (78,5%) esetben átlagosan 0,677 NOK-val emelkedett a benzin ára, 5 esetben átlagosan 0,108 NOK-val csökkent az ár és 27 esetben nem tapasztaltak árváltozást. A hét további napjaira vonatkozóan 907 (a hét egy-egy napjára 149-153) megfigyelés állt rendelkezésre, ezek közül 67 esetben (7%) (a hét egy-egy napján 2-31 esetben, a megfigyelések 1,3-20,8%-ában) tapasztaltak átlagosan 0,224-0,690 NOK áremelést, 384 (42%) esetben (a hét egy-egy napján 22-86 esetben, a megfigyelések 14,5-56,6%-ában) átlagosan 0,163-0,314 NOK árcsökkenést és 456 esetben (a hét egy-egy napján 53-128 esetben, a megfigyelések 35,6-84,2%-ában) változatlan árakat. Tehát a megfigyelt 184 áremelés túlnyomó része, 117 alkalom hétfői napra esett, míg az összesen 389 esetben regisztrált árcsökkenés közül mindössze 5 történt hétfői napon.

A szerzők az alábbi ökonometriai modell paramétereit becsülték:

$$P_{i,j} = \beta_{TAX} TAX_t + \beta_{Rotterdam} Rotterdam_t + \beta_{Trend} Trend_t + \sum_{d=1}^6 \varphi_d AltDay_{d,t} + \sum_{r=1}^{10} \lambda_r^{REGION} REGION_{i,r} + \sum_{b=1}^7 \delta_b Brand_{i,b} + \alpha + \varepsilon_{i,j}.$$

Ez a modell lehetővé teszi, hogy a becslés során figyelembe vegyék az adó hatását (*TAX*), a gázolaj nagykereskedelmi árát (*Rotterdam*), a regionális hatásokat (*REGION*), a benzinkutak tulajdonosának hatását (*Brand*), a hét napjainak hatását (*AltDay*) és egy lineáris trendhatást (*Trend*) a benzin árának alakulásában. Az adatok alapján külön becslést végeztek a 2004 húsvétja előtti és az azt követő időszakra.

A becslések azt mutatták, hogy a trendhatás nem szignifikáns, az adó és a nagykereskedelmi ár szignifikáns árnövelő hatású mindkét időszakban. A regionális dummy változó szig-

nifikánsnak mutatkozott, ami arra utal, hogy árkülönbség van a norvég régiók között.

A heti ciklusok tekintetében az eredmények azt mutatták, hogy 2004 áprilisa előtt a csütörtökön, azt követően hétfőn volt a legdrágább a benzin. A kapott eredmények háttérében álló lehetséges indokok közül többet megvizsgáltak a szerzők. Azt találták, hogy a lehetséges magyarázatok közül legjobban az ajánlott viszonteladói ár speciális alkalmazása igazolja a kapott eredményeket.

A norvég üzemanyagpiacot speciális árazási technika jellemzi. A vertikális lánc felső szintjén működő vállalatok árplafont írnak elő, amely (a szállítási díjtól eltekintve) az ajánlott viszonteladói árral egyezik meg. A szállítók egy ügynevezett ártámogatási rendszert is kialakítottak, melynek lényege, hogy előre meghatározott árrést biztosít a kiskereskedőknek arra az esetre, ha az árplafonnál alacsonyabb árat kérnek a fogyasztótól. Ez az árrés kisebb, mint amit az árplafon mellett kapnának, azonban úgy alakították ki a szállítók, hogy az alacsonyabb kiskereskedelmi ár következtében megnövekedő keresletet figyelembe véve az üzemanyag-töltő állomásoknak megérje az árplafon alatti árat kérni. Azonban ez az árplafonnál kisebb árak esetére garantált árrés nem érvényes minden időszakban, azt a szállítók bizonyos időszakokban szüneteltetni jogosultak. A garantált árrés szüneteltetésének időszakában ezért a kiskereskedők az árplafonnal megegyező árat kérnek. Mivel a négy nagy szállító mindegyike hétfőnként reggel értesíti saját kiskereskedőit, hogy hétfőn déltől délután ötig az árrést nem garantálják, erre az időszakra valamennyi kiskereskedő az ajánlott fogyasztói ár szintjére emeli az árat. Miután pedig újra életbe lép az árrésre vonatkozó szállítói garancia, az üzemanyag-töltő állomások fokozatosan emelik az árat egészen az árrés-garancia következő hétfői szüneteltetéséig.

Egy a viszonteladói ár megkötését eredményező szállítói szerződésekre következtető empirikus kutatás

Bonnet – Dubois (2010a) egy termék piacára vonatkozó adatok alapján következtet a gyártók és kiskereskedők közötti szállítói szerződések jellegére. A szerzők által vizsgált piac a palackozott ásvány- és forrásvizek franciaországi piaca. A palackozott vizek gyártása Franciaországban meglehetősen koncentrált: mindössze három gyártó állítja elő az iparág kibocsátásának 90%-át és a természetes lelőhelyek szűkössége miatt a piacra való belépés is rendkívül nehéz. A termék gyártói elsősorban szupermarketláncokon keresztül értékesítik termékeiket.

A kutatás során felhasznált adatok forrása a TNS-WorldPanel társaság 1998., 1999. és 2000., évi panelfelvétele, amely 11000 francia háztartás reprezentatív mintájára terjedt ki. A vizsgálatot a palackozott víz nyolc legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező márkájára – ezek közül kettő volt kiskereskedelmi lánc sajátmárkás terméke – és a hét legjelentősebb szupermarketláncra szűkítették le. Mivel a termékeket a márkájával és az értékesítő kiskereskedelmi láncsal azonosították be, összesen 51-54 terméket különböztettek meg az egyes években. A kutatás során felhasználták továbbá a francia statisztikai hivatalnak (INSEE) a palackozott vizek gyártása során felhasznált tényezők áraitra vonatkozó adatokat is.

A szerzők az adatok alapján becsülik a keresleti függvény paramétereit. A kereslet becslése során Berry – Levinsohn – Pakes (1995) módszerével egy véletlen együtthatós logit modell segítségével történik. Az i -edik fogyasztónak a j -edik jószág fogyasztásából származó indirekt hasznossága a t -edik hónapban

$$V_{ijt} = \beta_j + \gamma_t - \alpha_i p_{jt} + \zeta_{jt} + \varepsilon_{ijt},$$

ahol β_j az időszaktól független termék specifikus hatás, γ_t a keresletre az adott hónapban ható meg nem figyelt tényezők hatását megadó dummy-változó, p_{jt} a j -edik termék ára a t -edik hónapban, ζ_{jt} a termékjellemzők változásának hatásának átlagos értéke és ε_{ijt} független azonos Gumbel-eloszlású valószínűségi változó.

A keresleti paraméterek becslését követően a szerzők megbecsülték az árrést és annak alapján a termelés és értékesítés határkötségének összegét termékenként és havonta a kínálati oldalra vonatkozó különböző modellek esetén. E becslést az alábbi nyolc modellre végezték el:

1. Elsőként a gyártók szimultán módon döntenek a (lineáris) nagykereskedelmi árról. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők kartelle dönt a kiskereskedelmi árról.
2. Elsőként a gyártók kartelle dönt a (lineáris) nagykereskedelmi árról. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árról.
3. Elsőként a gyártók kartelle dönt a (lineáris) nagykereskedelmi árról. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők kartelle dönt a kiskereskedelmi árról.
4. A gyártók a (lineáris) nagykereskedelmi árról és a kiskereskedők a viszonteladói árról szimultán döntenek.
5. Elsőként a gyártók szimultán módon döntenek a (lineáris) nagykereskedelmi árról. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árról.
6. Elsőként a gyártók szimultán módon döntenek a kiskereskedők felé kiszabott kétrészes árképzésről (a nagykereskedelmi ár a termelés határkötségével megegyező) és a viszonteladói árról. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők szimultán módon döntenek arról, hogy elfogadják-e a gyártók által felajánlott szerződéseket.
7. Elsőként a gyártók szimultán módon döntenek a kiskereskedők felé kiszabott kétrészes árképzésről és a viszonteladói árról (a viszonteladói ár a nagykereskedelmi ár és a kiskereskedők határkötségének összegével megegyező). Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők szimultán módon döntenek arról, hogy elfogadják-e a gyártók által felajánlott szerződéseket.
8. Elsőként a gyártók szimultán módon döntenek a kiskereskedők felé kiszabott kétrészes árképzésről. Ezt követően a gyártók döntését megfigyelő kiskereskedők szimultán módon döntenek a kiskereskedelmi árról.

A kereslet és az egyes modellek melletti árrés (és egyúttal a termelés és értékesítés határ-

költségének összegének) becslését követően megvizsgálták, hogy a vizsgált nyolc elméleti modell közül melyik közelíti legjobban az eredményeket. Ehhez olyan további változókat kerestek, amelyek befolyásolják a határköltséget, majd megvizsgálták, hogy a becsült határköltség mely modell esetén korrelál legerősebben ezekkel a változókkal. Ehhez a h modell melletti határköltségről feltételezték, hogy a

$$C_{jt}^h = \eta_{jt}^h \exp(\omega_j^h + W_{jt} \lambda_h),$$

képletnek megfelelően függ a termék jellemzőitől és a sokkhatásoktól, ahol ω_j^h egy ismeretlen termékspecifikus paraméter, W_{jt} a megfigyelhető véletlen sokkhatás a j -edik termék t időszakbeli árára és η_{jt}^h egy meg nem figyelhető véletlen sokkhatás. A j -edik termék t időszakbeli árára ható megfigyelhető sokkhatást megadó W_{jt} tartalmaz egy az időszakra vonatkozó dummy-változót, a bérszínvonal, kőolajár, dízelolajár, csomagolóanyagár és műanyagár változókat a forrásvíz, illetve az ásványvíz dummy változóival. A határköltség logaritmusá így

$$\ln C_{jt}^h = \omega_j^h + W_{jt} \lambda_h + \ln \eta_{jt}^h.$$

Annak eldöntéséhez, hogy mely modellhez illeszkednek legjobban az adatok, a szerzők a Vuong (1989) és Rivers Vuong (2002) tanulmányokban leírt tesztet használták. A hipotézisvizsgálatok sorát végezték el, melyek során minden esetben két modell közül választották ki az adatokhoz jobban illeszkedőt. Habár az így kapott bináris reláció nem feltétlenül tranzitív a vizsgált modellek halmazán, a szerzők azt kapták, hogy a felsorolt modellek közül a 7. mindegyik alternatív modellenél jobban közelíti az eredményeket. Tehát a szerzők kutatása szerint a legvalószínűbb, hogy a vizsgált piacon a gyártók a viszonteladói ár rögzítésével kombinált kétrészes árképzést alkalmaznak.

A viszonteladói ár rögzítése és kétrészes árképzés melletti egyensúlyban a kiskereskedők árreése nulla, a kiskereskedők teljes biztosítást élveznek, a gyártók a maradványra jogosult (residual claimant) szereplők. Mivel a kiskereskedők árreése zérus, ezért amennyiben a kiskereskedők – a vizsgált szituáció szempontjából exogén módon adott – rezervációs profitja pozitív, akkor a kétrészes árképzés fix díja negatív. Ez a gyakorlatban megvalósulhat a gyártók

által fizetett polcpénz (slotting allowances) formájában.

Azt, hogy a kapott eredmény szerint a gyártók a viszonteladói ár megkötésének tiltott gyakorlatát alkalmazták, a szerzők a Franciaországban 1996-2005-ig életben levő Galland-törvénnyel magyarázzák, amely megnyitotta a lehetőséget a gyártók számára, hogy a viszonteladói ár megkötésével egyenértékű kimenetet érjenek el legálisan. A Galland-törvény megtiltotta a kiskereskedőknek, hogy a termékeket azok nagykereskedelmi áránál olcsóbban kínálják eladásra. Így a gyártó által megválasztott nagykereskedelmi ár a viszonteladói ár minimális szintjét határozta meg, tehát a gyártók gyakorlatilag árpادلót definiáltak a nagykereskedelmi ár megválasztása során. Előfordulhat azonban, hogy a gyártók a kétrészes árképzés és az árpادلóként funkcionáló viszonteladói ár kombinációjánál összetettebb szerződési feltételekkel érték el a fentivel egyenértékű eredményt.

Bonnet – Dubois (2010b) megismételte a kutatást ugyanezen termékkörre a Galland-törvény tilalmának feloldását követő időszakra (2006. évre) vonatkozó adatokra. A kutatás módszertana az imént ismertetett Bonnet – Dubois (2010a) tanulmányét követte, azonban a következtetések lényegesen különböznek. A szerzők azt találták, hogy 2006-ban a gyártók kétrészes árképzést alkalmaztak, azonban azt nem kombinálták a viszonteladói ár megkötésével.

A versenyhatósági eljárások elrettentő hatásának vizsgálata

A Deloitte által az OFT számára készített, a versenyhatósági eljárások elrettentő hatását feltáró jelentése (Office of Fair Trading (2007)) cégek felelős vezetőinek interjúin keresztül végzett elemzést. A jelentés rámutat, hogy az olyan üzleti fogásokra vonatkozó ötleteket, mint amilyen kiskereskedők árcsökkentésre kényszerítése egy promóció keretében, leggyakrabban az azzal kapcsolatos aggodalmak miatt vetik el, hogy azt a versenyhatóság versenyellenesnek fogja ítélni. Ez még olyankor is gyakori, amikor a fogás nyilvánvalóan kedvező a fogyasztók számára. Ebből arra következtethetünk, hogy ugyan a brit versenyhatósági eljárások mindig a versenyt erősen korlátozó vagy a fogyasztók számára jelentős sérelemmel járó gyakorlatokat ítélték jogellenesnek, az Európai Unióban jelenleg általános gyakorlat, amely csak egyedi és indokolt esetben mentesíti a viszonteladói ár megkötését a tilalom alól, sokszor olyan tevékenységek gátjává válik, amelyek esetében a mentesség indokolt lenne. Ez azt jelenti, hogy a fogyasztók számára káros megállapodások elleni versenyhatósági eljárások elrettentő hatása nemcsak előnyös következményekkel – a káros gyakorlatok számának csökkenésével – járnak, hanem sok a fogyasztók számára kedvező lehetőség megvalósulását is megakadályozzák.

Az empirikus irodalom vizsgálatának következtetései

Az empirikus irodalom vizsgálatának első fontos tanulsága, hogy mennyire szűkösen áll rendelkezésre a vertikális korlátozásokkal kapcsolatos empirikus bizonyíték, különösen, ha a téma elméleti irodalmával vetjük össze. Igazán erős következtetések megfogalmazásához szükséges lenne, hogy minél több iparági példa és minél többféle módszertani megközelítés erősítse azokat. Azonban a korlátozott számú empirikus bizonyíték – ellentétben az elméleti modelleknek a vertikális korlátozások jóléti hatásairól levezett gyakran homlokegyenest ellentétes következtetéseivel – meglepően következetesnek mutatkozik a jóléti hatásokat illetően. Úgy tűnik, hogy amikor a gyártók maguk választhatják meg, hogy ilyenkor korlátozásokkal éljenek a vertikális kapcsolatrendszerben kötött szerződéseikben, akkor nem csak a saját helyzetükön javítanak, de jellemzően a fogyasztók számára is lehetővé teszik, hogy a jobb minőségű termékek és jobb szolgáltatások előnyeiből részesedjenek. Ezzel ellentétben, amikor az alkalmazandó vertikális korlátozásokat vagy a köthető szerződések korlátait a kormányzati beavatkozás kívülről erőlteti a gyártókra – gyakran válaszul a forgalmazók nyomására, mivel úgy érzékelik, hogy nem kiegyenlített az alkuereje a gyártóknak és a forgalmazóknak –, akkor a következménye ennek jellemzően az árak növekedése, a szolgáltatások szintjének csökkenése és így csökkenő fogyasztói jólét. Ráadásul bár a jogi kezelése általában eltér az árjellegű és a nem ár jellegű vertikális korlátozásoknak, az előbbi szigorúbb megítélésével és kezelésével, a mi empirikus bizonyítékokból levont következtetéseink egyformán érvényesek a vertikális korlátozások mindkét csoportjára. Vagyis az empirikus tanulmányok inkább azt látszanak bizonyítani, hogy nem megalapozott a két csoport eltérő kezelése.

Az eredmények azt a következtetést támasztják alá, hogy ezeken a piacokon a gyártók és a fogyasztók érdekei általában igazodnak egymáshoz, míg a beavatkozás e piaci döntésekbe a fogyasztók (és természetesen a gyártók) rovására történik. Ez nem tűnik meglepőnek, ha figyelembe vesszük, hogy a gyártókat saját érdekeik arra ösztönzik, hogy minden fölösleges sallangtól mentes hatékony forgalmazói rendszert fejlesszenek a végső fogyasztók eléréséhez, ami azt is jelenti, hogy akkor élnek a szerződésekben kirótt vertikális korlátozásokkal, amikor e korlátozások javítják a kiskereskedelmi szolgáltatásokat és általánosabban a hatékonyságot, és ezzel szemben, amikor a downstream szintű verseny alacsonyabb forgalmazási és értékesí-

tési költségeket eredményez, akkor inkább a kiskereskedelmi versenyt bátorítják a korlátozások helyett.

Az elérhető empirikus tanulmányok főleg olyan iparágakat vizsgáltak, ahol downstream szinten viszonylag hatásos kiskereskedelmi verseny működik, ugyanakkor a vertikális lánc felső szintjén tevékenykedő vállalat sok problémával szembesül a nagy- és kiskereskedők megfelelő ösztönzésekor. Azon információs és motivációs korlátokból fakadóan, amikkel a gyártók e kapcsolatrendszerben szembesülnek, kénytelenek olyan módszereket és eszközöket kitalálni, amivel ezek a problémák kiküszöbölhetők, így elérve alacsonyabb költségeket és növekvő értékesítést.

A versenyellenes piaclezárásra vonatkozó közvetlen bizonyítékok még gyengébb lábakon állnak. Mivel közvetlen e versenyellenes hatásokat és motivációkat értékelő empirikus tanulmányból a vertikális korlátozásokra vonatkozóan még kevesebb áll rendelkezésre, a vertikális integráció ilyen kérdéseket vizsgáló kicsit bővebb empirikus irodalma tanulságait próbáltuk átvitíteni az általunk vizsgált területre. A 4. táblázatból ugyan láthattuk, hogy a vertikális összefonódások bizonyos eseteiben találtak empirikus bizonyítékokat piaclezáró versenyellenes motivációkra. Azonban egyrészt nem minden esetben, másrészt ezen következtetések az enyhébb koordinációt biztosító szerződéses kapcsolatokban nem biztos hogy hasonlóan jellemzők (másik irányba (ha nem találtak piaclezáró hatást) inkább átvihetők a következtetések), harmadrészt pedig a piaclezárás jelenségéből önmagában még nem feltétlen lehet következtetni a vertikális összefonódás ártalmasságára. A vertikális összefonódásoknak két, jóléti szempont ellenkezően értékelhető következménye lehet: egyrészt piaclezáró hatás vagy más olyan gyakorlat, ami hátrányosabb helyzetbe hozza a versenytársakat, másrészt viszont hatékonyságjavulás, ami a kétszeres árrés (haszonkulcs) problémájának vagy egyéb nem hatékony gyakorlatnak a csökkenéséből fakad. Egyfajta piaclezárás–hatékonyságnövekedés trade-off jelentkezik.

Ezért akkor lehetne a jóléti hatásokról egyértelmű állítást megfogalmazni, ha ezeket a következményeket együtt elemeznék. És bár ilyen tanulmány kevés van, az a néhány empirikus vizsgálat viszont, amelyek vizsgálni próbálták ezt a trade-off-ot (Mullin és Mullin [1997], Ford és Jackson [1997], Chipty [2001], Hortacsu és Syveson [2007]), azt állapította meg,

hogy a hatékonyságnövekedésből fakadó jóléti többlet meghaladja a piaclezárás jóléti költségét.

Bár sokkal több empirikus bizonyítékra lenne szükség végső következtetések megfogalmazásához, főképp mielőtt kizárnánk a piaclezárást vagy általánosabban más versenyellenes magatartást mint a vertikális korlátozások lehetséges következményét, ám a rendelkezésre álló empirikus bizonyítékok azt sugallják, hogy a vertikális korlátozások enyhébb versenypolitikai megítélése és kezelése indokolt lehet. Vagyis a vertikális kapcsolatrendszerben használt szerződéses korlátozások versenyjogi megítélésében jelenleg elfogadott rule-of-reason mérlegelési elv helyes megközelítésmód, az empirikus bizonyítékok inkább ennek további kiterjesztése, enyhítése iránti igényt támasztják alá.

A vertikális megállapodások szabályozása az Európai Unióban

Az Európai Unióban a vertikális megállapodások szabályozásával korábban a 81. cikk, az újraszámozást követően a 101. cikk első bekezdése foglalkozik. Az ezzel az ágazattal kapcsolatos jogi szabályozásban hatalmas változásokat hozott a 2790/1999/EK rendelet, amely 2000. június 1-én lépett érvénybe és egészen idén májusig hatályban volt, amikor is a Bizottság kiadta a 330/2010/EU rendeletét. A rendeletet használatát kiegészítette az Európai Bizottság által létrehozott vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás, a 2000/C 291/01, amelyet szintén az idei év alkalmával újított meg a Bizottság és adta ki a 2010/C 130/01-es dokumentumot. A változás mértéke az iránymutatás esetében nagyobb, bár az alapelvek ebben sem változtak jelentősen. Ez a két jogi keret segít az Európai Unió szerveinek az ilyen, esetlegesen vertikális korlátozásokat létrehozó szerződések értékelése során.

A vertikális korlátozásokról szóló bizottsági rendelet¹⁸

Az Európai Bizottság 330/2010/EU rendelete nem tartalmaz jelentős újításokat, főként formai változtatások történtek a korábbi renDELETEhez képest. Az újonnan kiadott rendelet 16 preambulum-bekezdésből és 10 cikkből áll, melyek 2010. június elsejétől léptek érvénybe és hatályukat 2022. május 31-én veszítik el. A Bizottság ugyanakkor meghatározott egy átmeneti időszakot, melynek időtartama egy év. Ezen kikötés értelmében a már 2010. június 1-e előtt hatályban lévő megállapodásokra egy évig nem érvényes az új rendelet abban az esetben, ha az a korábbi, 2790/1999/EK rendelet alapján mentességet kapott.

A Bizottság 2010-es rendelete 10 cikket tartalmaz szemben a korábbi renDELETEhez, amely 13 cikkből állt. Ez a csökkenés azonban nem annak a következménye, hogy korábbi cikkek nem kerültek bele az új dokumentumba, hanem mindössze szerkezetileg lett átalakítva a korábbi rendelet. A 2790/1999/EK renDELETEben a „kapcsolt vállalkozások” fogalmát egy külön cikkben írták le, azonban ez az idei renDELETEben már nem szerepelt külön a fogalom-

¹⁸ A Bizottság 330/2010/EU rendelete az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról illetve a korábbi 2790/1999/EK rendelete

meghatározásoktól, amelyek a dokumentum első cikkébe kerültek bele. A cikkben a Bizottság tisztázza a kérdéskörrel kapcsolatos alapfogalmakat, mint például a vertikális megállapodás és korlátozás, a versenytárs és vevő, valamint a versenytildalmi kötelezettség.

A második cikk tartalmazza a mentesség feltételeit, melyekre vonatkozóan az új rendeletben találunk változást. A változás a versenytársak között kialakuló nem kölcsönös vertikális megállapodásokra vonatkozó feltételekben található, mivel a Bizottság a mentesítés alkalmazását nem köti többé ahhoz, hogy a vevő teljes évi üzleti forgalma 100 millió euró alatt legyen. A másik két feltétel, miszerint a szállító gyárt és forgalmaz, míg a vevő csak forgalmaz és a gyártás szintjén nem versenytárs, valamint hogy a vevő ne legyen versenytárs azon a termelési szinten, ahol a terméket vásárolja, független attól, hogy a szállító hány termelési szinten nyújt szolgáltatásokat.

A 3. cikkben a Bizottság piaci részesedési küszöbe található, mely nem változott az új dokumentumban sem. Továbbra is a korábban meghatározott 30%-os érték van érvényben, azonban az idei évtől ezt a piaci részesedést nem csak a szállítói, hanem a vevői oldalon is be kell tartani. A szállító esetében a piaci részesedés az eladói, míg a vevő részéről a vételi oldalon nem haladhatja meg a küszöböt. Az új rendelet tartalmaz egy korábban nem szereplő feltételt, miszerint többoldalú megállapodások esetén a közbenső vállalatoknak, vagyis azoknak, akik egy, szerződésben szereplő féltől vásárolnak és egy, a szerződésben szereplő félnek értékesítenek, figyelembe kell venni az eladási és az értékesítési piaci részesedését is az érintett termék piacán.

A 4. cikkben találhatóak a Bizottság súlyos korlátozásokkal kapcsolatos meglátásai. Az ilyen típusú egyezségek nem kaphatnak mentességet. Ezek között sorolja fel a vevő saját eladási árának önálló megállapítására vonatkozó korlátozásokat, ha az rögzített vagy minimál árak értékesítéshez vezet. Súlyos korlátozásnak számít az is, ha a szállító akadályozza a vevőt abban, hogy kiválassza, hogy melyik területen, illetve milyen vevőkörben szeretné értékesíteni a terméket. Ezzel a helyzettel kapcsolatban a rendelet tartalmaz kivételeket is, mint például a nagykereskedelmi vevő végső fogyasztó számára történő értékesítésének korlátozása. Az 5. cikkben a Bizottság további eseteket sorol fel, amelyekben nem alkalmazható a mentesség. A 330/2010/EU rendelet ezen pontja nem változott a korábbi rendelethez képest.

A 2790/1999/EK rendelet 6. és 7. cikkében a rendelet visszavonását illetően vannak kikötések a Bizottság és a tagállamok számára. A Bizottság abban az esetben hagyhatja figyelmen kívül a rendelet alkalmazását, ha a vertikális korlátozások párhuzamos hálózatai az érintett piac több mint 50%-át érintik. Az új rendeletben a tagállamokra vonatkozó feltételek sem változtak. A tagállamok hatóságai akkor hagyhatják el a rendelet alkalmazását, ha az állam területén, vagy annak egy körülhatárolt piacán a 101. cikk (3) bekezdésének feltételeit nem teljesítő megállapodást vizsgálnak.

A 2010-es iránymutatás 7. cikke megegyezik a korábbi 9. cikkel. Ezekben a piaci részesedési küszöb alkalmazását illetően vannak szabályok. A két dokumentumban felsorolt hét feltétel azonos. Ezek értelmében a piaci részesedést az előző naptári évre vonatkozó adatok alapján, vagy amennyiben ez nem áll rendelkezésre, úgy megbízható forrásból szerzett információk segítségével kell meghatározni. A szállító esetében a forgalmába beletartozik minden forgalmazási céllal integrált vállalat számára értékesített termék és szolgáltatás. Olyan szituációban, amikor egy korábban mentesített vállalat részesedése 30% fölé emelkedik, a Bizottság két eljárást hozott létre. Ha a piaci részesedés 35% alatt marad, úgy a mentesség az átlépést követő két évben továbbra is életben marad. Azonban ha ez a piaci rész 35% fölé megy, a mentesség a 35%-os határ meghaladását követő első év végén véget ér. A Bizottság kitért arra is, hogy ez a két rendelkezés nem kombinálható úgy, hogy két évnél nagyobb időtartamra maradjon meg a mentesség.

A 330/2010/EU rendelet utolsó rendelkező cikke a forgalmazási küszöb alkalmazásáról szól. A rendelet értelmében a forgalom kiszámításakor a vertikális megállapodásban érintett felek és azok kapcsolt vállalkozásainak előző évben elért üzleti forgalmát kell összegezni, adók és egyéb díjak nélkül. Az összegzés során a szerződő fél és kapcsolt vállalatai között lefolyt üzleti forgalomtól el kell tekinteni. Abban az esetben, ha az egymást követő két üzleti év során legfeljebb 10%-kal lépik túl az üzleti forgalom küszöbértékét, a megállapodás továbbra is mentességet élvez (ez a feltétel szerepelt a 2000 évi rendeletben is).

*A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás*¹⁹

Az e területet szabályozó rendeletet kiegészíti egy iránymutatás is, amit szintén frissítettek idén az új rendelettel együtt. Bár a kiadott 2010/C 130/01-es iránymutatásban több változás történt, mint a rendeletben, azonban ezek nem túl jelentősek, főként az újszerű piaci kihívások kezelésével kapcsolatban vannak újabb fejlemények. A dokumentum részletesen foglalkozik a vertikális korlátozásokkal kapcsolatos piaci helyzettel, a lehetséges pozitív és negatív hatásokkal, valamint az ilyen egyezségek vizsgálata során alkalmazandó elemzési módszertanra is tesz javaslatot. Az iránymutatás, a rendelethez hasonlóan 2010. június 1-én lépett hatályba, amely 2022. május 31-én jár le.

A modern gazdaságban a termelő vállalatok által megtermelt jószágot saját maguk hasznosíthatják, vagy értékesíthetik a piacon. A piacon való értékesítés módszerét a vállalatnak kell eldöntenie. Általánosságban ennek három formáját ismerjük, melyek közül az első a vertikális integráció. Ilyenkor a termelő vállalat magára vállalja a termék forgalmazását azáltal, hogy saját boltokat nyit, vagy létrehoz olyan leányvállalatokat, amelyeknek a feladata lesz a termékek eladása és az ehhez kapcsolódó szolgáltatások nyújtása. A második lehetőség az, hogy egy ügynököt alkalmaznak a termelő vállalatok, akiknek az a feladata, hogy fogyasztókat találjon, sőt néhány esetben még a vevőkkel kötendő szerződésekről is tárgyalniuk kell. A harmadik mód az, hogy a termelő vállalatok értékesítik a terméküket egy forgalmazónak, akik ezután eladják a terméket akár egy végső fogyasztónak, akár egy másik vállalat számára inputként.

Számos esetben a piacon a termelő egy kiskereskedőnek értékesíti a termékét, aki aztán a fogyasztóknak adja tovább az árut. A termelő és a kiskereskedő közé gyakran beékelődik a nagykereskedelmi szint, akinek fontos közvetítő funkciói lehetnek a gyártó és a kiskereskedelmi szint között. Abban az esetben, ha egy vállalat vertikális integrációt hajt végre, az gyártó képes lesz közvetlenül a fogyasztókkal érintkezni. Ennek egy speciális esete az interneten

¹⁹ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2000/C 291/01 illetve 2010/C 130/01 iránymutatás és Whish [2010] 602-655.o. alapján.

való értékesítés, amellyel a gyártó szükségtelenné teszi egy forgalmazó vállalat bevonását. Ezt a közvetítő kiiktatásának nevezzük. Ezeknél a piaci struktúráknál természetesen sokkal bonyolultabb kapcsolatok is kialakulhatnak a különböző termelési szinteken, ha például alvállalkozókat is bevonunk egy vállalat tevékenységébe.

Vertikális integráció

A vertikális integrációról való döntés alkalmával egy vállalatnak sok körülmény kell megvizsgálnia. Az ilyen folyamat nagyon költséges lehet egy vállalat számára függetlenül attól, hogy a gyártó boltokat szeretne kialakítani, forgalmazó leányvállalatot szeretne létrehozni, vagy a downstream piacon akar felvásárolni egy forgalmazói hálózatot. Ennél sokkal kisebb költségekkel jár, ha egy, a forgalmazásban tapasztalat rendelkező vállalkozással szerződik. Más megközelítésből azonban a vertikális integráció segítségével magas fokú hatékonyság és koordináció érhető el, amelyre egy harmadik fél alkalmazásakor nem lehetne számítani.

Versenyjogi megközelítésből a vertikális integráció egy fontos előnnyel rendelkezik a harmadik féllel kötött szerződésekkel szemben, mivel a vállalatok belső ügyei nem képezik versenyjogi eljárások tárgyát. Az Európai Bíróság véleménye szerint az anya- és leányvállalat közötti megállapodásokkal kapcsolatban nem alkalmazható a 101. cikk (1) bekezdése. Ennek értelmében még az olyan megállapodások sincsenek tiltva vállalatcsoportokon belül, melyek árat rögzítenek, vagy exporttal kapcsolatos korlátozásokat rendelnek el. Ennek alapjául az „egyetlen gazdasági egység” elve szolgál, melynek értelmében az ilyen vállalatcsoportokon belül kötött szerződések inkább szolgálnak a csoporton belüli feladatok és funkciók felosztására, mint vállalatok közötti korlátozó szerződésre. A vertikális növekedés tehát erőforrás gazdálkodási szempontból nem a legjobb mód, de így elkerülhetőek a versenyjog vizsgálatok. Ugyanakkor a vertikális integráció egyéb versenyszabályozási szempontból érdekes lehet. Egyrészt ez a folyamat jelzése lehet annak, hogy a vállalat erőfölényes helyzetben van a piacon, amely a 82. cikk alapján vizsgálattárgya lehet. Másrészt ha az integrációt összefonódással akarja végrehajtani a cég, figyelemmel kell lennie az EK Fúziós Rendeletére, valamint az azt kiegészítő iránymutatásra.

Kereskedelmi ügynök megállapodások

Az Európai Bizottság által kiadott vertikális korlátozásokról szóló útmutatásában fontos szerepet kap az ügynöki szerződések vizsgálata. Az Európai Közösség versenyjoga úgy értelmezi a kereskedelmi ügynököt, mint a megbízó gazdasági egységének egy részét, így a kettejük között kötött megállapodások nem tartoznak a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá. A valódi ügynöki szerződés megkötésének legfontosabb szempontja, hogy az ügynök ne vállaljon semmilyen kereskedelmi vagy pénzügyi kockázatot. A 2000-ben kiadott bizottsági iránymutatás ennek két fajtáját mutatta be. Az egyik az ügynök által kötött vagy megtárgyalt szerződésekhez közvetlenül kapcsolódó kockázat, melyre a Bizottság a raktárkészlet finanszírozását említi példának. A másik felmerülő kockázat az, amelyik az adott piachoz kötődő beruházásokra vonatkozik. Ennek egy lehetséges esete az, ha egy üzemanyag kiskereskedelmi tevékenység folytatásához az ügynöknek saját költségére kell megvásárolnia az üzemanyag-tároló tartályt. A 2010-es iránymutatás e két kockázat típuson felül egy harmadikat is tartalmaz. Ez az azonos termékpiacon, de nem a megbízó nevében végzett tevékenységekhez fűződő kockázatok csoportja. Ide tartozik az ügynök által nyújtott egyéb szolgáltatás, amelynek költségeit nem fizeti ki a megbízó.

Az ügynöki szerződésekkel kapcsolatban az iránymutatás kitér az olyan esetekre, amelyekben az ilyen megállapodások annak ellenére, hogy az ügynök nem visel kockázatot, mégis sértik a 101. cikk (1) bekezdésének rendelkezéseit. A Bizottság arra hivatkozik, hogy ilyen megállapodások segítik a felek közötti összejátszást. A dokumentumban bemutatnak egy olyan helyzetet, melyben több megbízó alkalmazza ugyanazokat az ügynököket, miközben másokat kizárnak ezen ügynökök eléréséből. Ezzel lehetősége nyílik az ügynököknek a marketingstratégiájuk összehangolására illetve piaci információk cseréjére.

Vertikális megállapodások

A vertikális korlátozások megítélése hosszú idő óta komoly vita tárgya az Európai Unión belül is. Azt már korábban is megállapították, hogy a horizontális megállapodások versenykorlátozó hatásúak, azonban a vertikális megállapodások nem mindig járnak ilyen hatással. A termelési lánc különböző szintjein elhelyezkedő vállalatok piacra gyakorolt hatása negatív

hatással van a másik vállalat keresletére, így az ilyen szerződésekből a felek érdekeltek abban, hogy megakadályozzák a másik felet abban, hogy kihasználja a piaci erejét. A vertikális megállapodások csak olyan esetekben hatnak a versenyre, ha a korlátozást alkalmazó cég már eleve jelentős piaci erővel rendelkezik. Ilyen esetekben korlátozódhat a márkák közötti verseny.

A márkán belüli verseny korlátozása kisebb versenyjogi jelentőségű kérdés, mivel ez a probléma csak akkor számít, ha a márkák közötti verseny túlságosan gyenge. Ugyanakkor az Európai Unió fontos célkitűzése az egységes európai piac létrehozása, ezért az uniós jogban kemény exporttilalmi rendelkezések találhatók, bár ezek rendszerint inkább a márkán belüli verseny korlátozását célozzák meg.

„De minimis” elv

Az Európai Unió joggyakorlatában főszabályként nem tartoznak olyan vertikális megállapodások a 101. cikk (1) bekezdése alá, melyeknek csekély jelentőségük van és ez által nem képesek a versenyt jelentős mértékben befolyásolni. A „de minimis” elv értelmében az olyan vállalkozások megállapodásai, melyek egyéni piaci részesedése 15% alatt van, nem sértik meg a 101. cikk (1) bekezdését és ezért nem képezik versenyjogi eljárás tárgyát. A Bizottság véleménye, hogy az ilyen kis- és középvállalkozások által kötött szerződések nem képesek a verseny korlátozására, ugyanakkor a 15%-os küszöb meghaladása esetén sem egyértelmű a versenyellenes hatás. Azonban kemény korlátozásokat tartalmazó megállapodások ellen a csekély jelentőség ellenére is indulhat vizsgálat.

Alvállalkozói megállapodások²⁰

Az Európai Bizottság 2010-es iránymutatásában külön részben tekintenek az alvállalkozói megállapodásokra, ami a 2000-es dokumentumban még nem szerepelt. Ennek értelmében az olyan szerződés, melyben a vállalat egy technológiát vagy berendezést biztosít egy alvállalko-

²⁰ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 22. bekezdése

zónak azzal a céllal, hogy kizárólag a vállalat számára előállítson egy terméket, nem sérti a 101. cikk (1) bekezdését. Ugyanakkor, amennyiben a megállapodásban egyéb megkötések is szerepelnek, mint például, hogy az alvállalkozó nem költhet saját kutatás-fejlesztési programokra, vagy egyéb terméket sem állíthat elő más vállalatoknak, úgy a szerződés ezen pontjai már sértik a jogi szabályokat.

Vertikális megállapodások elemzése²¹

Míg a horizontális megállapodások esetében az integráció egyértelműen kinyilvánította a tilalmat, addig a vertikális egyezségekkel kapcsolatban nem alakított ki egyértelmű véleményt. A kérdés a szakemberek között is vita tárgyát képezi, így vannak akik szerint ezek a megállapodások egyáltalán nem képezik versenyjogi eljárás tárgyát, valamint vannak akik úgy értékelik, hogy csak abban az esetben lehet az ilyen megegyezés versenykorlátozó, ha a szerződő felek egyike jelentős piaci erővel rendelkezik. A Bizottság véleménye szerint az ilyen megállapodásokat mindig egyedileg kell elbírálni úgy, hogy főként a valóságos gazdasági helyzetet is figyelembe veszik.

Az Európai Bizottság ezen megfontolásból iránymutatásában felvázolja, hogy az ilyen megállapodásokat hogyan kell értékelni, milyen tényezőket kell megvizsgálni és azt is bemutatja, hogy a szerződéseknek milyen negatív vagy pozitív hatásai lehetnek. Az iránymutatásban szerepelnek a Bizottság általános meglátásai a vertikális megállapodásokkal kapcsolatban. Mindkét iránymutatásban kitérnek arra, hogy a kizárólagos megállapodások versenyellenesebbek, mint a nem kizárólagos megállapodások. Ugyanis a kizárólagos egyezségek következtében az egyik fél az igényeit csak a másik a másik fél által elégítheti ki. Példának a dokumentum azt hozza, hogy a vevő jobb helyzetben van, ha kizárólagos szerződés helyett csak mennyiségi átvételi kényszer alatt van, mivel így van lehetősége egyéb versenytárs termékeinek beszerzésére.

²¹ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 96-127. bekezdése

A Bizottság súlyosabb eseteknek tartja a márkás termékekre vonatkozó vertikális korlátozásokat, mint a nem márkás termékekét. Egy márkanév alatti értékesítés segítségével a gyártó csökkentheti a terméke helyettesíthetőségét és így a kereslet rugalmasságát is. Ilyen esetekben pedig lehetősége nyílna a termék árának növelésére. A márkás és nem márkás áruk, szolgáltatások megkülönböztetése gyakran egybeesik a közbenső áruk és részszolgáltatások, valamint a késztermékek és szolgáltatások közötti különbségtétellel.

A Bizottság kitér arra a helyzetre, ha több vertikális megállapodás összekapcsolódik, és ez által erősödik a versenykorlátozó hatás. Ugyanakkor előfordul, hogy az ilyen helyzetekben a szerződések együttesen javítanak a versenyhelyezeten. Példaként említik azt, hogy a kizárólagos forgalmazási szerződéssel együtt megkötött mennyiségi átvételi kényszer vagy a maximális ár gyártó általi meghatározása, megakadályozza a forgalmazót abban, hogy túlságosan magasra emelje a termék árát.

Versenykorlátozás negatív hatásai²²

Az Európai Bizottság 2000-es iránymutatásában négy alapvető negatív versenykorlátozó hatást mutatott be, melynek elkerülését célul tűzték ki. Ezek a célok a 2010-es dokumentumban is szerepeltek. Ebbe a következők tartoztak:

- belépési korlátok növelése, új piaci szereplők belépésének megakadályozása
- a márkák közötti verseny korlátozása kifejezett, vagy akár hallgatólagos összejátszás keretein belül
- ugyanazon márkák forgalmazói közötti (márkán belüli) verseny csökkentése
- a piaci integráció akadályozása

A 2000-es iránymutatásban a Bizottság négy csoportba sorolta a vertikális megállapodásokat illetve ezekkel kapcsolatban további negatív hatásokat is említettek. Az első csoport az egyedi márkák kikötésének csoportja. Ennek legfontosabb eleme az, hogy arra kényszerítik a vevőt, hogy adott jószággal kapcsolatos megrendeléseit egy szállítónál összpontosítsa. Ebbe a csoportba tartozik az árukapcsolás esete is. Ezen szerződések kizárhatják az új szereplőket a

²² Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 100-105. bekezdése

piacról, korlátozzák a márkák közötti versenyt és elősegíthetik az összejátszást is elősegíthetik.

A második csoportba a korlátozott forgalmazási megegyezések tartoznak, melynek értelmében a gyártó csak korlátozott számú, akár egy vevőnek értékesít, akik továbbértékesítik a terméket. Ebbe a csoportba tartoznak a kizárólagos- és a forgalmazási megállapodások, valamint a kizárólagos ügyfélfelosztási szerződések. Az ilyen egyezségek lezárhatják a piacot, erősítik az összejátszást, melynek eredményeképpen a márkán belüli verseny gyengül, vagy akár teljesen megszűnik.

A harmadik csoport az áröngzítést tartalmazó vertikális megállapodások. Az ilyen szerződésekben a gyártó meghatároz egy ajánlott, egy minimális vagy egy maximális árat a forgalmazónak. Az ilyen egyezségek során az árak átláthatatlannak válhatnak a fogyasztó számára, így könnyebbé válik a felek közötti összejátszás és a márkán belüli verseny csökkentése.

Az utolsó, negyedik csoportba tartoznak a piacfelosztásra irányuló egyezségek. Ezek a szerződések rendszerint a vevőt abban korlátozzák, hogy megválassza a termék beszerzési vagy viszonteladási helyét. Az ilyen szerződések komoly akadályt jelentenek az unió számára alapvető fontosságú közös piac kialakításában, így ezeket a megállapodásokat szigorúan felügyeli az integráció. A 2010-es dokumentumban már nem szerepel ez a felosztás, azonban a csoportokban szereplő versenykorlátozó hatásokról szintén szót ejt a Bizottság.

Versenykorlátozás pozitív hatásai²³

Hasonlóan a negatív versenykorlátozó hatásokhoz, a pozitív hatások esetén is kevés változás történt a Bizottság álláspontját illetően. Az iránymutatásban leírtak alapján az Európai Bizottság véleménye az, hogy a vertikális megállapodások gyakran pozitív hatással vannak a piac működésére, különösen a nem ár jellegű verseny előmozdítása és a szolgáltatások minőségének javítása által. A 2000. évi iránymutatásban nyolc ilyen pozitív hatás szerepel, melyet az idején során egyel bővítettek ki.

²³ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 106-109. bekezdése

Az első ilyen pozitív hatás a piacon történő potyázás problémájával kapcsolatos. Gyakran előfordul, hogy az egyes forgalmazók kihasználják a versenytársaik által eszközölt befektetések, mint például a marketing tevékenység, pozitív hatásait. Kizárólagos forgalmazási megállapodások segítségével ezt megelőzheti a gyártó. A Bizottság kitér a vevők potyázási lehetőségére is, amely az értékesítés előtti szolgáltatásokat érinti. Az iránymutatás alapján ez csekély jelentőségű, mivel ez az új termékek esetén áll fenn, egyéb esetben a vevő korábbi tapasztalatai alapján vásárol.

A második előny szintén a potyautas problémához kapcsolódik. Az Bizottság meglátása szerint, ha egy új piacra akar belépni a gyártó, akkor ez komoly promóciós tevékenységet követel meg a forgalmazótól, amelynek magasak a költségei. Ahhoz, hogy ez a befektetés megtérüljön a forgalmazónak, szükséges lehet, hogy a gyártó vertikális korlátozó szerződések segítségével megóvja őt a versenytől egy rövid ideig. Ez idő alatt a forgalmazó magasabb áron tud értékesíteni így könnyebben megtérül a beruházása.

A minőségtanúsítási potyázás esetében szintén szükséges lehet korlátozott forgalmazási megállapodások megkötése. Egyes ágazatok kiskereskedői gyakran ismertté válnak arról, hogy csak „márkás” terméket árulnak üzleteikben. Egy új termék bevezetése során kulcsfontosságú lehet, hogy a gyártó el tudja érni, hogy termékét kizárólag csak ilyen kiskereskedők forgalmazhassák, ezáltal biztosítva a fogyasztókat, hogy az új áru jó minőségű.

A negyedik versenypolitikai előny a „hold up” helyzethez köthető, amikor a különböző szinteken elhelyezkedő feleknek nem ugyanakkora mértékű beruházást kell tennie. Ilyen helyzetekben az egyes felek tarthatnak attól, hogy a beruházásuk nem fog megtérülni, így szükségesség teszik vertikális korlátozó megállapodások, mint például szállítási szerződések megkötését. A Bizottság három fontos feltétel teljesülését köti ki ezzel kapcsolatban, miszerint az ilyen beruházásnak kapcsolatfüggőnek, hosszú távúnak és aszimmetrikusnak kell lennie. Vagyis a beruházás eltérő nagyságú a felek esetében, nem várható a rövidtávú megtérülés, valamint a beruházás csak speciálisan ebben az esetben lehet nyereséges, más termékek, szolgáltatások értékesítéséhez nem, vagy csak nagy költségekkel használható.

A „hold up” problémának egy speciális esetére, a „know how”-ra is kitér a Bizottság. Ebben a szituációban az egyik fél szellemi tőkét, technológiát ad a másik félnek és ezzel kapcsolatban jogosan elvárhatja, hogy ezt ne használhassák ki a saját versenytársai.

A hatodik pozitív elem a forgalmazók méretgazdaságosságát járja körbe, vagyis az olyan típusú korlátozások, mint a korlátozott forgalmazási, vagy a mennyiségi átvételi kényszer szerződések elősegíthetik, hogy a kiskereskedelmi szektorban alacsonyabb árak alakuljanak ki.

Abban az esetben, ha a bankok, vagy egyéb hitelező gazdasági szereplők nem hajlandóak elég nagy összeget hitelezni egy vállalkozásnak, akkor előfordulhat, hogy a szállító kölcsönöz a vevőnek, vagy akár fordítva. Ilyen esetekben a kölcsönt adó vállalat kötelezheti a másik félt versenytilalmi vagy mennyiségi kényszer elfogadására.

A nyolcadik említett hatás az egységesség és minőség szabványosítás. Erre a kizárólagos forgalmazási szerződések és a franchise rendszerek a tipikus példa. Ezekkel a gyártó kialakíthat egy márkaarculatot, hogy ezzel tegye termékét vonzóbbá a fogyasztók körében.

A 2010/C 130/01-es iránymutatásban a Bizottság kiemelt egy új pozitív hatást is, amely a vertikális externáliákhoz köthető. Ilyen probléma lehet az, hogy a gyártó nem lehet biztos abban, hogy a forgalmazó megfelelő értékesítési erőfeszítéseket tesz, vagy nem szab a terméknek túlságosan magas árat. A kiskereskedő túlzottan magas árszabásából eredő negatív hatást nevezik a „kettős marginalizáció problémájának”. Az ilyen helyzet a viszonteladási ár maximumának meghatározásával elkerülhető, míg a megfelelő erőfeszítésre való ösztönzés kizárólagos, vagy szelektív forgalmazás segítségével érhető el.

*Elemzés módszertana*²⁴

Az elemzés módszertanával kapcsolatban a Bizottság 2010-es iránymutatása nem sok változást hozott. A 2000/C 291/01-es dokumentumban létrehozott négy lépésen nem változtattak. Ezek a következők:

- Meg kell állapítani a szerződésben résztvevő szállító és vevő azon piaci részesedését, amelyet a szerződés érint.
- Amennyiben sem a szállító, sem a vevő piaci részesedése nem haladja meg a 30%-os küszöbértéket, úgy a megállapodásra vonatkozik a csoportmentességi rendelet abban az esetben, ha a szerződés nem tartalmaz súlyos (hardcore) korlátozásokat.
- Amennyiben a szállító és/vagy a vevő piaci részesedése meghaladja a 30%-os, úgy a megállapodást értékelni kell, hogy megállapítható legyen, hogy a 101. cikk (1) bekezdésének hatálya alá tartozik-e.
- Abban az esetben, ha a szerződés a 101. cikk (1) bekezdésébe ütközik, meg kell vizsgálni, hogy teljesíti-e a 101. cikk (3) bekezdésében megfogalmazott mentesítési feltételeit.

*Csoportmentesség*²⁵

A 2000-es iránymutatás értelmében a csoportmentesség vizsgálata során azt kell elemezni, hogy a szállító piaci részesedése meghaladja-e a 30%-ot. A vevői oldal részesedésének számítása csak abban az esetben indokolt, ha a vertikális megállapodás kizárólagos szállítási kikötést tartalmazott. A 2010-es iránymutatásban a vevő piaci részesedésének vizsgálata általános érvényű lett, ezen értéknek is a 30%-os határon belül kell lennie. Abban az esetben, ha ez a feltétel nem teljesül, még nem biztos, hogy a megállapodás sérti a 101. cikk (1) bekezdését, mivel az egyedi mentesség még vonatkozhat rá, így az ilyen vertikális megállapodásokat egyedileg kell megvizsgálni.

²⁴ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 110-127. bekezdése

²⁵ Európai Bizottság 330/2010/EU és az Európai Bizottság 2790/1999/EK rendeletei alapján

A rendeletekben szerepel a vertikális megállapodások fogalma, így ennek értelmében a csoportmentesség csak olyan megállapodásokra vonatkozik, amelyek a rendelet alapján vertikális megállapodásnak számítanak. Az ilyen megállapodásnak összehangolt magatartást kell tartalmazniuk, az egyoldalú magatartás a 102. cikk hatálya alá tartozik. A másik fontos szempont, hogy az ilyen megállapodások két vagy több vállalat között jönnek létre, tehát a végső fogyasztóval kötött szerződések nem tartoznak ebbe a csoportba. A vállalkozásoknak ezen felül eltérő termelési szinten kell elhelyezkednie, ugyanakkor előfordulhat az, hogy egy vállalat több szinten is versenyez. A vertikális megállapodások szabályozása alá nem tartoznak a bérleti- vagy lízingszerződések.

A rendeletek értelmében a versenytársak közötti megállapodások nem tartoznak a csoportmentességi rendelet alá, ugyanakkor említ két olyan esetet, amikor az ilyen megállapodások vertikálisnak minősülnek. Ez úgy lehetséges, hogy akár a szállító, akár a vevő több termelési szinten helyezkedik el, így egymás versenytársai lehetnek egyes szinteken. A kettejük kötött megállapodás akkor minősül vertikálisnak, ha annak tárgya egy olyan termék eladása, melynek piacán a két vállalat nem versenyez.

A csoportmentesítési rendelet hatálya kiterjed a szellemi termékekről kötött vertikális megállapodásokra is, ám ehhez öt feltételnek kell teljesülni. Elsőként a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó rendelkezéseket egy vertikális megállapodásban kell megfogalmazni, amely arról tartalmaz feltételeket, hogy a felek hogyan értékesíthetnek, nyújthatnak szolgáltatást. Ez a feltétel azért fontos, mert így a szellemi tulajdonjogok egy termék gyártásához, vagy egy szolgáltatáshoz kapcsolódnak és nem csak egy egyszerű licencadási szerződés. A második feltétel, hogy a szellemi tulajdonjogokat a vevőre ruházza át a szállító, fordítva nem lehet független attól, hogy az a szállító termeléséhez, vagy forgalmazásához szükséges technológia lenne. A vevő csakis termékleírást adhat a szállítónak, melyben meghatározza a szállítandó árukat vagy szolgáltatásokat. A harmadik feltétel, hogy a megállapodásnak ne a szellemi tulajdon átruházása legyen az elsődleges célja. A negyedik kikötés értelmében a szellemi tulajdon megszerzésének a célja az, hogy a vevő értékesíthesse vagy használhassa a szállító termékét, melyhez a szellemi tulajdon közvetlenül kapcsolódik. Az utolsó feltétel biztosítja, hogy a szellemi tulajdonnal kapcsolatos vertikális megállapodások ne részesüljenek csoport-

mentességől, amennyiben az egyezség olyan megállapodást is tartalmaz, mely alapvetően ellentmond a mentesség feltételeinek.

A szellemi tulajdonjogokkal kapcsolatos legfontosabb fogalmakat, mint a védjegy, „know-how” és szerzői jog, a Bizottság tisztázta az iránymutatásban. A „know-how” estén a Bizottság rögzít hat olyan vertikális korlátozást, amelyek szükségesek egy franchise-adó szellemi tulajdonának védelme érdekében, így ezek szintén csoportmentességben részesülnek.

A csoportmentességi rendeletet nem lehet alkalmazni olyan vertikális megállapodások esetén, melyeket az Európai Bizottság egy másik rendelet által kíván szabályozni, kivétel, ha a rendelet úgy rendelkezik. Ilyen eset áll fenn a technológia-átadási megegyezések (772/2004/EK), a gépjármű-ágazatbeli megállapodások és összejárások (1400/2002/EK), a kutatási és fejlesztési egyezségek (2659/2000/EK) valamint a szakosítási megállapodások esetén (2658/2000/EK).

A csoportmentesítési rendeletben a Bizottság megfogalmazott olyan kizárt korlátozásokat, melyek nem részesülhetnek ilyen felmentésben. Abban az esetben, ha egy megállapodás ilyen elemet tartalmaz, alkalmazni kell az elválaszthatósági szabályt, így a szerződéseknek csak azon része nem mentesül, amely ilyen kizárt korlátozásokat tartalmaz. A kizárt korlátozások közé tartoznak egyes versenytilalmi korlátozások. Ez az 5. cikk (1) bekezdésének a) pontjában van rögzítve. Ilyen megállapodások eredményeképpen a vevő a szerződésben érintett termékek minimum 80% az adott szállítótól, vagy az ő általa kiválasztott forgalmazótól szerzi be így a vevő korlátozva tud versenytársak által gyártott árut beszerezni. Az ilyen megállapodások nem tartoznak a csoportmentesítési rendelet alá, ha időtartamuk öt évnél hosszabb, vagy fennáll a hallgatólagos meghosszabbítás lehetősége. Ellenkező esetben az ilyen korlátozás mentesülhet. Olyan kivételes esetekben, amikor vevő az értékesítést a szállítótól bérelt területről, az ötéves időtartam nem alkalmazható. Ilyenkor a korlátozás olyan hosszú lehet, amíg a vevő a területet használja.

A csoportmentességi rendelet 5. cikk (1) bekezdésének b) pontjában szereplő kizárt korlátozás az, ami a vevő kötelezettségére vonatkozik a megállapodás hatályának megszűnése után. Ez alól csak az olyan kötelezettségek jelentenek kivételt, melyek feltétlenül szükségesek. Az

5. cikk (1) bekezdésének c) pontja a szelektív forgalmazási rendszer egy fajtáját zárja ki a mentesíthetőség alól. Alapesetben ez a korlátozás mentesülhet, azonban olyan esetekben, amikor a szállító ilyen módszerrel akarja megakadályozni a vevőt, hogy versenytárs szállítótól vásároljon terméket viszonteladási célból, a rendelet értelmében a megállapodás nem mentesíthető.

Az elválaszthatóság szabályát nem lehet alkalmazni olyan megállapodások esetén, melyekben kemény típusú korlátozások vannak. Az ilyen szerződéseket a Bizottság egyedileg vizsgálja ki, így az egész szerződés érvénytelen és nincs lehetőség a nem megfelelő részek elválasztására.

A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatásban a Bizottság kitér a csoportmentességi rendelet visszavonásának tagállami és Bizottsági feltételeire. A Bizottságot kizárólagos hatáskörrel ruházza fel a visszavonást illetően, szemben a tagállammal, amely köteles a Bizottsággal párhuzamos hatáskörrel rendelkezni. A csoportmentesség visszavonása „ex nunc” hatályú, vagyis a mentesség érvényben marad addig, amíg a Bizottság tudja bizonyítani, hogy a megállapodás nem teljesíti a 101. cikk (3) bekezdésének rendelkezéseit. Gyakran ez az eset áll fenn, amikor a vertikális megállapodások hálózata a piac nagyobb, mint 50%-án megtalálható. Ezek a megállapodások olyan Az ilyen hatások felelősége csak az olyan vállalatokat terheli, melyek ehhez értékelhető mértékben hozzájárulnak.

A 330/2010/EU rendelet 6. cikkének értelmében a visszavonási határozathoz pontosan meg kell határozni az érintett piacot, a vertikális korlátozás típusát. A Bizottságnak figyelembe kell venni az 50%-os arány számításakor minden olyan megállapodást, amely hasonló egyedi vagy összekapcsolt korlátozást fejt ki a piacon. Az 50%-os határ átlépése azonban nem kötelezi a Bizottságot eljárás indítására. Amikor egy eljárás elindul, és a mentességet visszavonják, még nem kell a megállapodást a 101. cikk (1) bekezdésébe ütközőnek tekinteni, mindössze meg kell kezdeni a szerződés egyedi vizsgálatát.

101. cikk (1) bekezdése alapján releváns tényezők²⁶

A Bizottság meghatározta a vizsgálandó tényezőket, abban az esetben, ha a szerződés nem tartozik a csoportmentességi rendelet hatálya alá. A dokumentumban hangsúlyt kap az is, hogy ezeket a tényezőket egyedi esetekben kell vizsgálni, mivel ezek együttes hatása a lényeges. Példaként említi azt az esetet, amikor a piaci szereplők erejét jól jelzi a részesedésük, azonban ha a belépési korlát nem túlságosan magas, úgy ez nem feltétlenül jelent piaci erőt. A 2010-es dokumentumban összesen egy ilyen plusz tényezőt állapítottak meg, a megállapodás jellegét.

A vertikális egyezségek jellegét és alakját tekintve sokféle lehet, ezért fontos megállapítani, hogy milyen jellegű megállapodás jön létre. Fontos megnézni a korlátozás időtartamát valamint, hogy a szerződés az egész piac értékesítésének hány százalékát érinti. Ugyanakkor nem elég csak a szerződés szövegét vizsgálni, mivel előfordulhatnak hallgatólagos megállapodások, melyekre csak a szerződő felek piaci magatartásából lehet következtetni.

A második fontos tényező a felek piaci pozíciója, mely alatt a piaci részesedés és ez által a piaci erő vizsgálatát érti a Bizottság. Az piaci erő vizsgálata fontos, hogy kiderüljön erről, hogy a vállalat versenytársakkal szembeni költségelőnyéből vagy egyéb versenyelőnyből származik. Ilyen előny lehet a technológiai fejlettség, fontos szabadalom vagy, hogy a termék márkavezető. Ezt a lépést követően a versenytárs vállalatokról kell hasonló információkat gyűjteni, hogy így megtudjuk, mennyire van lehetősége a szerződő feleknek a piaci erejük kihasználására. Ez akkor jellemző, ha a versenytársak csak kis részesedéssel rendelkeznek, vagy nem tudnak hasonló mértékű kutatási és fejlesztési programot folytatni. Ha a vizsgálat során a piaci részesedések gyakori változását tapasztaljuk, úgy feltehetően a piacon intenzív verseny folyik.

A negyedik tényező a vevők pozíciójának vizsgálata. Ebbe beletartozik az is, hogy mekkora befolyással van a szállítók keresletére, valamint azt is elemezni kell, hogy a viszonteladási piacon elhelyezkedik-e és mekkora a piaci ereje. Bizonyos esetekben a vevői erő meg tud-

²⁶ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 111-121. bekezdése

ja akadályozni a szerződő feleket abban, hogy piaci erőt fejtsenek ki. Ez olyan helyzetekre jellemző, amikor az erős vevők képesek új beszerzési forrásokat létrehozni.

Ötödik lépésként a piacra lépés feltételeit és korlátait kell elemezni. Normális esetben a piacra lépés korlátja alacsony, rövid idő alatt végbemehet a tényleges piacra kerülés. Akkor elég alacsonyak a belépési korlátok, ha a vállalatok nem tudják áraikat következmények nélkül emelni, mivel tartaniuk kell az újonnan érkező vállalatoktól. A magas belépési korlát létrejöhet szállítói, vevői vagy akár mindkét szinten. A piacra lépés általában meg nem térülő költségekkel jár, így a belépőnek ezeket mérlegelnie kell a döntése előtt.

A Bizottság által kiemelt hatodik tényező a piac érettsége. Ez alatt azt kell megvizsgálni, hogy a piac mennyire dinamikus, milyen gyakori az innováció, az új technológia megjelenése. Az olyan piacokon, ahol hosszú ideje nem változik a kereslet, vagy csökken, nagyobb valószínűséggel fejt ki negatív hatást egy vertikális megállapodás.

A hetedik tényező a kereskedelmi szint vizsgálata, amikor azt kell eldönteni, hogy közbelső-, vagy végtermékről van szó. A közbelső termékek vásárlói alapanyagként használják fel a terméket a saját gyártásuk során, ezért ezek az ügyfelek jól tájékozottak a termékek minőségét illetően. A végtermékek esetében a végső fogyasztók már ritkán ilyen jól értesültek, rájuk nagyobb hatást gyakorol a kialakított márkacsalád, ezért az ezen a szinten kialakuló forgalmazói kizárás nagyobb korlátozó hatású lehet, mint a közbelső termékek piacán.

Az elemzés során figyelni kell a termékek jellegére is, hiszen más versenykorlátozó hatások lehetnek a homogén illetve a heterogén termékek piacán. Általánosságban a Bizottság meglátása az, hogy a vertikális korlátozások negatív hatásai nagyobb valószínűséggel figyelhetők meg azoknál a termékeknél, amelyek heterogének, olcsók és inkább egyszeri vásárlás tárgyát képezik.

A Bizottság meglátása, hogy ezek a tényezők a legfontosabbak, de lehetnek más fontos befolyásoló elemek, ezért utolsóként az egyéb tényezők vizsgálatát javasolja az iránymutatás. Ide tartoznak a összekapcsolódó vertikális megállapodások hatásai, vagy a kizárólagos és nem kizárólagos megegyezések közötti különbség.

101. cikk (3) bekezdése alapján releváns tényezők²⁷

A 101. cikk (3) bekezdésében négy olyan feltételt fogalmaztak meg, amelyek teljesülése esetén a szerződés mentesül az (1) bekezdés hatálya alól. A négy feltétel nem változott a 2010-es iránymutatásban sem. Ezek a következők:

- a vertikális megállapodásnak hatékonyságnövekedést kell megcéloznia a termelésben vagy a forgalmazásban, ezzel elősegítve a gazdasági fejlődést.
- a vertikális megállapodások alapján létrejövő előnyökből méltányos részt kell adni a fogyasztók számára
- a vertikális megállapodások csak olyan korlátozásokat tartalmazhatnak, amelyek a hatékonyságnövekedéshez feltétlenül szükségesek
- a vertikális megállapodások nem szolgálhatnak arra, hogy a szerződő felek kiküszöböljék a versenyt a szóban forgó termékek esetében

A 101. cikk (3) bekezdésének alkalmazása során összhangba kell hozni a négy elv használatát a szerződő felek által eszközölt beruházásokkal és annak megtérülési idejével, valamint az ezekhez szükséges korlátozásokkal.

A negyedik feltétel használatakor figyelni kell a 101. cikk (3) bekezdésének és a 102. cikknek a kapcsolatára. A 102. cikket figyelembe kell venni a mentesítési feltételek vizsgálatakor, így olyan megállapodásokat nem lehet felmenteni, melyek erőfölénnyel való visszaélést jelentenének. A vertikális korlátozás nem szüntetheti meg a versenyt, hiszen ennek köszönhető a piacon történő innováció. Amennyiben nincs fennmaradó verseny, illetve nincs új belépő a piacon, úgy a verseny védelme fontosabbá válik, mint a hatékonyságnövekedés. Az olyan megállapodások, melyek monopóliumra hasonlító piaci helyzetet hoznak létre, vagy azt erősítik, nem mentesülhetnek a 101. cikk (3) bekezdése alapján.

²⁷ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 122-127. bekezdése

*Kemény típusú megállapodások*²⁸

A kemény típusú megállapodásokkal kapcsolatban a Bizottság álláspontja, hogy ezek nem részesülhetnek a csoportmentességi rendelet alapján, sőt az ilyen megállapodásokra az elválasztási szabály sem érvényes. A 330/2010/EU rendelet 4. cikke foglalkozik ezekkel a megállapodásokkal. A rendeletben nem sok változás történt, azonban az iránymutatás ezzel összekapcsolódó bekezdéseiben találhatóak a legjelentősebb változtatások.

A negyedik cikk a) pontjában a viszonteladási árral korlátozására irányuló megállapodásokkal kapcsolatos meglátások szerepelnek. Az ilyen típusú korlátozásokról az iránymutatásban is szót ejt a Bizottság. Ezek értelmében a legmagasabb értékesítési ár előírása, valamint az árak ajánlása engedélyezett, amennyiben attól el lehet térni. Az olyan korlátozások, melyek közvetve, vagy közvetlenül kötelezővé tesznek egy ajánlott árat, már szabályellenesek. A Bizottság közvetett korlátozásként tekint az olyan szerződésekre, melyekben a szállító a vevő forgalmazási nyereségét, vagy az árengedményeinek mértékét szabja meg. Az iránymutatás kitér arra, hogy a valódi ügynöki megállapodásokban szereplő ármeghatározás nem kemény típusú, mivel a valódi ügynök nem számít külön gazdasági egységnek.

A Bizottság álláspontja az ilyen típusú korlátozások viszonylatában változatlan, függetlenül attól, hogy az Egyesült Államok versenyjogi gyakorlatában jelentős módosulások történtek. Az uniós versenyjog továbbra is keményen lép fel az ilyen szerződésekkel szemben, azonban már a Bizottság is megemlíti Közleményében, hogy az ilyen korlátozások is járhatnak pozitív hatással, így teljesíthetik a 101. cikk (3) bekezdésének feltételeit.

A negyedik cikk b) pontjában azon vertikális megállapodások szerepelnek, melyek közvetett vagy közvetlen célja, hogy területtel, illetve vevőkörrel kapcsolatos korlátozásokat hozzanak. Az iránymutatásban hosszan értekezik a Bizottság arról, hogy milyen korlátozások tartoznak ebbe a csoportba, valamint tisztázza az „aktív” és „passzív” értékesítés közötti különb-

²⁸Európai Bizottság 330/2010/EU és az Európai Bizottság 2790/1999/EK rendeletei alapján, lásd még Whish [2010] 651-655. o.

séget is. A Bizottság iránymutatásában négy kivételt tesz az ilyen típusú megállapodások között.

Az első kivétel értelmében a szállító korlátozásokat állíthat az aktív értékesítés esetében. Aktív értékesítés esete alatt a Bizottság azt a helyzetet éri, amikor a forgalmazó aktívan fordul az egyedi ügyfelekhez levél, vagy e-mail formájában. Aktív értékesítésnek számít, amikor a forgalmazó olyan promóciót folytat, mely során a termék csak egy meghatározott terület, vagy ügyfélcsoport tagjai számára lesz vonzó. Ezzel ellenben a passzív eladás során a forgalmazó általános érvényű, saját területe vagy ügyfélcsoportja esetén szükséges hirdetés útján érintkezik más vevőcsoport tagjaival. Az így, felszólítás nélküli kérés teljesítése passzív értékesítésnek számít, melyeknek bármilyen jellegű korlátozása szigorúan tiltott az Európai Unió területén.

A 2010-es iránymutatás legnagyobb újítása ezzel a tilalommal kapcsolatos. Az Európai Bizottság figyelemmel volt arra, hogy az utóbbi tíz év alatt komoly változás történt az on-line értékesítés ágazatában. Az ilyen típusú értékesítés szerepe egyre jelentősebbé vált, mivel így a vevők sokkal szélesebb köre érhető el. A Bizottság ezért szükségesnek találta, hogy ennek a forgalmazási módnak is megfelelő szabályozást alakítson ki, mivel ez a korábbi útmutatásban nem szerepelt.

A Bizottság meglátása szerint az internetes értékesítést főszabályként passzív eladási módszernek kell tekinteni, mivel a technológia jellemzőjének köszönhetően nem csak a saját ügyfélkörön belül, hanem széles körben elérhetővé válnak a termékek. Amikor a vevő felkeresi a gyártó weblapját, és ennek következtében értékesítés történik, egy passzív értékesítési folyamat zajlik le. Ugyanez igaz a vevő szállító általi hírlevelére való feliratkozás esetében is. A weblapok passzív mivoltán az sem változtat, ha az oldalon nyelvválasztási opció található. A Bizottság éppen ezért több, interneten történő korlátozást is kemény típusúnak tekint.

- az olyan forgalmazási megállapodás, melyben a felek ígéretet tesznek arra, hogy a megakadályozzák a másik fél ügyfélkörének tagjait a honlapjuk elérésében, vagy automatikus ügyfél átirányítási rendszert hoznak létre. Ez alól mentesülnek az egyéb szállítók weblapjára mutató linkek honlapon történő elhelyezése.

- az olyan típusú megállapodás, melyben a felek ígéretet tesznek az internetes ügyfél on-line vásárlásának kielégítésére olyan esetekben, amikor a hitelkártya –adataik nem a forgalmazó területén belüli címet tartalmazzak.
- azok a megállapodások, melyben a forgalmazó korlátozza az interneten keresztüli értékesítés arányát. Ebbe nem tartoznak bele az olyan minimumkövetelmény-előírások, melyekben a forgalmazó előírja a vevő számára, hogy milyen minimum mennyiséget köteles a fizikai értékesítési pontokon eladni. Szintén kivétel a szállító azon előírása, mely alapján az online tevékenységet összhangba hozza saját forgalmazási modelljével. Így a csoportmentesség kiterjed azon megállapodásokra, melyben a szállító szelektív forgalmazási rendszer keretén belül megköveteli, hogy az online értékesítők is rendelkezzenek fizikai értékesítési ponttal, vagy bemutatóteremmel, valamint a szállító kikötheti, hogy az értékesítő csak a közösen megállapított internet-használati előírások alapján vegye igénybe harmadik fél platformját.
- olyan megállapodások, melyben a szállító magasabb árat kér az online értékesítésre szánt termékért, mint a normál forgalmazási rendszerben eladásra vett áruért. Kivételt képez a szállító és a vevő rögzített áras megállapodása, melynek célja a vevő online vagy hagyományos értékesítési erőfeszítéseinek növelése.

A Bizottság kitér az internetes értékesítések aktív módjára is, melyek közé azon e-mailek, vagy hirdetések tartoznak, melyek célzottan az egyénhez lettek elküldve. Hasonlóan aktív értékesítésnek számít a honlapokon elhelyezett hirdetés is.

A 4. cikk b) pontjának további három kivételét említi meg a Bizottság. A második kivétel alapján engedélyezett a nagykereskedő korlátozása olyan szempont alapján, hogy mekkora mennyiséget értékesíthet a végső fogyasztók számára. A harmadik kikötés szerint a szelektív forgalmazási rendszerben levő vállalatok értékesítése korlátozható a szerződéses forgalmazók számára. Az ilyen korlátozás kitérhet az aktív és a passzív értékesítés eseteire is. A negyedik kivétel értelmében a szállító korlátozhatja a terméket felhasználás céljából vásárló vevőket, hogy az alkatrészt ne értékesítse olyan vállalatoknak, akik azt arra használnák fel, hogy a szállítóval versenyző terméket gyártsanak. Az ilyen korlátozás érintheti az aktív és a passzív értékesítést is.

A 4. cikk c) pontjában foglalt kemény korlátozás arra az esetre tér ki, amikor egy szelektív forgalmazási rendszerben a felek végső fogyasztók számára történő eladását akarják korlátozni. Az ilyen típusú korlátozás aktív, vagy passzív értekesítés esetében egyaránt tiltott. Az ilyen szerződésekben csak a nem megfelelő telephelyen való értékesítést lehet megtiltani a végső fogyasztók felé. Ez a fenntartás azért lehetséges, mivel ennek hiányában nem lenne szelektív a forgalmazási rendszer.

A szelektív forgalmazási rendszerrel kapcsolatos kemény korlátozás szerepel a 4. cikk d) pontjában, mely alapján tilos az olyan megállapodások megkötése, melyek célja, hogy a rendszeren belüli keresztszállítási rendszert akadályozzák. A rendszer egyetlen kiskereskedőjét sem lehet rákényszeríteni, hogy egy kizárólagos szállítótól szerezze be a terméket.

A 4. cikk e) pontjában azok a megállapodások szerepelnek, melyben a szállítót abban korlátozzák, hogy az összetevőket alkatrészenként értékesítse olyan vevőknek, melyek a termék javításával vagy azzal kapcsolatos szolgáltatások nyújtásával foglalkoznak. A végső felhasználók és a független szolgáltatók számára egyaránt biztosítani kell az alkatrészek beszerzését. A nem független szolgáltatóktól azonban már megkövetelhető a hálózaton belüli termékek vásárlása.

A Bizottság iránymutatásában kitér olyan esetekre, amikor a kemény típusú korlátozások szükségesek lehetnek, vagy olyan mértékű hatékonyságnövekedést jelentenek, hogy a 101. cikk (3) bekezdése alapján mentesülhetnek. Példaként említi a veszélyes anyagok szállításával, értékesítésével és tárolásával kapcsolatos korlátozásokat, melyek egészségügyi és biztonsági szempontból is fontosak lehetnek. A Bizottság kitér arra a lehetőségre, hogy az új piacra való belépés és megmaradás esetében is szükségesek lehetnek ilyen kemény korlátozások, azonban ezek csak addig engedélyezhetők, amíg a kezdeti befektetés meg nem térül az új piaci szereplő számára.

Egyedi vertikális megállapodások vizsgálata

Az Európai Bizottság iránymutatásának egy jelentős részében a vertikális megállapodások különböző fajtáit illetően hozott alapelveket azok vizsgálatára. Ezen alapelvek a 2000-es évi dokumentumhoz képest nem mutatnak változást a 2010-es frissítés alkalmával. Az iránymutató ezen pontjai segítségével a Bizottság megfogalmazza az egyes vertikális megállapodások sajátosságait és azt, hogyan kell az ilyen eseteket vizsgálni, hogyan kell megítélni a csoportmentesség alkalmazásának lehetőségét, valamint kitér a 101. cikk (3) bekezdésének való megfeleltetésre is.

Exporttilalmak

Az Európai Unió számára különösen fontos a tagállamok közötti zavartalan gazdaság biztosítása, hogy ezáltal sikerüljön kialakítani az egységes európai piacot. Az Európai Bizottság e cél fontosságának köszönhetően különösen kemény kézzel bánik az ilyen esetekkel. Az exporttilalmakat két fontos csoportra tudjuk bontani, a közvetlen és a közvetett tilalmakra. Mindkét esetben a Bizottság véleménye, hogy az ilyen megállapodásokat tiltani kell akkor is, ha nem az alapvető célja az export korlátozása.

A Bizottság rendeletének 4.cikk b) pontjának értelmében az export tilalmak kemény típusú korlátozások, melyek nem kaphatnak csoportmentességet. Ezen okból a Bizottság sok exporttilalmi szerződést vizsgált az utóbbi időben. Amennyiben a Bizottság felderít egy ilyen megállapodást, komoly bírságot szabhat ki, melynek összegét csak akkor csökkenti, vagy törli el, ha a szerződő felet kényszerítették a szerződés megkötésére.

Közvetett exporttilalmat sokféle vertikális megállapodás tartalmazhat. Egy lehetséges mód, hogy a gyártó tagállamokra bontja a termékhez kötődő garanciális szolgáltatásokat. Ilyen módon könnyebben rávehető a vevő, hogy olyan területen vásárolja meg a terméket, mely esetében könnyebben igénybe veheti a garanciális szolgáltatásokat. Hasonló a helyzet egy monitorizálást előíró megállapodás esetén, mellyel a gyártó követni tudja, a termék mozgását. Ez önmagában még nem tiltott, azonban ezt a gyártó használhatja a párhuzamos import korlátozására vagy ellenőrzésére. Szintén tiltott az olyan megállapodás, melyben árdiszkrimi-

nációval kívánják megakadályozni az exportot. Ilyen intézkedés lehet, hogy egy árkedvezményt csak az adott tagállam lakói kapnak meg a termék vásárlásakor.

*Egyedüli márka kikötése*²⁹

A Bizottság véleménye szerint az ilyen típusú megállapodások korlátozó hatása abban áll, hogy a vevőt arra kényszerítik, hogy igényeit egyetlen szállító által elégítse ki, így gyengül a márkák közötti verseny. Az ilyen megállapodásokra a Bizottság gyakran versenytilalmi kötelezettségként tekint, mivel ilyenkor a szállító és versenytársai közötti verseny csökken. Az ilyen típusú megállapodásokra alkalmazható a csoportmentességi rendelet, azonban ha a szerződés nem mentesülhet, az ügyet egyedileg kell kivizsgálni.

A Bizottság iránymutatásában felsorolta az ilyen megállapodások vizsgálata esetén fontos tényezőket. A legfontosabb, hogy a megállapodást gazdasági szemszögből kell értékelni, de összhangban kell lenni a közösségi bíróság korábbi döntéseivel. Az ebbe a csoportba tartozó megállapodások nem versenykorlátozó célúak. Az új rendelet értelmében figyelembe kell venni a szállítók és a vevők piaci részesedését, valamint a megállapodás időtartamát. A Bizottság véleménye, hogy a nem erőfölényes helyzetben lévő vállalatok által kötött egy évnél rövidebb megállapodások valószínűleg nem sértik a 101. cikk (1) bekezdését, míg az öt évnél hosszabb időtartamra szóló egyezségek általában a rendelkezésbe ütköznek. A köztes hosszúságú szerződések esetén a versenykorlátozás esete fennállhat, de nem bizonyos. Fontos mérlegelni ezeken felül a kereskedelem szintjét és a piacra lépési korlátot is.

*Kizárólagos forgalmazási megállapodások*³⁰

Az ilyen szerződések segítségével a vállalatok képesek lehetnek a márkán belüli verseny csökkentésére, az integrált piac feldarabolására, valamint az összejátszás elősegítésre akár szállítói, akár vevői szinten. A csoportmentességi feltételeknek megfelelően az ilyen típusú

²⁹ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 129-150. bekezdése

³⁰ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 151-167. bekezdése

szervződés, amennyiben a szállító és a vevő is a 30%-os küszöbérték alatt van. További követelmény, hogy az ilyen szerződések ne tartozzanak a rendelet 4. cikkének hatálya alá. Különösen tiltott a passzív értékesítés bármilyen korlátozása, a szerződéses felek közötti kereskedés szabályozása, valamint a végfelhasználók számára történő aktív eladás akadályozása.

Az kizárólagos forgalmazási megállapodások esetében is piaci szemszögből kell a szerződést értékelni olyan módon, hogy vizsgálni kell a szállítónak és versenytársainak a piaci pozícióját, mivel a márkán belüli verseny korlátozásának hatása súlyosabb olyan esetekben, mikor a márkák közötti verseny gyenge.

Kizárólagos ügyfélelosztási megállapodások³¹

Az ilyen típusú szerződésekben a szállító arra tesz ígéretet, hogy csak olyan forgalmazó számára értékesíti a termékét, aki a vevők egy meghatározott csoportja számára értékesíti tovább. Az ilyen megállapodások gyakran esnek a kizárólagos forgalmazási szerződésekhez hasonló elbírálás alá. A Bizottság ugyanakkor említést tesz arról, hogy amennyiben a szállító részesedése 30% feletti, úgy valószínűsíthetően a megállapodás nem tesz eleget a 101. cikk (3) bekezdésének.

Szelektív forgalmazási megállapodások³²

Egyes „márkás” terméket gyártó vállalatok gyakran alkalmaznak szelektív forgalmazási rendszereket. Ilyenkor a gyártó létrehoz egy rendszert, amelyben csak az ő elvárásainak megfelelő forgalmazók számára teszi lehetővé a termék értékesítését. Ebből fakadóan az ilyen megállapodások korlátozzák a márkán belüli versenyt és elősegíthetik az összejátszást. A szelektív forgalmazási rendszereknek két alapvető fajtáját különböztetjük meg aszerint, hogy az tisztán minőségi jellegű, vagy egy mennyiségi rendszer.

³¹ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 168-173. bekezdése

³² Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 174-188. bekezdése

Tisztán minőségi jellegű rendszerek

Az Európai Bizottság három fontos feltételt állított azzal szembe, hogy egy szelektív forgalmazási rendszert tisztán minőséginek ismerjen el. Az első az, hogy a termék jellege tegye szükségessé az ilyen szelektív rendszer kialakítását. A Bizottság kiadott egy formális csoportosítást arról, hogy milyen három termék kategória esetén látja a szelektív forgalmazást szükségesnek. Az első kategória a műszakilag összetett termékek csoportja, melyek esetében fontos a szakértő személyzet alkalmazása. A második kategóriába sorolták az olyan luxustermékeket, parfümöket és kozmetikumokat, melyek számára fontos a márkaarculat kialakítása és fenntartása. A harmadik csoportba az újságok tartoznak, melyek esetében azért van szükség ilyen szelektív forgalmazási rendszerre, mivel a rövid forgalmazási idő, így körültekintően kell folytatni az értékesítést.

A Bizottság által állított második feltétel az, hogy a gyártó csak tisztán minőségi jellegű korlátozásokat hozhat és ezeket az elvárásokat mindenkiel szemben azonos mértékben kell felállítani. Ennek biztosítása esetén a kritériumoknak megfelelő vállalkozók mind képesek a termék viszonteladására, így nem mennyiségi korlátozás van érvényben. A legfontosabb feladat annak eldöntése, hogy egy korlátozás valóban minőségű jelleget ölt, mivel egy minimális árukészlet fenntartása mennyiségi elvárásnak tekinthető, azonban előfordulhat, hogy a megállapodás eleget tehet a 101. cikk (3) bekezdés feltételeinek.

A szelektív forgalmazási rendszerrel szemben felállított harmadik elvárás az, hogy a kiskereskedőkkel és forgalmazókkal szembeni elvárások csak annyira lehetnek súlyosak, amennyire a termék jellege megköveteli. Ezt nevezzük az arányosság elvének. A Bizottság véleménye szerint a szállító csak olyan elvárásokat állíthat, amely a termék megfelelő forgalmazásához szükséges. Azok a szelektív forgalmazási rendszerek, melyek ilyen tisztán minőségi jellegűek, egyáltalán nem képezik a 101. cikk (1) bekezdésének tárgyát.

Nem tisztán minőségi jellegű rendszerek

Amennyiben egy szelektív forgalmazási rendszer nem tisztán minőségi jellegűnek minősül, úgy a 101. cikk (1) bekezdésének alkalmazás körébe tartozhat. Az ilyen megállapodások-

ra ugyanakkor érvényes a csoportmentességi rendelet, valamint egyedi mentesülést is kaphat a (3) bekezdés alapján. Az ilyen szerződések vizsgálatakor elemezni kell a szállító és versenytársainak piaci helyzetét, hogy kiderüljön, megfelelő-e a márkák közötti verseny. Ezen felül vizsgálni kell, hogy a piacon több szelektív forgalmazási rendszer található-e, mivel olyankor könnyebbé válik a felek közötti összejárás.

A mennyiségi jellegű szelektív forgalmazási rendszerek csoportmentességéhez szükséges, hogy a megállapodás eleget tegyen a rendelet 4. cikkének a), c), d), valamint az 5. cikk c) pontjának. A Bizottság visszavonhatja a csoportmentességet, amennyiben a szelektív forgalmazási rendszer csak csekély hatékonyságnövekedést okoz a piacon.

*Franchise megállapodások*³³

A Bizottság értelmezése szerint a franchise szerződéseket az különbözteti meg az általános forgalmazói egyezségektől, hogy ezek egy szellemi tulajdonjog átruházását tartalmazzák, ami a franchise-rendszerek sajátossága. Ilyenkor fontos, hogy a franchise-ba adó képes legyen kötelezővé tenni a szabványok betartását a franchise-ba vevő számára, valamint hogy biztosítsa a saját szellemi tulajdonját. Az ebből a célból megszületett korlátozások így nem képezik a 101. cikk (1) bekezdésének tárgyát, azonban az ettől eltérő célú egyezségek már igen.

*Kizárólagos szállítási megállapodások*³⁴

Az ilyen szerződéseket a Bizottság a kizárólagos forgalmazási megállapodások egy szélsőséges formájának tekinti. Az egyezés értelmében a szállító kötelezve van arra, hogy termékét az egész Európai Közösségen belül csak egy vevőnek értékesítse. Az ehhez hasonló egyezségek részesülhetnek csoportmentességben. A kizárólagos szállítási szerződések vizsgálatakor külön jelentőséggel bír a vevő piaci részesedésének vizsgálata. Minél nagyobb ez az arány, annál valószínűbb, hogy versenyellenes korlátozást tartalmaz az egyezés. Szintén fon-

³³ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 189-191. bekezdése

³⁴ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 192-202. bekezdése

tos tényező a szállítási kötelezettség időtartama, a piacra lépési korlát, az érintett kereskedelem szintje és a kiegyenlítő szállítói erő.

Előzetes hozzáférési kifizetés megállapodások³⁵

Az előzetes hozzáférési kifizetéssel kapcsolatos megállapodások vizsgálata nem szerepelt a Bizottság 2000 évi iránymutatásában. Az ilyen megállapodások egy rögzített díjat tartalmaznak, mellyel a szállító hozzáférési jogot nyer a szerződő forgalmazási láncához, valamint kifizeti a forgalmazó által nyújtott szolgáltatások ellenértékét. Az ilyen megállapodások gyakorlati megvalósításai közé tartozik a polcpénz, a listán tartási díj, vagy azon kifizetések, melyekkel a szállító hozzáfér a forgalmazó promóciós kampányaihoz. A polcpénz olyan rögzített díj, mely által a szállító megszerzi magának a forgalmazó polcfelületét, míg a listán tartási díj segítségével a szállító biztosítás szerez arról, hogy terméke a következő időszakban is eladásra kerül. Az ilyen jellegű megállapodások részesülhetnek csoportmentességben.

Az előzetes hozzáférési kifizetés megállapodások által lehetővé válik más forgalmazó kizárása a versenyből, mivel a magas díjak miatt a szállító egy idő után csak az adott forgalmazón keresztül folytatja az értékesítését. Ilyen jellegű megállapodások megkötésének eredményeként emelkedhetnek a piacra lépési korlátok, valamint elősegítheti a forgalmazók közötti összejátszást. Ezen megállapodások által azonban hatékonyabbá válhat a polcfelületek kiosztása, mivel az ilyen díjakból a forgalmazók következtetéseket vonhatnak le arról, hogy egy új terméknek mekkora a várható sikere. Az ilyen típusú díjak tehát elősegítik a szállítók és a forgalmazók közötti aránytalan információ-eloszlás javítását. Az aránytalan információból eredő probléma a szállítók azon potyázása, amely a forgalmazó promóciós erőfeszítéseire irányul. Az előzetes hozzáférési díjak ezt a problémát is képesek megelőzni.

³⁵ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 203-208. bekezdése

Kategóriamenedzsment megállapodások³⁶

A kategóriamenedzsment megállapodásokkal kapcsolatos meglátások új elemek a 2010-es iránymutatásban. Az ilyen megállapodások keretén belül a forgalmazó megbízza a szállítót egy termék marketingjével, amely nem csak a gyártó, hanem versenytársainak termékeit is tartalmazza. Ezáltal a kategóriavezető befolyásolhatja a termékek elhelyezkedését és promócióját és elősegítheti a forgalmazók közötti összejátszást. Az ebbe a csoportba tartozó megállapodások részesülhetnek csoportmentességben, amennyiben a 30%-os küszöbértéket nem sértik meg a felek. Az ilyen megállapodások elemzésekor vizsgálni kell a piac nagyságát, a versenytárs szállítók piaci pozícióját, valamint a megállapodások lehetséges halmozott hatásait.

A kategóriamenedzsment megállapodások által azonban hatékonyságnövekedés is elérhető, mivel a forgalmazó hozzáférhet a szállító marketingszakértelméhez és a méretgazdaságosság is elérhetővé válik. Általánosságban megállapítható, hogy minél nagyobb a márkák közötti verseny és minél könnyebben tud a fogyasztó váltani a termékek között, annál magasabbak a kategóriamenedzsment megállapodások által elért gazdasági előnyök.

Árkapcsolási megállapodások³⁷

Árkapcsolás esetén a szállító az egyik termék szállítását egy másik termék megvásárlásához köti. Az ilyen jellegű megállapodások a 102. cikk rendelkezéseibe ütközhetnek, amennyiben a szállító erőfölényes helyzetben van. Az árkapcsolás esetei olyankor sértik a 101. cikk (1) bekezdésének rendelkezését, amikor egyedüli márka kikötését tartalmazzák. Az ebbe a csoportba tartozó megállapodások részesülhetnek csoportmentességben, ha a kapcsoló és a kapcsoló termék piacán is 30% alatt van a szállító részesedése. Az ilyen esetek vizsgálatakor figyelemmel kell lenni a szállító és versenytársainak piaci helyzetére a kapcsoló és a kapcsoló termék piacán, a belépési korlátokra, valamint a szállítóval szemben álló vevői erőre.

³⁶ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 209-213. bekezdése

³⁷ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 214-222. bekezdése

*Viszonteladási árakra vonatkozó megállapodások*³⁸

A minimális vagy rögzített viszonteladási árak előírását tartalmazó megállapodások sértik a 101. cikk (1) bekezdésének előírásait. Az ilyen típusú rendelkezések kemény típusú korlátozásnak tekinthetők, így nem részesülhetnek csoportmentességben. Ugyanakkor előfordulhat, hogy egy ilyen típusú korlátozás eleget tesz a 101. cikk (3) bekezdés előírásainak és ezáltal egyedi mentesülésben részesül. A Bizottság meg is fogalmazta azon bizonyítékok típusait, melyek segítségével alátámasztható, hogy a viszonteladási ár rögzítése hatékonyságnövekedéshez vezet.

Azok a megállapodások, melyek ajánlott, vagy maximális viszonteladási árat a csoportmentességi rendelet 4 a) pontja értelmében mentesülhetnek, amennyiben az ajánlás mögött nem áll kényszerítő erő a betartását illetően. Amennyiben a csoportmentességi feltételeknek nem felel meg egy ilyen megállapodás, egyedi vizsgálat indul az egyezségről. A vizsgálat során ki kell térni arra, hogy a viszonteladók vajon alkalmazzák-e az ajánlást, valamint arra, hogy ez elősegíti-e a forgalmazók közötti összejátszást. A vizsgálatkor figyelembe kell venni a szállító és a vevő piaci erejét és a piac szerkezeti sajátosságait.

³⁸ Európai Bizottság vertikális korlátozásokról szóló 2010/C 130/01 iránymutatás 223-229. bekezdése

Versenyjogi esetek

*C-217/05 számú eset*³⁹

A C-217/05 ügyben résztvevő felek a Confederation Espanola de Empresarios de Staciones de Servicio és a Compania de Petroles SA. Az ügy tárgyát a töltőállomás-üzemeltetők és az olajipari vállalkozások között megkötött kizárólagos üzemanyag-beszerzési megállapodások képezték. A megállapodás a jelenlegi 101. cikk (1) bekezdésének rendelkezéseibe ütközött, melynek 10-13. cikke külön rendelkezéseket tartalmaz a töltőállomásokra vonatkozó megállapodásokkal kapcsolatban.

A rendelet 10. és 11. cikke meghatározza azon lehetséges korlátozásokat, melyeket szállító és a vevő köthet olyan esetekben, amikor a szerződésben csak két vállalat vesz részt. Ilyenkor engedélyezett a viszonteladó azon kötelezettségvállalása, melyben különleges gazdasági vagy pénzügyi juttatások ellenében vállalja, hogy a megjelölt töltőállomáson csak olyan terméket értékesít, melyet a szállítótól, vagy annak kapcsolt vállalkozásától, vagy a termékeinek forgalmazásával megbízott vállalkozástól vásárol. A 11. cikkben további engedélyezett korlátozások felsorolása található. Az ügy vizsgálata során fontos volt a nemzeti, vagyis a spanyol versenyjogi szabályok ismerete is. Ekkor a 16/1989-es törvény és a 157/1992-es királyi rendelet volt érvényben, melyek hasonlatosak az uniós szabályozáshoz.

Az ügy már a 2006-os év előtt elindult, mivel az alapesetben 1995. május 4-én nyújtották be a panaszt a CEPSA ellen. Az ügyet 1997. november 7-én zárták le, melyben felmentették a CEPSA-t amiatt, hogy a szerződéseikre nem vonatkozik a 16/1989 törvény 1. cikke. Végül a szövetség fellebbezést nyújtott be a Tribunal Suprémóhoz, aki úgy határozott, hogy előzetes döntéshozatal céljából kérdést terjeszt a Bíróság elé, hogy az véleményt formáljon arról, hogy alakilag ügynöki szerződések eseteire is alkalmazni kell-e az 1984/83 rendelet 10-13. cikkét.

A kérdés megválaszolását illetően fenntartások voltak a CEPSA és az Európai Közösségek Bizottsága részéről is, azonban különböző okokra hivatkoztak. A CEPSA kifogása az

³⁹ Bírósági ítélete a C-217/05 ügyben

volt, hogy a Bíróságnak nem tartozik a hatáskörébe az ügy, mivel nincs tagállamok közötti kereskedelmi érintettség és az alapeljárás is a nemzeti jogi szabályozás alapján folyt le. A CEPSA ezen véleményét elutasították. A Bizottság problémája az volt, hogy a kérdés megválaszolására azért nem lehetséges, mert nem szolgáltatott megfelelő információt az alapesetről, valamint úgy gondolta, hogy az ügyet már a 2790/1999/EK rendelete alapján kell megítélni. A nem megfelelő információkra azért hivatkozott a Bizottság, mivel az előzetes döntéshozatali kérelemben az alapeset döntéshozatali határozata nem tartalmazott bizonyos információkat, melyek szükségesek lettek volna a döntéshez. Mindezek mellett a határozat alkalmas a kérdés hatáskörének megállapítására, így a Bíróságnak meg kell válaszolnia a kérdést.

Az ügy vizsgálatakor először meg kell állapítani, hogy a megállapodások az 1984/83-as rendelet hatálya alá tartozó megállapodások-e, majd azt kell elemezni, hogy alkalmazható-e a csoportmentesség. Az első lépésben feltett kérdés vizsgálata során arra kell választ kapni, hogy a töltőállomás-üzemeltetők külön gazdasági szereplők, vagy valódi ügynöki szerződést kötöttek a felek. Ennek vizsgálata során azt kell megállapítani, hogy az ügynök vállal-e bármilyen kereskedelmi vagy pénzügyi kockázatot. A Bíróság elé terjesztett iratokból nem lehetett pontosan megállapítani a CEPSA és töltőállomásaik kockázatmegoszlását, azonban a Bíróság véleménye az volt, hogy a töltőállomások üzemeltetői viseltek kockázatot a szerződések megkötése értelmében. Ilyen kockázat volt az áruk értékesítésének kockázata, valamint az üzemeltető saját költségén tárolta az árukészletet. A helyzet kivizsgálása a nemzeti hatóságok feladata volt.

A Bíróság meglátása szerint a nemzeti bíróság vizsgálata során felhalmozott információk segítségével meghatározható, hogy a CEPSA megállapodásai valódi ügynöki szerződések, vagy azok egy harmadik féllel kötött vertikális megállapodások. Amennyiben a szerződéseket vertikális megállapodásnak találják, úgy azokat az 1984/83/EGK 10-13. cikke alapján kell csoportmentességben részesíteni.

C-551/03 számú eljárás

Ebben az eljárásban a General Motors BV (korábban General Motors Nederland BV és Opel Nederland BV) fellebbezését vizsgálta meg a Bíróság. A fellebbezésben a General Mo-

tors BV kéri a T-368/00. számú ügyben hozott ítéletének részleges hatályon kívül helyezését. Ebben az ítéletben az Elsőfokú Bíróság részben megsemmisítette a COMP/36.653. Opel ügy bizottsági határozatát.

COMP/36.653⁴⁰

Az Opel Nederland BV a General Motors Nederland BV 100%-os tulajdonában levő leányvállalatként jött létre Hollandiába, mint az Opel márka egyetlen nemzeti kereskedője. Termékei közé a gépjárműveken felül azok alkatrészei és tartozékai tartoztak. Ezek behozatalát, kivitelét és nagykereskedelmét intézte a vállalat. Az Opel Nederland körülbelül 150 kereskedővel kötött forgalmazási szerződést, akik így az Opel európai forgalmazási láncának részévé váltak. A forgalmazási szerződések a 123/85/EGK bizottsági rendelet alapján mentesültek a 85. cikk (1) bekezdése alól. (Jelenleg 101. cikk (1) bekezdése) A rendelet 3. cikk (10) bekezdés a) pontjának értelmében a gyártó/ importőr megtilthatja a kereskedőnek, hogy a szerződésbe foglalt terméket értékesítse olyan kereskedőnek, aki nem része a forgalmazói hálózatnak. Azonban a rendelet nem ad lehetőséget a végső felhasználó, a közvetítő márkakereskedő és a forgalmazási lánc másik kereskedője számára történő értékesítés korlátozására.

Az Opel Nederland BV 1996-ban megfigyelte, hogy néhány kereskedője több személygépkocsit külföldre értékesít. Ezt követően a vállalat általános stratégiát fogadott el, melynek célja a Hollandiából történő export eladás teljes korlátozása és megakadályozása. A stratégia megállapítása után ezek az irányelvek szerves részét képezték az Opel Nederland szelektív forgalmazási rendszerének. A stratégia a következő jogsértő korlátozásokat tartalmazta:

- korlátozó szállításpolitiká
- 1996. október 1-jétől 1998. január 20-ig korlátozó jutalompolitika (végső fogyasztóknak történő export eladásokra vonatkozóan)
- különbségtétel nélküli közvetlen exporttilalom a végső fogyasztók (1996. augusztus 31-től október 24-ig) és a közvetítő Opel-márkakereskedők (1996. augusztus 31-től december 12-ig) esetében.

⁴⁰ Európai Bizottság határozata a COMP/36.653 ügyben

1996 december 12-én az Opel Nederland új iránymutatást adott a kereskedőinek, majd 1998. január 20-án visszamenőlegesen megszüntette a korábban hozott jutalom kifizetési és exporttilalmi korlátozását. A korlátozásokról a Bizottság az 1996. augusztus 28-i Opel Nederland igazgatósági ülés jegyzőkönyvéből értesült.

A Bizottság 2000. szeptember 20-án kiadott COMP/36.653 határozatában 43 millió euró összegű bírságot szabott ki a 81. cikk (1) bekezdésének megsértéséért. A bírság meghatározásakor a Bizottság figyelembe vette a jogsértés súlyát és időtartamát. A megállapodást különösen súlyosnak tekintette, mivel az egységes közös piac kialakulását akadályozta, míg a 17 hónapos időtartamot közepesen súlyos körülménynek tekintette, így a súlyosságból adódó 40 milliós büntetést 3 millióval emelte. Az összeg nem csökkent, mivel a Bizottság nem talált enyhítő körülményt.

T-368/00⁴¹

A General Motors Nederland és az Opel Nederland 2000. november 30-án nyújtotta be keresetét az Elsőfokú Bíróság Hivatalához, melyben kérte a Bizottság határozatának megsemmisítését, valamint a kiszabott bírság eltörlését vagy csökkentését. A vállaltok arra hivatkoztak, hogy a Bizottság által bizonyítékként felhasznált ülés jegyzőkönyvének a szövege nem tartalmazott olyan korlátozásokat, melyek alapján a Bizottság kiszabta a bírságot. A General Motors Nederland állítása szerint a korlátozással csak a márkakereskedőnek nem minősülő viszonteladók felé történő export eladásokat akarták csökkenteni, ami a kereskedőkkel kötött forgalmazási szerződések alapján szabálytalan volt.

A Bíróság ítéletének 45-56. pontjában értekezik a General Motors érvéről. A Bíróság véleménye, hogy a nevezett jegyzőkönyv az Opel Nederland igazgatósági ülésén készült, vagyis azon a vállalat legmagasabb beosztású emberei vettek részt. A Bíróság megítélése szerint a jegyzőkönyvben nem a General Motors Nederland állítása szerinti korlátozás található, hanem a Bizottság értelmezését tartja helyesnek, melyet más belső dokumentumok is alátámasztanak. A Bíróság szerint a General Motors Nederland állításának ellentmond az is, hogy a jutalmakat

⁴¹ Elsőfokú Bíróság ítélete a T368/00 ügyben

eddig csak az olyan eladások után kapták a kereskedők, melyek végső címzettjei végső fogyasztók voltak, illetve az is, hogy az Opel Nederland által vizsgált kereskedőknél még nem folyt le az audit, amikor elfogadták a korlátozó határozatot. Az alábbi érvek alapján a Bíróság megállapítása tehát az volt, hogy a Bizottság helyesen ítélte meg a helyzetet.

A General Motors a korlátozó szállítási politikát illetően azzal védekezett, hogy a Bizottság a vizsgálat során ténybeli hibát követett el. A Bíróság vizsgálata után ezt megalapozottnak tartotta, arra hivatkozva, hogy a Bizottság jogilag nem megfelelő módon bizonyította ezt. A Bíróság a határozat erre vonatkozó részét megsemmisítette.

A General Motors harmadik kifogása az volt, hogy a korlátozó kiskereskedelmi politika vizsgálatakor a Bizottság jogban való tévedést és ténybeli hibát követett el. A Bíróság erről megállapította, hogy az export eladás jutalomkorlátozása szerves része volt az Opel Nederland és kiskereskedői közötti forgalmazási szerződéseknek, így ez a 81. cikk (1) bekezdése alá tartozik. Az ítélet következő pontjaiban a Bíróság megállapítja, hogy ezen korlátozás versenykorlátozó hatással bírt, mivel a kereskedők kényszerítve voltak arra, hogy a hazai vásárlókat előnybe részesítsék a külföldiekkel szemben. Ezt a korlátozó hatást alátámasztja az is, hogy a vezetőség a határozatot azért hozta, mert magasnak találta az exportértékesítést. A Bíróság ezen bizonyítékok alapján úgy döntött, hogy a megállapodás versenykorlátozó hatású és sért a 81. cikk (1) bekezdését.

A General Motors másik kérése a bírság összegének csökkentésére irányult. A Bíróság véleménye, hogy a Bizottság korábban megfelelő bírságot szabott ki az ügyben. Azonban tekintettel arra, hogy a szállítási intézkedések bizonyítását nem találta megfelelőnek a Bíróság, ezért ítéletében csökkentette a bírságot. Az alapösszeget 33 millió euróban szabta meg, amelyet az időbeli hatály miatt további 2.475.000 euróval emeltek. A T-368/00 számú ügyben 2003. október 21-én meghozott ítélet alapján tehát a bírság végösszege 35.475.000 euró lett.

C-551/03⁴²

A General Motors Nederland BV és az Opel Nederland BV 2004. december 29-én nyújtotta be újabb fellebbezését, melyről 2006. április 6-án született ítélet. Időközben 2005. június 20-án a két vállalat összeolvadt. A fellebbezésben a General Motors Nederland BV az alábbi kérésekkel fordult a Bíróság felé:

- helyezze hatályon kívül a T-368/00 ügyben hozott ítéletet
- helyezze hatályon kívül a COMP/36.653 ügyben hozott bizottsági határozatot
- a 35.475.000 eurós bírság csökkentése
- az ügyet utalja vissza az Elsőfokú Bíróság elé
- kötelezze a Bizottságot a költségek viselésére

A Bizottság kérése, hogy utasítsák el a fellebbezést és kötelezzék a General Motors Nederland BV-t a költségek viselésére. A General Motors Nederland BV első jogalapja az volt, hogy az Elsőfokú Bíróság jogban való tévedést követett el, amikor a Bizottságnak adott igazat az export korlátozó általános stratégia kérdésében. Véleménye szerint az Elsőfokú Bíróság tévesen értelmezi a jegyzőkönyvet, amely nem tartalmaz utalást az export korlátozást illetően, valamint megsértette az indoklási kötelezettségét is, amikor a vállalat belső dokumentumaira hivatkozott megállapításai során. A General Motors arra is utal, hogy az Elsőfokú Bíróság érvelése körkörös, mivel a jutalomkorlátozást az általános stratégiával magyarázza, míg az általános stratégia meglétét a jutalomkorlátozási rendszer létezése bizonyítja. A fellebező fél szerint az Elsőfokú Bíróság támasztja alá a Bizottság határozatát azzal, hogy még nem volt audit az ülés előtt, ugyanis a General Motors szerint legalább egy auditot elvégeztek az ülés előtt.

A Bíróság elsőként az EK 225. cikkére és a Bíróság alapokmányának 58. cikkére hivatkozva megállapítja, hogy az első jogalap részben elfogadhatatlan, mivel a Bíróságnak nincs hatáskörében az Elsőfokú Bíróság által hozott tényállás változtatására, illetve a bizonyítékok jogerejének megállapítására. Ennek értelmében a General Motors Nederland BV azon érveit kell megvizsgálni, amelyek arra hivatkoznak, hogy az Elsőfokú Bíróság tévesen értelmezte a

⁴²Bíróság ítélete a C-551/03 ügyben

bizonyítékot. Ennek nyilvánvalóan ki kell tűnnie az iratból, mivel a Bíróság nem értelmezheti újra a tényállást. A Bíróság szerint az Elsőfokú Bíróság jól értelmezte a bizonyítékokat, és azokat akkor sem ferdítette el, amikor az audit időpontjára hivatkozik. Az első jogalapot tehát részben elfogadhatatlansága, részben megalapozatlansága miatt elutasították.

A második jogalapban a General Motors arra hivatkozik, hogy az Elsőfokú Bíróság jogban való tévedést követett el, amikor megállapította a 81. cikk rendelkezéseibe ütköző kiskereskedelmi jutalompolitika meglétét. Az érvelés szerint ezen politikának nem elsődleges célja volt a verseny korlátozása, továbbá az Elsőfokú Bíróság nem megfelelő jogi gyakorlati előzményre hivatkozik ítéletében. A General Motors Nederland BV szerint az is téves megállapítás, hogy a kereskedők kényszerítve voltak a belföldi és külföldi vevők megkülönböztetésére. A General Motors Nederland BV kifogásolja azt is, hogy a 81. cikk értelmében versenykorlátozó megállapodásnak ítélte a szerződést, mivel ezt objektív módon kell vizsgálni, nem az egyik fél szubjektív szándékára kell hivatkozni.

A második jogalapról a Bíróság véleménye, hogy el kell utasítani. Elsőként főszabályként nem csak az minősül versenykorlátozó megállapodásnak, ami ezt tüzi ki elsődleges céljaként, így a General Motors első érve megalapozatlan. Ennek értelmében az Elsőfokú Bíróság a korábbi joggyakorlatra is megfelelően hivatkozott, nem megsértve az ártatlanság vélelmének elvét és a meghallgatáshoz való jogot. Ezért a Bíróság a jogalap második részét is elutasította. A harmadik érv vizsgálatakor a Bíróság megállapítása szerint az Elsőfokú Bíróság megfelelően végrehajtotta a tényleges versenykorlátozó hatás elemzése során szükséges lépéseket, így a harmadik részt is el kell utasítani. Az Elsőfokú Bíróság objektív vizsgálatával kapcsolatban a Bíróság utal arra, hogy nincs szabály arra vonatkozólag, hogy a Bíróság vagy a Bizottság ne vehetné tekintetbe a felek szubjektív szándékát a versenykorlátozó célú megállapodás létezésével kapcsolatban. Erre hivatkozva a második jogalap negyedik részét és így az egészet elutasította a Bíróság.

A harmadik jogalap szerint az Elsőfokú Bíróság jogban való tévedést követett el, mivel a General Motors Nederland BV nem valósított meg a 81. cikk (1) bekezdésének rendelkezéseibe ütköző export korlátozó általános stratégiát. A fellebbező vállalat második és harmadik érve, hogy az Elsőfokú Bíróság tévesen nem vette enyhítő körülménynek, hogy az Opel

Nederland BV által, a Bizottság első beavatkozását követően tett lépéseit nem minősítette a jogsértés abbahagyásának.

A Bíróság a harmadik jogalap első részében felhozott érvet már korábban elutasította, így csak a második és harmadik rész vizsgálata volt szükséges. A Bíróság igazat ad abban, hogy a Bizottság valóban köteles néhány esetben a jogsértés félbehagyására irányuló cselekedetet enyhítő körülményként figyelembe venni, ugyanakkor az Elsőfokú Bíróság jogosan állapította meg, hogy a Bizottság jelen helyzetben nem volt köteles ezt tenni. Ezek alapján a Bíróság elutasította a fellebbezés harmadik jogalapját, így az egész fellebbezést is. Továbbá az eljárási szabályzat 69.cikkének 2.§-a alapján a General Motors Nederland BV köteles az eljárás költségeinek megtérítésére.

C-74/04 számú eljárás

Ebben a keresetben az Európai Közösségek Bizottsága nyújtott be fellebbezést a Bíróságnak, melyben kérte, hogy a T-208/01 számú ügyben hozott ítéletet helyezze hatályon kívül. Ebben a döntésben az Elsőfokú Bíróság megsemmisítette a 2001/711/EK bizottsági rendeletet. Az ügyben résztvevő felek az Európai Bizottság és a Volkswagen AG vállalat.

2001/711/EK⁴³

A Volkswagen AG a Volkswagen-csoport holdingtársaság tagja, mely a gépjárműágazatban működik. A Volkswagen által gyártott gépjárműveket az Európai Közösség piacán kizárólagos és szelektív forgalmazási rendszer keretén belül értékesíti. A forgalmazási szerződés értelmében a Volkswagen területet biztosít kereskedőinek a szállításra és szervizelésre vonatkozólag, amennyiben a kereskedő viszont vállalja, hogy intenzív marketinggel kihasználja a piac potenciálját. A kereskedő a szerződés értelmében köteles a Volkswagen védjegy védelmére és promóciójára. A Volkswagen AG megállapodásában megköveteli kereskedőitől, hogy minden utasítást betartsanak az értékesítéssel és szervizeléssel kapcsolatban, amit a vál-

⁴³ Európai Bizottság 2001/711/EK rendelete

lalat ad nekik. A megállapodás továbbá tartalmaz egy, a Volkswagen AG által meg nem követt ajánlott végső árlistát.

A Bizottság vevői panaszok nyomán információkat kért a Volkswagen AG vállalattól. Miután ezt teljesítette a Bizottság 1999. július 22-én kifogásolta, hogy a Volkswagen AG német kereskedőivel szigorú árfegyelemben állapodott meg a szelektív forgalmazási rendszer keretén belül. Ezt a Volkswagen AG és kereskedői között lezajlott levelezés alapján állapította meg. A Volkswagen 1999. szeptember 10-i levelében elismerte, hogy a kifejtett álláspont lényegében helytálló és nem kért meghallgatást. A Bizottság 2001. július 6-án közölte határozatát, melyben a Volkswagen AG-t 30.960.000 euró büntette, mivel szerződése megsértette a 81. cikk (1) bekezdését.

*T-208/01*⁴⁴

A Volkswagen AG már a határozat közzétételének napján beadta keresetét az Elsőfokú Bíróságnak, melyre a Bizottság 2002. február 25-én válaszolt. A Volkswagen AG kérései:

- semmisítsék meg a Bizottság határozatát
- csökkentse a Bizottság által kiszabott bírság összegét
- kötelezze a Bizottságot a költségek viselésére

A Bizottság kérése az volt, hogy az Elsőfokú Bíróság utasítsa el a keresetet és a Volkswagen AG-t kötelezze az eljárás költségeinek viselésére.

Az Elsőfokú Bíróság ítéletében arra hivatkozik, hogy a 81. cikk (1) bekezdésének rendelkezései olyan megállapodásokra vonatkozik, melyben legalább két fél akaratgyezsége található, annak kifejezési formájától függetlenül. A joggyakorlat alapján a gyártó általi egyoldalú magatartás nem tartozik a 81. cikk (1) bekezdése alá, tehát jelen esetben el kell különíteni azokat a korlátozásokat, amelyek a gyártó egyoldalú magatartását tükrözik. Az Elsőfokú Bíróság véleménye, hogy nincs megfelelően bizonyítva a Bizottság által, hogy a vitatott felszólításokat a szelektív forgalmazási rendszer tagjai elfogadták volna. Az ítélet szerint a Bizottság tévesen értelmezte a korábbi szelektív forgalmazási szerződések aláírását a megállapodás

⁴⁴ Elsőfokú Bíróság ítélete a T-208/01 ügyben

hallgatólagos elfogadásaként, mivel egy versenyjogilag megfelelő szerződés aláírásakor a kereskedők nem láthatják előre az esetleges jogsértő fejleményeket. Ezen érvek alapján az Elsőfokú Bíróság szerint a Bizottság tévedett a tényállás megállapításakor.

A Bizottság másodlagos érvelése arra irányult, hogy az Elsőfokú Bíróság vegye figyelembe, hogy a vitatott korlátozás már a szelektív forgalmazási szerződésben is szerepelt. A Bíróság elutasította ezt az érvelést, mivel szerinte a szerződésben semleges szerepeltek a vitatott rendelkezések, így azok nem tekinthetők korlátozó célúnak. Az ítéletben utaltak arra is, hogy a szerződésben nem kötelező jellegű árajánlatok szerepeltek, ami nem törvénybeütköző.

Az Elsőfokú Bíróság 2003. december 3-án kiadott ítéletével megsemmisítette a Bizottság 2001/711/EK rendeletét, valamint eltörölte a Volkswagen AG-ra kiszabott 30.960.000 eurós büntetést.

C-74/04

A Bizottság által beadott fellebbezési kérelemben kéri a Bíróságot, hogy semmisítse meg az Elsőfokú Bíróság T-208/01 ügyben hozott ítéletét, utalja vissza az ügyet az Elsőfokú Bíróság elé és kötelezze a Volkswagen AG-t az eljárás költségeinek viselésére. A Volkswagen vállalat ezzel szemben a kereset elutasítását és a költségek Bizottságra való áthárítását kéri a Bíróságtól.

A Bizottság fellebbezésében azzal érvel, hogy az Elsőfokú Bíróság tévesen értelmezte a 81. cikk (1) bekezdését, amikor kijelentette, hogy a vitatott korlátozások nem képezték a szelektív forgalmazási szerződés részét. A véleményük szerint a joggyakorlatban a kereskedőknek a forgalmazási hálózatba történő belépése kifejezett, vagy hallgatólagos elfogadását jelenti a gyártó forgalmazási politikájának. Továbbá az ítélkezési gyakorlat alapján a gépjárműgyártó forgalmazóihoz intézett felszólítása nem minősül egyoldalú magatartásnak. A Bizottság véleménye, hogy az Elsőfokú Bíróság ítélete a joggyakorlattal ellentétes és összeegyeztethetetlen a szelektív forgalmazási rendszerek jellemzőivel.

A Volkswagen AG véleménye, hogy az Elsőfokú Bíróság ítéletének meghozatalakor nem követett el hibát, valamint az összhangban van a bírósági joggyakorlattal. A Bíróság álláspontja, hogy a Bizottság tévesen állapítja meg a joggyakorlat alapján, hogy a gépjárműgyártó márkaforgalmazóihoz intézett valamennyi felhívás a 81. cikk (1) bekezdése alá tartozik, így ezt az érvét elvetette. Az Elsőfokú Bíróság helyesen fejtette ki azt is, hogy egy látszólag egyoldalú megállapodás akkor sérti a 81. cikk (1) bekezdését, ha az legalább két fél közötti akarategyezség kifejeződése. Erre a Bizottság csak a szelektív forgalmazási szerződés alapján következtethetett, így az Elsőfokú Bíróság helyesen vizsgálta meg, hogy a megegyezés tartalmaz-e vitatott elemeket. A Bíróság véleménye, hogy az ítéletben tévesen alkalmazta a jogot az Elsőfokú Bíróság, amikor kijelentette, hogy a versenyjogilag megfelelő rendelkezéseket nem lehet úgy tekinteni, hogy azok megengedhetik versenyjogba ütköző felhívások tételét. Ugyanakkor a Bizottság nem hivatkozott arra, hogy a kereskedők kifejezetten, vagy hallgatólagosan elfogadták volna a felhívásokat. A döntő tényező tehát az, hogy a vitatott felhívások tételét lehetővé tette-e a szelektív forgalmazási szerződés.

Ennek értékelésében Bíróság egyetértett az Elsőfokú Bírósággal, amikor azt állapította meg, hogy a Volkswagen AG nem kötelező jellegű ajánlást tett a szerződésben, valamint nem volt lehetősége arra, hogy később kötelező ajánlott árakat küldjön a kereskedőinek. Az Elsőfokú Bíróság tehát megfelelően értelmezte a szerződés szövegét, és annak ellenére jó döntést hozott, hogy tévesen alkalmazta a jogot, amikor arra hivatkozott, hogy versenyjogilag megfelelő megállapodásra nem lehet úgy tekinteni, hogy azok megengedik versenyjogba ütköző felhívások megtételét.

Ezen érvelés alapján a Bíróság véleménye, hogy az Elsőfokú Bíróság megfelelően döntött a T-208/01 ügyben, így 2006. július 13-i ítéletében az Európai Közösségek Bizottságának fellebbezését elutasította, valamint a Volkswagen AG kérésének eleget téve a Bizottságot kötelezte az eljárás költségeinek kifizetésére.

T-13/03 számú eljárás

Az eljárás során érintett vállalkozás a Nintendo Co., Ltd. japán székhelyű vállalat, melynek Európai Unió képviselője a Nintendo of Europe GmbH. Ez a németországi vállalat koor-

dinálta a Nintendo európai értékesítését, valamint Németországban kizárólagos forgalmazóként volt jelen. Az Unió tagállamaiban a Nintendo további kizárólagos forgalmazókat jelölt ki. Az Egyesült Királyságban és Írországban a Games Ltd vállalat volt a Nintendo kizárólagos forgalmazója, mely 100%-os tulajdonosa a John Melzies Distribution Ltd. társaság. A T-13/03 számú eljárás alkalmával a Nintendo fellebbezést adott be a Bizottság 2003/675/EK határozatára vonatkozóan.

2003/675/EK⁴⁵

1995 márciusában a Bizottság vizsgálatot indított a videojátékok ágazatában. Az erre érkezett választ követően szeptemberben a Bizottság kiegészítő vizsgálatot indított kifejezetten a Nintendo forgalmazási rendszerére vonatkozóan. Ezt követően 1996. november 26-án az Omega Electro BV panaszt nyújtott be, miszerint a Nintendo Hollandiában akadályozza a párhuzamos kereskedelmet és rögzített viszonteladói-árrendszert alkalmaz. Ezzel kapcsolatban a Bizottság ismét információgyűjtési kéréssel fordult a Nintendohoz és a John Melzies vállalathoz. A Nintendo 1997. december 23-i levelében elismerte, hogy párhuzamos kereskedelemmel kapcsolatos probléma jutott a tudomására és biztosította a Bizottságot az együttműködéséről. Ezt követően a Nintendo és a Bizottság képviselői gyakran találkoztak és egyik ülésük alkalmával a Nintendo javaslatot tett, hogy kárpótlást fizet a tevékenységből következően vagyoni kárt szenvedett harmadik személyek számára.

A Bizottság 2000. április 26-án intézett kifogást a Nintendóhoz és a többi érintett vállalkozáshoz a 81. cikk (1) bekezdésének megsértése miatt. A megküldött válaszban a Nintendo és társai nem kértek szóbeli meghallgatást, azonban többen hivatkoztak a kartellügyek esetében alkalmazott 1996. július 18-i közleményre, mely értelmében mentesülhetnek, vagy csökkenthetik a kiszabott bírságot. A válaszok 2000. július 7-én érkeztek meg a Bizottsághoz, melyek vizsgálata után 2002. október 30-án elfogadta a 2003/675/EK határozatot.

A határozat értelmében a Bizottság kijelentette, hogy a Nintendo megállapodásai és összehangolt magatartása következtében korlátozta a párhuzamos kereskedelmet, ezáltal meg-

⁴⁵ Európai Bizottság határozata a 2003/675/EK

sértette a 81. cikk (1) bekezdésének rendelkezéseit. A Bizottság a bírság kiszabásakor a 17. rendelet 15. cikkének (2) bekezdését és az ESZAK 65. cikkének (5) bekezdését alkalmazta, figyelmen kívül hagyva az engedékenységi közleményt a megállapodás vertikális jellegére hivatkozva. A Bizottság megvizsgálta, hogy mennyire súlyos jogsértés történt, valamint azt, hogy mekkora volt az időtartama. A Bizottság véleménye, hogy a felek súlyos jogsértést követtek el, azonban szükségesnek tartotta, hogy az érintett vállalatok esetében figyelembe kell venni, mekkora részük volt a piac korlátozásában. Az összehasonlítás alapjául a felek 1997-ben forgalmazási céllal vásárolt volumene szolgált. Ezt követően az időtartamra vonatkozólag a Bizottság további 10%-kal növelte a bírságot, kivétel a Nintendo (65%) és a John Melzies (20%) esetében. A Bizottság elrettentő jelleget akart adni a büntetésnek, így a három legnagyobb szereplő (Nintendo, John Melzies és Itochu Corp.) esetén tovább emelte a büntetést, aminek következtében a Nintendoval szembeni alapösszeg 113,85 millió euró lett. A Nintendo esetében a Bizottság szükségesnek tartotta két súlyosbító körülmény figyelembevételét. Egyrészt a Bizottság kiemelte, hogy a Nintendo volt a jogsértés irányítója, így az alapösszeget 50%-kal emelte, valamint további 25%-kal emelte, mivel az első 1995-ös bizottsági vizsgálat után nem hagyta abba a jogsértő magatartást. A John Melzies esetében két 10%-os emelést tett a Bizottság, mivel a vállalat nem hagyott fel a jogsértő magatartással az első vizsgálat után, valamint nem volt hajlandó az együttműködésre. Enyhítő körülményként a Bizottság 40%-os és 25%-os csökkentést adott a Nintendo és a John Melzies vállalat esetében, valamint a csekély szerepére és passzív magatartására hivatkozva csökkentette a Nintendo portugáliai forgalmazójának (Concentra - Produtos para crianças SA) a büntetését. A Nintendo japán és német központi vállalatának esetében a bírság végösszege egyaránt 149.128.000 euró lett, míg a John Melzies esetében 8.640.000 euró.

*T-13/03*⁴⁶

A Nintendo fellebbezést adott be a Bizottság határozatát illetően 2003. január 16-án. A keresetben a Nintendo a következő kérésekkel fordult az Elsőfokú Bíróság felé:

- semmisítse meg a határozat 3. cikkét
- semmisítse meg, vagy csökkentse a kiszabott bírságot

⁴⁶ Elsőfokú Bíróság ítélete a T-13/03 ügyben

- hozzon meg minden más szükséges intézkedést
- kötelezze a Bizottságot a költségek viselésére

A Bizottság ezzel szemben a felperes keresetének elutasítását kérte, valamint azt, hogy a Nintendo fizesse az eljárás során felmerülő költségeket.

A Nintendo első jogalapjában azt kifogásolja, hogy a Bizottság a büntetés alapösszegeként 23 millió eurót állapított meg. A Nintendo szerint a Bizottság nem indokolta, hogy miért azt a módszert választotta a büntetés kiszabásához, amit, továbbá a résztvevő vállalatok külön elbíráltása példa nélküli és önkényes. Az Elsőfokú Bíróság ítéletében azonban azt állapítja meg, hogy a Bizottság eljárása megfelelő, helyesen alkalmazta a bírság kiszabásakor a vállalatok eltérő szerepvállalásának fontosságát. A megfelelő indoklás hiányát pedig azért utasítja el a Bíróság, mivel a Bizottság már a vizsgálendő tényezők megállapításával is kijelöli a bírság kiszabásának módszerét. A Nintendo ezen jogalapját tehát elutasította az Elsőfokú Bíróság.

A második jogalapban a Nintendo a kellő elrettentő hatás biztosításának kérdését támadja meg, miszerint nem látja indokoltnak, hogy a Bizottság ilyen jogcímen megháromszorozza a bírságot, valamint azt is törvénybeütközőnek találja, hogy egyáltalán ilyen módszerrel emelhető a bírság összege. A Nintendo szerint a Bizottság tévesen használta a jogot, amikor a Nintendo gyártói szerepére hivatkozva tette indokolttá az elrettentés célját, mivel a Nintendo szerint a Bizottság a korábbi joggyakorlatában ezt egyszer sem tette meg, továbbá azt is kifogásolja, hogy a Bizottság nem győződött meg arról, hogy egy ilyen intézkedés hiányában valóban visszaesne-e a vállalat. Az érvelésben szerepel annak kifogásolása is, miszerint a Bizottság a védelemhez való jogot sértette meg azzal, hogy kifogásolásakor nem említette az elrettentési szorzó alkalmazását.

A Bíróság véleménye, hogy a Bizottság nem követett el hibát, amikor kiszabta az elrettentő hatást biztosító szorzót, mivel ennek nincs köze ahhoz, hogy a szóban forgó vállalat visszaesne vagy sem. Tehát a Bizottság nem sértette meg az arányosság elvét. A Bizottság helyesen hagyta figyelmen kívül, hogy a Nintendo befejezte a jogsértő tevékenységet és együttműködött, mivel ennek az enyhítő körülmények vizsgálatakor van szerepe és nem a jogsértés súlyosságának megállapításakor. A Bíróság véleménye szerint a Nintendo védelemhez való joga sem sérült, amikor a Bizottság nem közölte velük az elrettentési szorzó esetleges alkalmazá-

sát, mivel nincs szabály ilyen kötelezettségére vonatkozólag. Mindent figyelembe véve az Elsőfokú Bíróság ezt a jogalapot is elutasította.

A harmadik jogalapban a Nintendo azzal a kifogással él, hogy a Bizottság megsértette az egyenlő bánásmód elvét, amikor kialakította a szorzókat, melyek az elrettentést célozták meg. Arra hivatkoznak, hogy ezek a szorzók nincsenek kapcsolatban a vállalatok piaci részesedésével (Nintendo és John Menzies). A Bíróság véleménye azonban az, hogy a Bizottság a szorzókat is megfelelően alakította ki, mivel a két vállalat helyzete nem csak a termékek értékesítésében, hanem a forgalmazási rendszerben betöltött szerepében is eltér. Ezáltal a Bíróság elutasította a kérelem harmadik jogalapját is.

A Nintendo keresetében azt is kifogásolta, hogy az időtartamra hivatkozva mekkora emelés történt. A vállalat szerint a Bizottság tévesen szabta ki a maximális 10%-os évi emelést a korlátozás teljes időtartamára, mivel maga a Bizottság is leírta, hogy ennek hatása és földrajzi kiterjedése folyamatosan nőtt. A Nintendo szerint ez az ítélet nincs összhangban a korábbi joggyakorlattal, és az ettől való eltérés nincs jogilag megfelelően indokolva. A Bíróság véleménye, hogy a Bizottság által kiszabott 65% nem aránytalan a jogsértés 6 év 11 hónapjához képest, így azt megfelelőnek találja. A Bíróság kifogásolja azt is, hogy a felperes a bizottság határozathozatali gyakorlatára hivatkozik, mivel ez nem szolgál jogi háttérként versenyügyekben kiszabott bírságok vizsgálatakor. A Bíróság tehát ezt a jogalapot is elutasította megalapozatlanság alapján.

A Nintendo ötödik jogalapjában kifogásolja, hogy a megállapodás irányítójaként és felbujtójaként nevezik meg azért, mert gyártóként vett rész a korlátozásban. Elsőként arra hivatkozik, hogy a vertikális megállapodások esetén a gyártói szerep gyakran összemosódik az irányítóéval, és a Bizottság nem bizonyította, hogy a Nintendo komolyabb szerepet töltött volna be a megállapodásban, mint egy gyártó. Az Elsőfokú Bíróság véleménye, hogy az irányító szerep kijelentésekor a Bizottságnak nem kell bizonyítania, hogy a gyártó nélkül enyhébb lett volna a jogszabálysértés. Így a jogalap első részét elutasította a Bíróság.

A jogalap második részében a Nintendo szerint a mostani jogalkalmazás nem egyezik a Bizottság korábbi határozathozatali gyakorlatával és az eltérést nem indokolta megfelelően.

Ezzel kapcsolatban a Bíróság ismét megemlíti, hogy a határozathozatali gyakorlat nem szolgál jogi háttérként ilyen vizsgálatok során, így ezt a jogalapot is elutasítja.

A Nintendo következő jogalapjában azt a kifogást tette, hogy a Bizottság még egyszer sem alkalmazott ilyen magas büntetést (25%) azért, mert a jogsértést nem fejezték be a felek a vizsgálat megkezdése után. A Bíróság ezt a jogalapot is elutasította, mivel a 25%-os emelést megalapozottnak találta. A keresetben szereplő következő kifogás, hogy a Bizottság nem alkalmazta az engedékenységi közleményt annak ellenére, hogy a Nintendo elismerte a jogsértést és okiratokkal szolgált, melyek ennek bizonyítását segítették. A Bíróság véleménye ezzel kapcsolatban, hogy a Bizottság jogosan nem alkalmazta ezt a közleményt, mivel az csak a horizontális jogsértések esetében alkalmazható. A Bíróság tehát úgy látja, hogy a Bizottság által kiszabott 25% megfelelő, azonban további vizsgálat szükségességét mondja ki amiatt, hogy a John Menzies részére nagyobb mértékű engedményt adott, ezzel esetlegesen megsértve az egyenlő bánásmód elvét.

A Nintendo következő jogalapjában éppen ezt kifogásolta. Az Elsőfokú Bíróság véleménye, hogy a Bizottság megfelelően ismertette azokat a tényezőket, melyeket figyelembe vett enyhítő körülményként. Ezt követően ezeket kell összehasonlítani. A Bíróság véleménye, hogy a Bizottság tévesen jutott arra a következtetésre, hogy a John Menzies által küldött információk értékesebben, mint a Nintendo által küldöttek. Éppen ezért a Nintendónak a John Menzieshez hasonlóan magas, 40%-os engedményt kellett volna adni, így jelen jogalapnak részben helyt kell adni.

A Nintendo véleménye, hogy a Bizottság megsértette a védelemhez való jogukat akkor, amikor módosította az általuk benyújtott bizonyítékok értékelését és ezáltal magasabb bírságot szabtak ki. Az Elsőfokú Bíróság véleménye az, hogy a keresetben a Nintendo csak a saját büntetésének csökkentését kéri, és ezzel kapcsolatban nem szolgáltat információt arról, hogy az értékelés megváltoztatása mekkora növekedést jelentett a bírságukban. Ezzel az indokkal a Bíróság elutasította a jogalapot.

A Nintendo keresetének utolsó jogalapjában azt kifogásolja, hogy a Bizottság megsértette a bizalomvédelem elvét azáltal, hogy a bírság csökkentésekor nem vette figyelembe azt a

tényt, hogy a Nintendo kártérítést ígért a harmadik személyeknek. Ennek összege jelentős mértékű volt, 375.000 euró. A Bizottság ugyanakkor hiába ígérte, hogy ezt figyelembe veszi enyhítő körülményként, mindössze 300.000 euróval csökkentette a büntetést. Az Elsőfokú Bíróság ezt a jogalapot elutasította, arra hivatkozva, hogy a Bizottság egyszer sem tett ígéret arra, hogy a teljes kártérítés összegét levonja a bírságból.

Az Elsőfokú Bíróság tehát 2009. április 30-án meghozott ítélete értelmében a Nintendo bírságát mérsékelte. A végösszeg így 119.245.500 euró lett. Az eljárás költségeit a feleknek felezni kell úgy, hogy mindenki kifizeti a réses részét.

Összefoglalva tehát az Európai Bizottság 330/2010/EU rendelete és a 2010/C 130/01 iránymutatása kevés változtatást hozott az Európai Unió vertikális korlátozásokkal kapcsolatos joggyakorlatában. Az új dokumentumok alapvetően csak újrafogalmazták a 2000-es évben létrehozott alapelveket, valamint átláthatóbbá tették azok alkalmazását. Ez is mutatja, hogy a Bizottság vizsgálata során arról kapott visszajelzést, hogy a korábban kialakított szabályozási rendszer megfelelően működik. Az ideai iránymutatás legfontosabb újításaként az internetes értékesítéssel foglalkozó szabályozás kialakítása tekinthető, mivel ez a gazdasági szektor komoly fejlődésen ment keresztül az elmúlt tíz év során és egyre nagyobb szerepet játszik a piacon történő értékesítésben. A Bizottság az online-értékesítés szabályozásának létrehozásakor ugyanazokat az alapelveket tartotta szem előtt, melyeket már a 2000-es évben megfogalmazott, így ez a lépés a technológiai fejlődés miatt vált szükségessé. Az iránymutatásban jól láthatóan a Bizottság igyekezett a passzív értékesítés korlátozását tiltani az ilyen esetekben.

A vertikális korlátozásokkal kapcsolatos szabályozás értelmezésében a Bizottság az ideai dokumentumban már külön kitér a kategóriamentes és az előzetes hozzáférési kifizetésekre vonatkozó korlátozások vizsgálatára is. Az ilyen típusú szerződések már korábban is jelen voltak a piacon, azonban a 2000-es iránymutatás még nem tartalmazott külön eljárási ajánlásokat ezen a megállapodások esetén. A versenyjogi gyakorlattal kapcsolatos legnagyobb változtatás az, hogy miután az új csoportmentességi rendelet érvénybe lép, kötelezően vizsgálni kell a vevők piaci részesedését is, míg ez korábban csak néhány esetben volt kötelező.

Ezen gyakorlat kialakítása azonban nem jelent forradalmi újítást, de az uniós bíróságok számára könnyebbé teszi a megállapodások megítélése.

Az utóbbi tíz év jogi eseteiből látszik, hogy az Európai Unió számára a legfontosabb feladat az egységes közös piac kialakításának biztosítása, így a Bizottság külön figyelmet szentel a különböző típusú exporttilalmakkal kapcsolatos megállapodásokra. Gyakori eset, hogy a gyártók és forgalmazók között kötött szerződéseknek csak közvetett célja a tagállamok közötti értékesítés akadályozása ezért az ilyen exporttilalmi szerződésekkel foglalkozó eljárások változatosak. Az új piaci és információtechnológiai fejlemények alapján várható, hogy egyre több olyan versenyjogi eset lesz, amelynek középpontjában az internetes értékesítési megállapodások állnak. Ilyen ügyek vizsgálatához és megítéléséhez is igyekszik az új rendelet iránymutatás megfelelő támpontokat adni.

Az árkorlátozások kezelése egyes országok versenyszabályozási gyakorlatában

Az elméleti modellek tanulsága szerint a vertikális jellegű árkorlátozások jólétre, versenyre, illetve fogyasztókra gyakorolt hatása nem jelezhető előre pusztán a vertikális árkorlátozás típusának ismeretében. Az, hogy a kimenet egy adott vertikális árkorlátozás alkalmazása mellett vagy annak hiányában kedvezőbb a fogyasztók számára, a verseny hatékonyságára való tekintettel vagy a társadalmi jólét szempontjából, a konkrét szituációt jellemző számos tényezőtől függ jelentős mértékben. Ilyen, meghatározó tényező többek között a vertikális termelési lánc egyes szintjein működő vállalkozások közötti horizontális verseny jellege és erőssége (beleértve az egymással horizontális viszonyban levő vállalatok egymáshoz viszonyított piaci erejét), az alkuerő megoszlása a vertikális lánc különböző szintjein tevékenykedő vállalatok között és számos egyéb, egy-egy jellegzetes szituációban felmerülő körülmény (ilyen lehet például a hiteles elköteleződés nehézsége). Ezért a viszonteladói ár megkötésének elméleti eredményei fényében indokoltnak tűnik, hogy a fogyasztók és a teljes társadalom jólétét, valamint a piaci verseny hatékonyságnövelő szerepét fontosnak tekintő versenyjogi szabályozások ne tekintsenek a vertikális árkorlátozások alkalmazására úgy, mint amik a felsorolt célok szempontjából minden esetben károsak.

Az egyes országok versenytörvényei és a versenyhatóságok iránymutatásai alapján úgy tűnik, hogy a versenyszabályozási gyakorlat nem tükrözi az elméleti kutatások eredményeit. A viszonteladói árak vertikális korlátozásának típusai közül a maximális továbbértékesítési ár kikötése általában megengedett, de például Japánban még ennek alkalmazása is tiltott, míg Koreában akkor alkalmazható, ha kedvező hatása igazolható.

Az újraértékesítési ár rögzítése adott értéken vagy minimális viszonteladói ár megkövetelése kapcsán a versenytörvények nagyobb fokú bizalmatlanságról árulkodnak: a jellemző vélelem szerint ezek az eszközök károsak a versenyre, nem tartoznak a csoportmentesség hatálya alá, azonban egyedi esetekben, a hatékonyságnövelő hatás és a fogyasztók számára előnyös következmények bizonyíthatósága esetén megengedett a használatuk. Ez jellemző az Európai Unióra és általában az uniós tagállamok nemzeti versenyszabályaira. Japánban és Kore-

ában azonban per se tilos árpadrót vagy rögzített viszonteladói árat előírni, míg az Egyesült Államok szövetségi versenyszabályai szerint a minimális újraértékesítési ár kikötése a mérlegelési szabály (rule of reason) alapján ítélandó meg. Figyelemreméltó azonban, hogy az Egyesült Államok egyes államainak jogrendje eltérhet a szövetségi szabályoktól: Maryland Államban az árpadró alkalmazása 2008 óta per se tilos, tehát nincs olyan indok, amely azt igazolhatja.

Végül a kiskereskedelmi ár gyártó által történő ajánlása jellemzően megengedett, amennyiben más korlátokkal együtt nem vezet az adott országban tiltott vertikális árkorlátozással egyenértékű kimenetkez.

Az egyes országok versenyszabályozási gyakorlatának közös jellemzője, hogy a tiltott vertikális árkorlátozás alkalmazása nem csak írásba foglalt szerződéssel történő megvalósítás esetén jogszerűtlen, hanem akkor is, ha az a felek szóbeli megállapodásával jön létre, vagy implicit módon, különböző ösztönzők bevezetése révén alakul ki. Így például ha a vizsgált állam versenyszabályai a gyártó nem írhat elő kiskereskedelmi árpadrót, akkor nem teheti meg, hogy a kiskereskedők számára hátrányos következményeket (ami lehet valamilyen kedvezmény megvonása is) helyez kilátásba arra az esetre, ha egy árszint alatt értékesíti a terméket.

Az egyes országok versenyszabályozási gyakorlatának egyedi vonása, hogy léteznek-e a tiltott vertikális árkorlátozások alkalmazásának tilalma alól mentesülő szektorok. Az országok egy része Csehországhoz hasonlóan szektorsemleges, tehát minden iparág termékeire egységes szabályok vonatkoznak. Számos országban azonban néhány szektorban megengedett a viszonteladói ár rögzítése. Ilyen, a tilalom alól mentesülő javak a könyvek például Hollandiában és Japánban, az irodalmi alkotások Koreában, az újságok és magazinok például Németországban és Japánban, valamint az írható lemezek, a zenei CD-k és magnókazetták Japánban.

Az alábbiakban bemutatjuk néhány ország versenyszabályozásának a viszonteladói ár rögzítésével kapcsolatos főbb jellegzetességeit. A sort az Európai Unió nemzetek feletti szabályaival kezdjük, majd néhány uniós tagország, az Egyesült Államok és néhány további ország versenyszabályaival folytatjuk. Az egyes országok jellegzetességeinek bemutatása során



kitérünk néhány jellemző versenyhatósági döntésre is. Az egyes országok bemutatása az OECD által 2008. októberében szervezett Roundtable on Resale Price Maintenance eredményeit tartalmazó összeállításon alapul. (Organisation for Economic Co-operation and Development (2009))

Európai Unió

Az Európai Unióban a versenyszabályozás nemzeti és nemzetek feletti szintre tagolódik. A következőkben először a vertikális árkorlátozások különböző változataira – a viszonteladási ár rögzítése, minimális illetve maximális viszonteladói ár kikötése, ajánlott viszonteladói ár alkalmazása - vonatkozó nemzetek feletti szabályozást mutatjuk be, majd bemutatjuk néhány uniós ország nemzeti szabályozásának jellegzetes vonásait.

A vertikális árkorlátozásokkal kapcsolatos uniós szabályozás az alábbi dokumentumokon alapul: Az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (korábban 81. cikk), az Európai Bizottság 330/2010/EU Rendelete az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról 4. cikke, az Európai Bizottság 2010/C 130/01 számú, A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás címet viselő közleményének (223-229) bekezdése.

Az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (az EK Sz. korábbi 81. cikke) (1) bekezdése a következőt mondja:

„A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos minden olyan vállalkozások közötti megállapodás, vállalkozások társulásai által hozott döntés és összehangolt magatartás, amely hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre, és amelynek célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása, így különösen:

a) a beszerzési vagy eladási árak, illetve bármely egyéb üzleti feltétel közvetlen vagy közvetett rögzítése;...”

Ez a cikk egyszerre vonatkozik a horizontális és a vertikális irányú megállapodásokra, ám mi csupán a vertikális árkorlátozásokra vonatkozó következményeire térünk ki. Az alapszerződés 101. cikkének szövege tilt minden olyan megállapodást és egyéb gyakorlatot, amelynek célja vagy eredménye a viszonteladói árak rögzítése. A cikk szerint a tilalmat a viszonteladói ár rögzítésének a versenyt gátló, korlátozó illetve torzító hatása indokolja. Mivel a cikk nem csupán az explicit módon – tehát közvetlenül történő – árrögzítést tiltja, hanem az árak közvetett rögzítését is, ezért a viszonteladói ár megkötésén kívül minden más olyan megállapodást,

szerződést vagy gyakorlatot is a tilalom alá esik, amely az újraeladási árak megkötését eredményezi.

Az Európai Bizottság 330/2010/EU Rendelete az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról a 2. cikkben kimondja a vertikális korlátozások csoportmentességét az alapszerződés 101. cikkében foglalt tilalom alól, amennyiben a rendeletben felsorolt feltételeknek eleget tesz. E feltételek egyike a rendelet 4. cikke szerint

„A 2. cikk szerinti mentesség nem alkalmazandó azokra a vertikális megállapodásokra, amelyek célja – közvetlenül vagy közvetve, önmagukban vagy más, a felek irányítása alatt álló tényezőkkel együtt – a következő:

a) a vevő azon képességének korlátozása, hogy saját eladási árát megállapítsa, nem sértve azt a lehetőséget, hogy a szállító megállapítsa a maximális eladási árát vagy eladási árát javasoljon, feltéve hogy azok nem vezetnek – a felek bármelyike részéről történő nyomásgyakorlás vagy ösztönzés eredményeként – rögzített vagy minimális eladási árhoz;...”

A rendelet 4. cikke tehát explicit módon kijelenti, hogy a viszonteladói ár rögzítésén kívül a minimális viszonteladói ár kikötése is olyan gyakorlat, amelyre nem alkalmazható a csoportmentesség. A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás (223) bekezdésében a Bizottság ennek megfelelően különösen súlyosnak (hardcore) minősíti a viszonteladási ár rögzítésén kívül a minimális viszonteladói ár meghatározását is. A besorolást a Bizottság az iránymutatásban a viszonteladói ár rögzítésének versenykorlátozó hatásaival indokolja. Az iránymutatás (224) bekezdése felsorolja az újraeladási ár rögzítésének tulajdonított versenykorlátozó hatásokat. E hatások a következők: 1. Elősegítheti a szállítók közötti összejátszást. 2. Segíti a viszonteladók közötti összejátszás stabilizálását. 3. Mérséklő hatással lehet mind a gyártók, mind a forgalmazók közötti horizontális versenyre. 4. Megakadályozza, hogy a termék viszonteladója alacsonyabb áron kínálja a terméket. 5. Mérsékli a gyártó érdekeltségét az árrése csökkentésére. 6. A jelentősebb piaci erővel rendelkező gyártó számára a kisebb versenytársak kizárásának eszközévé válhat. 7. Gátolja a hatékonyabb kiskereskedőket abban, hogy alacsonyabb árat kérjenek a termékért illetve hatékonyságukat kihasználva saját piaci részesedésüket növeljék.

Az alapszerződés alapján azonban a vállalkozások bizonyos esetekben mentesíthetők a viszonteladói ár megkötésének tilalma alól. Ezzel kapcsolatban az alapszerződés 101. cikkének (3) bekezdése a következőképpen fogalmaz:

„Az (1) bekezdés rendelkezéseinek alkalmazásától azonban el lehet tekinteni az olyan esetekben, amikor

- vállalkozások közötti megállapodás vagy megállapodások csoportja;
- vállalkozások társulásai által hozott döntés vagy döntések csoportja;
- összehangolt magatartás vagy összehangolt magatartások csoportja

hozzájárul az áruk termelésének vagy forgalmazásának javításához, illetve a műszaki vagy gazdasági fejlődés előmozdításához, ugyanakkor lehetővé teszi a fogyasztók méltányos részesedését a belőle eredő előnyből anélkül, hogy:

- a) az érintett vállalkozásokra olyan korlátozásokat róna, amelyek e célok eléréséhez nem nélkülözhetetlenek;
- b) lehetővé tenné ezeknek a vállalkozásoknak, hogy a kérdéses áruk jelentős része tekintetében megszüntessék a versenyt.”

Ezzel a Bizottság lehetővé teszi, hogy amennyiben a vélelmezetten versenykorlátozó hatású vertikális ármegállapodás hatékonyságjavulást eredményez és annak hozadékát a fogyasztók méltányos arányban élvezik, akkor az árkorlátozás alkalmazásának tilalma alól mentesség adható. Ennek indoklása és a mentesítés elérésének útja az iránymutatás (225) bekezdésében található meg. Itt a hatékonyság növekedésének alábbi esetei kerültek kiemelésre: 1. Új termék bevezetések a kiskereskedőket motiválttá teheti a keresletet növelő erőfeszítés kifejtésében. 2. Lehetővé teheti néhány hetes, a viszonteladók nagy részére kiterjedő árkampány alkalmazását, ami a fogyasztók számára is előnyös. 3. Biztosíthatja a rendszerint a kiskereskedők által nyújtott eladás előtti szolgáltatások hatékony szintjének fenntartását, a viszonteladók árverseny mérséklődésekor az ilyen szolgáltatások terén versenyezhetnek egymással, megakadályozza a kiskereskedők közötti potyázást az eladás előtti szolgáltatásokon.

Tehát a megállapodásban résztvevő felek számára nyitva áll annak lehetősége, hogy a 101. cikk (3) bekezdése alapján a viszonteladói ár megkötéséből vagy az árpadló előírásának tilalma alól mentesüljenek abban az esetben, ha az ez irányú megállapodás bizonyítható hatékonyságjavulást okoz és abból a fogyasztók méltányosan részesülnek. Ebben az esetben a

hatékonyságnövelő hatást és a 101. cikk (3) bekezdés többi feltételének teljesülését a megállapodásban résztvevő üzletfeleknek kell bizonyítékokkal alátámasztania. A Bizottság a bemutatott bizonyítékok és dokumentumok alapján a fogyasztókra és a versenyre kifejtett hatások mérlegelését követően hozza meg döntését a mentességről.

Az Európai Bizottság korábban idézett 330/2010/EU Rendelete az Európai Unió működéséről szóló szerződés 101. cikke (3) bekezdésének vertikális megállapodások és összehangolt magatartások csoportjaira történő alkalmazásáról 4. cikke a viszonteladói ár rögzítésének és a minimális viszonteladói ár megkötésének tilalma mellett kitér arra is, hogy ez a tilalom nem vonatkozik a maximális viszonteladói ár kikötésére és az eladási ár ajánlására azokban az esetekben, amikor e gyakorlatok – más megállapodással vagy a felek arra vezető magatartásával kombinálva – nem vezetnek a viszonteladói ár vagy minimális ár rögzítéséhez. A csoportmentesség azzal a feltétellel érvényes a megállapodásra, hogy a megállapodást kötő üzletfelek egyikének sincs 30%-osnál nagyobb piaci részesedése. A Bizottság által közzétett iránymutatás (227-228) bekezdései felsorolják e két vertikális korlátozás lehetséges veszélyeit: korlátozhatja a versenyt, ha a termék viszonteladói valamennyien ahhoz igazodnak és elősegíthetik a gyártók közötti horizontális összejátszást. A versenyre káros hatások kockázata a szállító piaci pozíciójának erősödésével növekszik. Ugyanakkor a maximális viszonteladói ár javíthatja a piaci folyamatok hatékonyságát azáltal, hogy megszünteti a vertikális lánc tagjainak piaci erejéből fakadó kettős árrés hatást. Ezért az iránymutatás (229) bekezdése értelmében, ha a maximális vagy ajánlott viszonteladói ár a versenyre káros hatásokkal jár együtt, az alapszerződés 101. cikkének (3) bekezdésében leírt hatékonyságnövekedésre vonatkozó bizonyítékok feltárása esetén, és ha az előnyökből a fogyasztók is részesülnek, mentesség adható a tilalom alól.

Cseh Köztársaság

A cseh jogrend tilt minden olyan megállapodást, amely az árak közvetlen vagy közvetett rögzítésén keresztül torzítja a versenyt. Ez a tilalom egyszerre vonatkozik a versenytársak közötti horizontális kartell megállapodásokra és a vertikális lánc tagjai között létrejövő meg-egyezősekre. A vertikális árkorlátozások négy jellemző formája – a viszonteladói ár rögzítése adott szinten, a minimális viszonteladói ár (azaz árpaddló) megkötése, a maximális viszonteladói ár (árplafon) előírása és az ajánlott kiskereskedelmi ár gyakorlata – azonban nem esik egyforma megítélés alá. Az e gyakorlatokkal szemben megnyilvánuló szabályozói hozzáál-lásban meglévő különbség alapja a nekik tulajdonított versenytorzító hatás, illetve annak hiá-nya.

A termék továbbértékesítési árát adott szinten rögzítő és minimális viszonteladói árat elő-író megállapodások bármely formáját tiltják a csehországi versenytörvények. E tilalom indo-ka, hogy a versenyhatóság álláspontja szerint mindkét említett megállapodás a kiskereske-delmi árak azonos szintjét eredményezi, így megszünteti a márkán belüli árversenyt.

A vertikális struktúrán belüli, az újraeladás árának maximalizálását eredményező meg-egyezőések és a beszállító által ajánlott továbbértékesítési ár gyakorlatának megítélése kevésbé szigorú a Cseh Köztársaságban. A versenyhatóság megítélése szerint az árplafon (maximális viszonteladói ár) előírása nem feltétlenül eredményez egységes árakhoz a márkán belül, rá-adásul védelmet nyújt a fogyasztóknak a túlságosan magas kiskereskedelmi árakkal szemben. Ezért az árplafon alkalmazása megengedett a kis piaci részesedéssel rendelkező vállalatok számára. Az ajánlott viszonteladói ár alkalmazása nem esik tilalom alá, ha nem jár együtt olyan gyakorlattal, amivel együtt az ár rögzítésével vagy árpaddló előírásával egyenértékűvé válik a gyakorlatban. Az ajánlott ár alkalmazásával ezért tilos együttalkalmazni például azzal a fenyegetéssel, hogy az ajánlott ártól való eltérést a további üzleti kapcsolat megszüntetése követi. A cseh versenyhatóság gyakorlata annak ellenére folytat ilyen megengedő gyakorlatot, hogy tapasztalata szerint sok iparágban az ajánlott kiskereskedelmi ár már önmagában is egy-séges kiskereskedelmi ár kialakulásához vezet.

A csehországi versenytörvény egy versenytorzító megállapodást akkor mentesít a tilalom alól, ha az alábbi négy feltétel mindegyike teljesül. (1) A termék termelésének vagy terjesztésének hatékonyságát növeli, vagy technikai, illetve gazdasági előnyöket támogat. (2) A fogyasztók megfelelően részesülnek a gyakorlat követéséből fakadó előnyökből. (3) Nem jár a meghatározott cél eléréséhez feltétlenül szükségesnél több korláttal a résztvevők számára. (4) A megállapodásban résztvevő felek számára nem teszi lehetővé a termék piacának jelentős hányadán a verseny megszüntetését.

A cseh versenyszabályozás jellegzetessége, hogy nem tesz különbséget a termékek és a szolgáltatások között a viszonteladói ár megkötésének megítélése során. A versenyhatóság minden esetben visszautasította az olyan kezdeményezéseket, amelyek az egy-egy szektorral kapcsolatos megengedőbb álláspontot szorgalmazták (pl. 2004-ben a könyvek, 2003-ban a gyógyszerek piacán).

A versenyhatóság által vizsgált ügyek közül kiemelkedett a Kofola-eset. A Kofola üdítőital gyártója 2001 és 2008 között közel 60, a viszonteladói árat megkötő szerződést kötött termékének forgalmazóival. A versenyhatósági vizsgálat során a gyártó elismerte a felelősségét, erre való tekintettel a versenyhatóság megfelezte a bírságot, ami így is 13.552.000 cseh koronára (megközelítőleg 550.000 euróra) rúgott. A Cseh Köztársaságban ez volt eddig a legjelentősebb eset, mind a tiltott gyakorlat alkalmazásának volumenét, mind annak időtartamát tekintve.

A versenyhatóság 2007-ben vizsgálatot indított két kozmetikai cikket forgalmazó cég, az Estée Lauder CZ és a DELLUX CZ ellen. Mindkét cégről bebizonyosodott, hogy 2001-2008 között a viszonteladói ár rögzítésének tiltott gyakorlatát alkalmazták az általuk forgalmazott márkás parfümök esetében, ezért a versenyhatóság az Estée Lauder CZ-re 818.000 cseh korona (33.000 euró), a DELLUX CZ-re 1.089.000 cseh korona (43.500 euró) bírságot vetett ki.

A csehországi eljárások közös jellemzője, hogy tiltott vertikális árkorlátozásért minden esetben a beszállítót marasztalják el és bírságozzák meg.

Egyesült Királyság

A brit versenytörvény a viszonteladói ár megkötését az unió alapítószerződésével harmonikusan ítéli meg. Ennek megfelelően a továbbértékesítési ár rögzítése valamint az ezt eredményező minden más megállapodás tiltott és nem tartozik a csoportmentesség hatálya alá. Egyedi esetekben azonban a mentesség megítélhető a hatékonyságnövelő hatás alátámasztása esetén, ha bizonyítható, hogy annak előnyeiből a fogyasztók részesülnek, és nem szünteti meg teljesen a versenyt.

Az Egyesült Királyság versenyhatósága a viszonteladói ár megkötésének gyanúja esetén kizárólag abban az esetben indít vizsgálatot, ha a felmerült esetben nyilvánvaló a káros hatások felmerülésének lehetősége.

Az Egyesült Királyságban a könyvpiacra sokáig megengedett volt a viszonteladói ár rögzítésének gyakorlata. Közel egy évszázadon át a Net Book Agreement-be (NBA) tömörült könyvkiadók megállapodtak abban, hogy a kiskereskedőknek nem engedik, hogy a könyvre nyomtatott ártól eltérjenek. Több kiadó kilépését követően az NBA 1997-ben felbomlott. 2007-ben az OFT megbízásából a University of East Anglia megvizsgálta az NBA felbomlásának a piacra kifejtett hatásának. (Office of Fair Trading (2008)) A vizsgálat eredménye azt mutatja, hogy a könyvpiacra mind az teljes eladott mennyiség, mind a könyvek választéka növekedett. Az eladások egy része újszerű, a hagyományosnál alacsonyabb költséggel, jelentős marketinggel működő csatornákra terelődött, mint a webshopok és szupermarketek. A tanulmány megállapítása szerint ezek az innovatív, a kiskereskedelmi tevékenységet a hagyományos üzleteknél hatékonyabban szervező vállalkozások lassabban nyertek volna teret, ha az NBA nem bomlott volna fel. Ez arra utal, hogy az NBA léte gazdasági értelemben károsan hatott a piacra.

2003-ban az OFT két jelentősebb esetben járt el a viszonteladási ár megkötése miatt. Az ország egyik legjelentősebb gyermekjáték nagykereskedője, a Hasbro vertikális megállapodást kötött két legnagyobb kiskereskedelmi láncsal, az Argos-szal és a Littleweeds-szal, melyben egyes Hasbro-játékok árát az ajánlott fogyasztói ár szintjén rögzítette. A versenyhatósági vizsgálat valószínűnek tartotta, hogy a vertikális ármegállapodás kezdeményezője nem

a szállító volt. Ugyanis semmi nem utalt arra, hogy az iparágban elterjedt lett volna a viszonteladói ár megkötése, ami nélkül nem tudott volna létrejönni a gyártók kartelle. Valószínűsíthető volt, hogy a vertikális árkorlátozás alkalmazására az egyébként egymással komoly árversenyt folytató kiskereskedők kényszerítették a szállítót. Ezt támasztja alá, hogy a vertikális árkorlátozás olyan játékokra vonatkozott, amelyek piacán e két kiskereskedő jelentős erővel rendelkezett.

A másik jelentős eset a neves brit futballcsapatok mezeinek piacát érintette. A vertikális termelési lánc e termék esetében három szintből áll. A legfelső szinten a licensztulajdonos futballcsapat áll. A futballcsapatok kizárólagos gyártási jogot adnak egy-egy termelőnek a sportmezek gyártására a csapat számára és a másolatok készítésére a szurkolók számára. A mezek másolatait a gyártók adják el a kiskereskedőknek, akik azt a végső fogyasztók számára értékesítik. A z OFT vizsgálata feltárta, hogy az egyik gyártó, az Umbro, több kiskereskedővel az angol válogatott, a Manchester United, a Chelsea és a Nottingham Forest mezeinek viszonteladói árát rögzítő vertikális megállapodást kötött. A versenyhatósági döntés szerint a vertikális árrögzítés a kiskereskedők közötti összhang megteremtése érdekében történt.

Finnország

A finn versenytörvények az Európai Unió szabályozásával történő 2004. évi harmonizálás előtt egyaránt tiltották a viszonteladói ár rögzítését, a minimális viszonteladói ár előírását és a maximális viszonteladói ár megkötését is. Az ajánlott viszonteladói ár alkalmazása csak abban az esetben volt tilos, ha károsnak bizonyult.

Az uniós versenyszabályokkal való harmonizáció óta a finn versenyszabályozás majdnem megegyezik a vertikális árkorlátozásokra vonatkozó EU-s szabályokkal. Ennek megfelelően tiltott minden olyan megállapodás vagy gyakorlat, amely a viszonteladói ár vagy a minimális viszonteladói ár rögzítését eredményezi, függetlenül attól, hogy a szóban forgó gyakorlat közvetlenül írja elő a továbbértékesítés árát vagy annak minimális értékét, vagy ugyan ilyen előírást nem alkalmaz, de a gyakorlatban az ár vagy a minimumár rögzítését eredményezi. Habár a szabályozás a viszonteladói ár megkötésének a versenyre gyakorolt negatív hatását feltételezi, nem zárja ki annak lehetőségét, hogy az azt alkalmazó vállalat igazolja, hogy annak versenybarát hatásai erősebbek a versenyellenes hatásainál. A maximális viszonteladói ár előírása és az ajánlott viszonteladói ár alkalmazása megengedett azokban az esetekben, amikor nem vezet a viszonteladói ár megkötéséhez.

A finn versenyhatóság az uniós harmonizációt megelőzően kevés olyan esetet vizsgált, amelyben a viszonteladói ár megkötését alkalmazták a vállalatok. 1998-ban a Kesko Oyj és a K-ruokakauppia syhdistys ry kérte a versenyhatóságot, hogy mentesítse a maximális viszonteladói ár alkalmazásának tilalma alól. A versenyhatóság elutasította a kérelmet, mert a Kesko nem támasztotta megfelelően alá, hogy a teljesülnek a mentesülés feltételei. A hatóság indoklása szerint ugyanis a K-food élelmiszerláncnak beszállító, logisztikai és marketingszolgáltatásokat nyújtó Kesko által alkalmazott maximális viszonteladói ár ugyan csökkentheti a kiskereskedelmi árakat a cégcsoporton belül, azonban jelentősnek ítélte meg annak veszélyét, hogy egyúttal csökkentené az árversenyt az oligopol piacon. A Kesko a hatóság határozatát megszegve árpaddiót alkalmazott, ami 2001-ben a versenyhatóság tudomására jutott, ezért 2005-ben a versenyhatóság a versenybíróságnak javasolta a cég megbírságolását.

A versenyszabályok 2004. májusi harmonizációját követően a versenyhatóság az eljárások során mérlegeli a fogyasztók sérelmének mértékét, a beavatkozás várható hatását és a vizsgálatok költségeit annak érdekében, hogy erőforrásait a lehető leghatékonyabban használja fel.

A versenyhatóság 2004 óta több esetben javasolta a versenybírósnak bírság kiszabását a viszonteladói ár megkötésének tiltott gyakorlata miatt. 2005-ben kempingfelszerelési cikkek nagykereskedőjét, a Greendoor Oy-t megbírságolását javasolta a versenyhatóság. Habár a cég piaci részesedése nem volt jelentős, a helyzetet súlyosbította az üzlethelyiséggel rendelkező kereskedők kollektív bojkottja, amivel a webáruházakkal való versenyt akarták elkerülni.

A Tecalemit Oy megbírságolását 2006-ban javasolta a versenyhatóság, mivel a termékeihez kapcsolódó szervízszolgáltatásokat nyújtó cégekkel kötött szerződés a megfosztotta a szolgáltató cégeket a szabad árválasztásban, így megakadályozta a szolgáltatók egymás közötti valamint a Tecalemit Oy-jal való versenyt.

Egy 2007-es esetben a hatóság a Kjaerulff 1 Oy ellen indított vizsgálatot. A cég a Topfield digitális műholdvevők importőre. Bizonyítást nyert, hogy a kiskereskedőknek legalább egy része számára attól tette függővé az üzletek marketingköltségeihez való hozzájárulást, ha a reklámjaikban az általa ajánlott viszonteladói árat tüntetik fel. A versenyhatóság megállapítása szerint ez sértette A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás 47. bekezdését, amely szerint a promóciós költségek elismerésének árszínthez való kötése egyenértékű a viszonteladói ár megkötésével. Ezért a hatóság a gyakorlat folytatásának beszüntetésére szólította fel a céget.

Hollandia

A hollandiai versenytörvény 1998. évi parlamenti tárgyalása során az országgyűlés olyan határozatot hozott, hogy a nemzeti versenyszabályok se szigorúbbak, se megengedőbbek ne legyenek az uniós versenytörvényénél. A holland versenytörvény 6. cikke ennek megfelelően lényegében megegyezik az uniós alapszerződés 101. cikkével. Így a továbbértékesítési ár rögzítése és a minimális viszonteladói ár megkötése, valamint az ezeket eredményező minden más megállapodás tiltott és nem tartozik a csoportmentesség hatálya alá. Egyedi esetekben azonban a mentesség megítélhető a hatékonyságnövelő hatás alátámasztása esetén. A maximális újraértékesítési ár korlátozása és az ajánlott viszonteladói ár alkalmazása nem tiltott, amennyiben a felek közötti megállapodás más kikötéseivel együtt nem vezetnek a viszonteladói ár megkötéséhez vagy árpادل előírásához. A holland szabályozás jellegzetessége, hogy nem szektorsemleges: a könyvpiacot mentesíti a viszonteladói ár megkötésének tilalma alól.

A holland versenyhatóság a vertikális korlátozásokkal kapcsolatos tevékenysége során a parlament 1998. évi döntésének megfelelően erősen támaszkodik az uniós alapszerződés 101. cikkére, az Európai Bizottság 330/2010/EU rendeletére és az Európai Bizottság vertikális korlátozásokra vonatkozó iránymutatására.

A hollandiai versenyhatósághoz évente 25-36 bejelentés és 3-4 panasz érkezik a viszonteladási ár megkötésével kapcsolatban. A bejelentések számos szektort érintenek és rendszerint fogyasztóktól érkeznek. Az utóbbi években egyre növekvő számban tesznek bejelentéseket webáruházak miatt, hogy a továbbértékesítési ár megkötésével kívánja a beszállító mérsékelni az internetes és hagyományos eladók közötti versenyt.

A versenyhatóság minden olyan bejelentést és panaszt elutasít, amelyek esetében bizonyítottan látja a márkák közötti erős verseny meglétét, vagy kevés jel mutat arra, hogy az újra-eladási ár megkötése horizontális kartell fenntartását célozza.

2005-ben a versenyjogi esetekkel foglalkozó legfelsőbb szintű holland bíróság olyan döntést hozott, hogy a versenyhatóság a Secon-ügyben hibás döntést hozott. A Secon-ügy a G-star ruházati termék viszonteladói árának korlátozására vonatkozott. A versenyhatóság koráb-

bi döntése az volt, hogy az árkorlátozás versenyre gyakorolt hatásának vizsgálata szükségte-
len. A 2005-ös bírósági határozat indoklása szerint az Európai Bizottság 330/2010/EU rende-
letének 4. cikke alapján a viszonteladói ár rögzítése a vélelem szerint a versenyt korlátozó
céllal történik, ezért szükség van annak vizsgálatára, hogy a megállapodás képes-e jelentős
mértékben mérsékelni a versenyt. E vizsgálatnak az elvégzése a versenyhatóság feladata,
melynek során mérlegelnie kell a tényeket és az eset körülményeit. A döntés értelmében a
versenyhatóság a Secon-eset kapcsán ezt a vizsgálatot nem megfelelő mélységben végezte el.
A bíróság ezért kötelezte a hatóságot a versenyhatósági vizsgálat megismétlésére. A döntést
követően a versenyhatóság megállapította, hogy a G-star márka piaci részesedése annyira
alacsony, hogy a viszonteladói ár rögzítése nincs számottevő hatással a piaci verseny intenzi-
tására.

Lengyelország

A lengyel versenytörvény szabályai szerint a továbbértékesítési ár rögzítésére vonatkozó megállapodás kötése tiltott és nem tartozik a csoportmentesség hatálya alá. Egyedi esetekben azonban a mentesség megítélhető, ha a felek megfelelően alátámasztják a megállapodás hatékonyságot növelő hatását és hogy annak előnyeiből a fogyasztók méltányos mértékben részesülnek.

A versenyhatóság 2003 óta mintegy tíz esetben vizsgált a viszonteladói ár megkötésével kapcsolatos esetet, azonban ezek egyikében sem bizonyították a megállapodásban résztvevő üzletfelek a megállapodás hatékonyságjavító hatását. A vizsgált esetek a motorolaj, láncfűrész, könyv, dekorfesték és az építőanyag kereskedelemben merültek fel. E termékek közül csupán a láncfűrész esetében tűnik indokoltnak a kiskereskedő által nyújtott eladás előtti információs szolgáltatás. Több esetben bebizonyosodott, hogy a termék gyártója jelentős piaci részesedéssel (minimum 30%) bírt.

Az egyik legjelentősebb lengyel eset a Harry Potter és a fönix rendje című könyv esete. A könyv a Harry Potter könyvek sorában az ötödik volt. A könyvsorozat ezt megelőző kötetének kiadását követően a nagy- és kiskereskedők számos panaszt tettek a kiadónál amiatt, hogy a hipermarketláncok jelentős kedvezménnyel kínálták eladásra a könyvet. A kiadó a panaszok hatására az ötödik kötet megjelenésekor előzetesen leszűkítette a termék viszonteladóinak körét és szerződésben kötelezte őket arra, hogy a könyvre nyomtatott árhoz képest legfeljebb 10 százalékkal olcsóbban kínálják a terméket a végső fogyasztóknak. A megállapodás betartását a kiskereskedők és a kiadó egyaránt ellenőrizte. A vizsgálata során a kiadó azzal védekezett, hogy a célja az volt, hogy megvédje a kisebb könyvesboltokat az erős árversenytől. A vizsgálat megállapította, hogy a kiadó célja a márkán belüli verseny mérséklése volt a meglehetősen árrugalmatlan termék piacán.

A továbbértékesítési ár rögzítésével kapcsolatos jelentős eset volt a POLIFARB-ŁÓDŹ Sp. z o.o. esete a barkácsfelszerelési cikkekre szakosodott hipermarketekkel. A barkácsfelszerelési cikket kínáló hipermarketek között rendkívül erős a verseny megnehezítette a gyártó számára a Polifarb dekorfestékek árának megemelését. Ezért olyan rendszert

dolgozott ki, amelyben az ajánlott kiskereskedelmi áron eladó kereskedők visszatérítésben részesültek, míg az ajánlott árnál alacsonyabb áron eladásra kínáló üzleteket a további szállítások beszüntetése fenyegette. Ezzel a gyártó a kiskereskedők kartelljét szervezte meg, melynek fenntartásában aktív szerepet vállalt: összegyűjtötte a kiskereskedők panaszait, közvetített az üzletek között felmerülő vitákban. Ennek eredményeként a termék ára szinte mindenhol az ajánlott ár szintjén, vagy annál magasabban volt. Az eset versenyhatósági vizsgálata során a megállapodás résztvevői nem hivatkoztak a hatékonyság javulásával összefüggő célokra.

Németország

A német versenyszabályozás (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, angolul: Act against Restraints of Competition, ARC) 1. paragrafusa tükrözi az uniós alapszerződés 101. cikkének (1) bekezdését. Az uniós alapszerződés mentességre vonatkozó 101. cikk (3) bekezdésének az ARC 2. paragrafusa felel meg. Ennek megfelelően a továbbértékesítési ár rögzítése és a minimális viszonteladói ár megkötése, valamint az ezeket eredményező minden más megállapodás tiltott és nem tartozik a csoportmentesség hatálya alá. Egyedi esetekben azonban a mentesség megítélhető a hatékonyságnövelő hatás alátámasztása esetén. A maximális újraértékesítési ár korlátozása és az ajánlott viszonteladói ár alkalmazása nem tiltott, amennyiben a felek közötti megállapodás más kikötéseivel együtt nem vezetnek a viszonteladói ár megkötéséhez vagy árpádó előírásához. A német szabályozás jellegzetessége, hogy nem szektorsemleges: az ARC 30. paragrafusa mentesíti az újságokat és a magazinokat a viszonteladói ár megkötésének tilalma alól.

A német szövetségi kartellhivatal, a Bundeskartellamt tapasztalata szerint nem ritka, hogy a termék gyártója e-mail útján vagy más módon felhívja a terjesztő figyelmét arra, hogy a termék magas minősége azt indokolja, hogy a viszonteladói ár ne legyen magas. Ez arra utal, hogy a gyártók egyik jellemző motívuma a viszonteladói ár megkötésének illetve az árpádó előírásának során az attól való félelem, hogy ha a kiskereskedelmi árak széles körben alacsonyak, akkor a viszonteladók a nagykereskedelmi ár csökkentését fogják megkövetelni.

A versenyhatóság tapasztalata szerint esetenként a viszonteladók gyakorolnak nyomást a gyártóra a minimális továbbértékesítési ár megkötéséért, mivel ezáltal mérséklődik a márkán belüli verseny. A versenyhatósághoz a vertikális árkorlátozások kapcsán jellemzően a kiskereskedők és a fogyasztók fordulnak panasszal.

A viszonteladói ár megkötése kapcsán indult eljárások során a gyártók sokszor az eladási szolgáltatások biztosításával indokolják a tiltott gyakorlat alkalmazását, azonban egyetlen esetben sem tudták kétség nélkül igazolni, hogy ennek eléréséhez a viszonteladói ár megkötése nélkülözhetetlen volt.

Svájc

A svájci versenyszabályozás 2003 óta bünteti a viszonteladói ár megkötésére vonatkozó megállapodásokat, ha az gátolja a hatékony versenyt. A svájci versenyjog a megállapodásokat általában mindaddig törvényesnek tekinti, amíg be nem bizonyosodik a versenyre gyakorolt káros hatása. Azonban a megállapodások egyes súlyosan versenyellenes fajtáival kapcsolatos vélelem a versenyszabályok 2003. évi reformja óta az, hogy a minimális viszonteladói ár kikötése vagy a viszonteladói ár adott szinten történő rögzítése megszünteti a versenyt. Ez jelentősen lecsökkentette a versenyhatóság bizonyítási kötelezettségét. A versenyszabályok reformja óta a versenyhatóságnak kevésszer kellett a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata miatt eljárást kezdeményeznie, amit az magyarázhat, hogy az új szabályozás bevezetésekor elkezdődött bő egyéves átmeneti időszakot számos vállalkozás arra használt ki, hogy felülvizsgálja, hogy értékesítési gyakorlata nem ütközik-e az új jogszabályba. Az esetek alacsony számát indokolhatja az is, hogy a tiltás bevezetése óta nehezebb a vertikális árkorlátozások felismerése, hiszen a szerződésben történő rögzítés helyett kevésbé formális módokon, például szóbeli megállapodás útján egyeztetnek a felek, így a vizsgálatot segítő dokumentáció mennyisége jelentős mértékben csökkent.

A versenyhatóság 2007-ben felülvizsgálta a vertikális megállapodásokkal kapcsolatos közleményét, amelyben meghatározta azokat a feltételeket, melyek megléte esetén a hatékony versenyt gátló hatás vélelmezhető. Eszerint önmagában a márkák közötti verseny megléte nem döntő. A hatékonyságnövelő hatás pedig csupán kivételes esetekben vehető figyelembe. A 2008. elején életbe lépő versenyhatósági közlemény szerkezetében és szóhasználatában az Európai Bizottság csoportmentességről szóló rendeletéhez és a Bizottság iránymutatásához igazodik.

A svájci versenyjog a viszonteladói ár megkötésének tekint minden olyan árkorlátozást, amely közvetve vagy közvetlenül rögzíti az újraértékesítési árat, vagy minimális továbbértékesítési árat ír elő. A versenyjog a vertikális árkorlátozások közé sorolja az ajánlott viszonteladói ár alkalmazását is, azonban a maximális újraeladási ár nem tiltott azzal a feltétellel, hogy nem eredményez minimális vagy rögzített viszonteladói árat.

A svájci versenyhatósági eljárás a viszonteladói ár korlátozására vonatkozó vizsgálat során elsőként azt a kérdést elemzi, hogy elvethető-e az a vélelem, hogy a megállapodás megszüntette a versenyt. Amennyiben ez a vélelem nem vethető el, akkor a megállapodás törvénytelen és pénzbírsággal büntetendő. Ha a hatóság úgy találja, hogy a verseny megszüntetésének vélelme elvethető, akkor a vélelem szerint a viszonteladói ár megkötése jelentős mértékben korlátozza a versenyt, így az a kérdés kerül terítékre, hogy vajon igazolható-e a vizsgált vertikális árkorlátozás a hatékonyság növekedésével. Amennyiben ezt nem sikerül bizonyítani, akkor a gyakorlat alkalmazása törvénytelen és pénzbírsággal büntetendő, míg a hatékonyságnövekedés bizonyíthatóan indokolja az árkorlátozás alkalmazását, akkor az erre vonatkozó megállapodás törvényesnek tekintendő.

Egyesült Államok

2007-ben az Egyesült Államok legfelsőbb bírósága a Leegin Creative Leather Products, In. v. PSKS, In. (Leegin) ügy kapcsán olyan döntést hozott, hogy a minimális továbbértékesítési ár gyártó által történő megkötését a mérlegelési elv (rule of reason) szerint kell megítélni. Ez a döntés a Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons Co. ügy óta tartó, a Sherman törvény 1. szakaszán alapuló per se tilalom közel évszázados időszakának vetett véget, amely időszakban a minimális viszonteladói ár tiltott volt, annak megítélése nem függhet semmilyen körülménytől. Megjegyezzük, hogy az első ügy, amely kapcsán a legfelsőbb bíróság a maximális újraeladási ár rögzítését engedélyezte, az 1997. évi State Oil v. Kahn-volt.

Lindsey, M. (2009) áttekintette, hogy az egyes államok versenyszabályai követték-e a szövetségi szabályok 2007-i módosulását. Azt találta, hogy 2009. októberéig csupán Maryland Államban iktattak be a minimális viszonteladási ár megkötését per se tiltó határozatot. Az egyes államok közül pedig csak Tennessee és Kansas esetében talált olyan ügyet, amellyel kapcsolatban a bíróság döntése egyértelműen kinyilvánítja, hogy az állam a továbbiakban a szövetségi megközelítésnek megfelelő mérlegelési elv alapján ítéli meg az egyes eseteket.

Japán

A japán versenytörvény tilt minden tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. A versenytörvény és a versenyhatóság közleménye szerint ha a szállító a termékét továbbértékesítő félnek ad el és igazolható ok nélkül olyan korlátozással él, amely bármilyen módon csorbítja a terméket értékesítő üzleti partner szabad árválasztását, vagy – kettőnél több vállalatból álló vertikális termelési lánc esetén – a vertikális lánc bármely tagját korlátozza a szabad árválasztásban. A viszonteladói ár rögzítése tehát csak igazolható ok esetén alkalmazható. Az igazolható ok mibenlétével kapcsolatban két ügyben (Wakodo-ügy, Meiji Shoji-ügy) 1975-ben meghozott legfelsőbb bírósági határozat indoklása nyújt támpontot. A legfelsőbb bíróság indoklása szerint a viszonteladói ár megkötésének indokát a tisztességes verseny szempontjából kell megítélni, és pusztán az, hogy egy vállalat menedzsmentje szempontjából a vertikális árkorlátozás alkalmazása szükséges vagy észérvekkel igazolható, nem szolgáltat a versenyjog szerinti igazolható okot.

Megjegyezzük, hogy a japán versenytörvény nem csak a viszonteladói ár megkötésére irányuló szerződéskötést tiltja, hanem minden olyan szóban vagy írásban kötött megállapodást és más intézkedést, ami azt eredményezi, hogy a terméket újraértékesítő fél nem tud eltérni a gyártó által választott ártól. Ilyen intézkedés lehet például a gyártó által javasolt ártól való eltérés esetére szóló, a viszonteladó számára hátrányos következményekkel történő fenyegetés (például a további üzleti kapcsolat megszüntetésének vagy leszűkítésének, esetleg bizonyos kedvezmények megvonásának kilátásba helyezése).

A versenytörvény, a versenyhatóság által kibocsátott értelmező közlemény és iránymutatás alapján nem csak a továbbértékesítési ár adott szinten történő rögzítése, hanem annak bármilyen más módon való korlátozása is tilos, tehát tilos minimális vagy maximális viszonteladói árat előírni vagy bármilyen módon meghatározni a választható árak tartományát (például egy explicit módon megadott intervallummal, vagy a környékbeli üzletek árától való eltérés nagyságát korlátozva). Ugyanakkor a gyártó által a viszonteladói árra vonatkozó egyszerű javaslat – ha nem társul hozzá az ahhoz igazodó magatartást kikényszerítő más korlátozás – nem tiltott, mivel nem korlátozza a terméket továbbértékesítő vállalkozás szabad árválasztását.

Nem tilos az a gyakorlat sem, amikor a termék fogyasztói ára a gyártó és a fogyasztó közötti egyezség során alakul ki és a terméket a gyártótól a fogyasztóhoz eljuttató vállalkozás szerepe csupán a termék célbajuttatásában és a vételár átvételében merül ki és ezért a terméket kiszállító vállalkozás díjban részesül. A másik megengedett módja annak, hogy a gyártó, aki közvetlenül nem kerül kapcsolatba a termék fogyasztójával meghatározza a fogyasztó által fizetendő árat, ha a gyártó és a fogyasztó között közvetítő vállalkozás bizományba veszi át a terméket és nem viseli a termék eladásával kapcsolatos kockázatokat (mint például az el nem adás esetén elmaradó bevétel, a termék minőségromlásából fakadó károk).

A japán versenyszabályozás a viszonteladói ár megkötését illetően nem szektorsemleges: a továbbértékesítési ár megkötése tilalma alól mentesülnek a könyvek, magazinok, újságok, írható lemezek, magnókazetták és zenei CD-k gyártói.

A japán versenyhatóság által az utóbbi időkben kivizsgált ügyek egyike a mezőgazdasági kemikáliákat gyártó Nissan Chemical Industries, Ltd. ellen indult. A cég egyik terméke, a ROUNDUP High Load nevű gyomirtószer széles körben reklámozott, jól ismert terméknek számít. A kertészeti felszereléseket is értékesítő barkácsüzletekben a márka iránti kereslet olyan jelentős, hogy az árukészlet nélkülözhetetlen elemei közé tartozik. A versenyhatósági vizsgálat során bebizonyosodott, hogy a gyártó igazolható indok nélkül megkövetelte a terméket eladásra kínáló barkácsáruházaktól, hogy az általa ajánlott áron adják el a terméket. A gyártó kilátásban helyezte, hogy az ajánlott fogyasztói ártól eltérő kiskereskedőkkel a jövőben megszakítja az üzleti kapcsolatot vagy csökkenti a kiszállított mennyiséget és a termék bizonyos kiszerezésének kiszállítását az általa ajánlott viszonteladói áron történő értékesítéshez kötötte. A versenyhatósági vizsgálat a tisztességtelen kereskedelmi magatartás megállapításával zárult 2006-ban.

Egy másik jellemző versenyhatósági vizsgálat során a kézműves munkákhoz használt gyapjúfonalak piacának egyik jelentős gyártója, a Hamanaka Co., Ltd. szállítói megállapodásait vették górcső alá. A Hamanaka által készített gyapjúfonalak olyannyira keresettek az ilyen termékeket kínáló üzletekben, hogy a kiskereskedők számára az árukészlet nélkülözhetetlen eleme. A gyártó igazolható indok nélkül oly módon korlátozta a kiskereskedők árva-

lasztását, hogy azok a termék szokásos áránál legfeljebb 10 százalékkal kérhetnek kevesebbet. A gyártó leállította a termék kiszállítását azokba az üzletbe, amelyek az általa előírt követelménytől eltértek, és a nagykereskedőknek is megtiltotta, hogy az ilyen üzletbe szállítsanak. Ezt nem csak a hagyományos úton, de az interneten kereskedő vállalkozásokra is kiterjesztette. A 2008-ban lezárult versenyhatósági vizsgálat megállapította, hogy a gyártó tisztességtelen kereskedelmi magatartást követett.

Korea

A koreai versenyszabályozás per se tiltja a viszonteladói ár rögzítését adott szinten vagy minimális viszonteladói ár előírását. Azonban a gyártónak lehetősége van arra, hogy a maximális viszonteladói ár alkalmazását megindokolja. A koreai versenyszabályozás a viszonteladói ár megkötésének tilalma alól egyetlen szektort, az irodalmi alkotások publikálását – beleértve az elektronikus formában való publikálást is – mentesíti. A versenyhatóság a mentesség megadását azért tartja indokoltnak ebben az iparágban, mert megítélése szerint a vertikális lánc tagjai jelentős mértékben visszafognák tevékenységüket, ha erős árverseny jellemezné a piacot. A szerzők fogyasztók számára kulturális értékkel bíró terméket állítanak elő, azonban az erős árverseny hatására csökkenő jövedelmezőségcsökkenés jelentős mértékben visszafogná a szerzők által létrehozott alkotások mennyiségét. Az árrés jelentős csökkenése a kiadók tevékenységét is visszafogná és egyúttal növelné a vertikális termelési lánc legalsó elemeinél, a könyvesboltoknál a csőd esélyét. E folyamatok a fogyasztók számára jelentős károkat okoznának. A versenyhatóság megállapítása szerint ugyanakkor az irodalmi alkotások piacán a viszonteladói ár megkötésének lehetősége mellett is erős a verseny: az iparágban tevékenykedő vállalatok száma nagy, számtalan kisvállalkozással és gyakoriak a piacra újonnan belépő vállalkozások. Mindez arra utal, hogy az erős piaci verseny mellett a viszonteladói ár megkötésének gyakorlata nem jár a fogyasztók számára káros következménnyel.

Következtetések az árkorlátozások megítélésével kapcsolatban

A viszonteladói ár megkötésének elméleti modelljei alapján úgy tűnik, hogy társadalmi nézőpontból tekintve a vertikális megállapodás következményei lehetnek kedvezők vagy kedvezőtlenek attól függően, hogy milyen típusú és erősségű a gyártók közötti verseny, illetve a kiskereskedők versenye. A kiskereskedők esetében mind a termék vevőiként mind annak eladóiként folytatott verseny jellegzetességei befolyásolhatják az egyensúlyi kimenetet. Azonban nem csupán a vertikális lánc egyes szintjein belüli horizontális irányú viszonyok számítanak, hanem az olyan vertikális jellegű kapcsolatok is, mint az alkuerő megosztása a szállítók és viszonteladók között. Az elméleti kutatások eredményei nem támasztják alá azt a versenyhatósági gyakorlatot sem, hogy – ha ha nem per se tilos – a viszonteladói ár megkötését csupán a piac egy adott méretet meg nem haladó részén engedélyezik.

Az empirikus kutatások nem támasztják alá azt a gyanakvást, ami világszerte övezi a viszonteladói ár megkötését a versenyhatóságok részéről. Az empirikus vizsgálatok nem utalnak arra, hogy a viszonteladói ár megkötése a kartellmegállapodások széles körben használt stabilizáló eszköze lenne. Más empirikus elemzések arra jutottak, hogy vannak olyan versenyhatósági esetek, amelyek esetében a tiltott eszköz alkalmazásának legvalószínűbb magyarázata a kiskereskedelmi szolgáltatások biztosítása.

Az egyes országok versenytörvényei a maximális továbbértékesítési ár kikötését általában megengedik, az árpaddó alkalmazásához vagy a viszonteladói ár rögzítéséhez általában a káros hatás vélelme társul. Azonban számos országra jellemző, hogy egyedi esetekben, a hatékonyságnövelő hatás és a fogyasztók számára előnyös következmények bizonyítottasága esetén megengedett a használatuk. A kiskereskedelmi ár gyártó által történő ajánlása jellemzően megengedett, amennyiben más korlátokkal együtt nem vezet az adott országban tiltott vertikális árkorlátozással egyenértékű kimenethez.

Az egyes országok versenyszabályozási gyakorlatának közös jellemzője, hogy a tiltott vertikális árkorlátozás alkalmazása nem csak írásba foglalt szerződéssel történő megvalósítás esetén jogszerűtlen, hanem akkor is, ha az a felek szóbeli megállapodásával jön létre, vagy implicit módon, különböző ösztönzők bevezetése révén alakul ki.

Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés közgazdasági elemzései az irodalom és a jogesetek tükrében

Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés vitatott kérdései erősen megosztják a közgazdaság és a jog oldaláról hozzászólókat. Korábban is - és az elmúlt évtizedben is – ezen üzleti gyakorlat megengedésének és tiltásának erőteljes változásait lehetett regisztrálni, mind az irodalomban mind a joggyakorlatban. Ebben a fejezetben a fogalmak tisztázása után az alapvető elméleteket tárgyaljuk, majd az ezek körül kialakult vitákat elemezzük, először közgazdasági iskolák mentén és piacszerkezetek szerint tárgyalva, majd empirikus elemzéseket ismertetve. Végül az Egyesült Államok és az Európai Unió példáján röviden összefoglaljuk a jogesetek háttérében meghúzódó közgazdasági elméletek változását, azok hatását a jogesetek megítélésére.

Fogalmak és meghatározások

A csomagban történő értékesítés (bundling) és az árukapcsolás (tying) magyarázataként kidolgozott közgazdasági elméletek a két fogalmat azonos módon, azonos elemzési eszközökkel közelítik meg. A szóhasználat gyakran keveredik⁴⁷, az irodalomban gyakran ugyanarra a jelenségre hol az árukapcsolás, hol a csomagban történő értékesítés fogalmát használják. A korábbi jogi és közgazdasági irodalomban inkább az árukapcsolás szerepelt, ez ma már

⁴⁷ A külföldi források hazai fordításai is vegyes képet mutatnak, különösen a *Carlton - Perloff* [2003] kötet fordítása okoz kavargást. *Carlton – Perloff* [2003]: árukapcsolás (bundling), kapcsolt értékesítés (tie-in sale), kapcsolt csomagban történő értékesítés (package tie-in sale), kevert árukapcsolás (mixed bundling), kapcsolt követelményeket tartalmazó értékesítés (requirements tie-in sale); *Motta* [2007]: árukapcsolás (tying, tie-in sale), csomagban történő értékesítés (bundling, package tie-in), kizárólagossági árukapcsolás (requirements tying); *Pepall – Richard – Norman* [2008]: árukapcsolás (tie-in sale), csomagban történő értékesítés (commodity bundling), kevert árukapcsolás (mixed bundling), vegyes összecsomagolás (mixed bundling), tiszta összecsomagolás (pure bundling), kikényszerített árukapcsolás (required tie-in sales); *Whish* [2010]. árukapcsolás (tying), csomagban történő értékesítés (bundling).

inkább a jogi irodalomra jellemző. Az Európai Unió joganyagaiban a vertikális korlátozások körében inkább az árukapsolást, az erőfölénnyel való visszaélés területén mindkét fogalmat használják. A tanulmányban a két fogalom magyarázatára tett kísérlet után, az irodalom részletesebb ismertetésénél, az aktuálisan használt fogalmakkal dolgozunk.

Mindkét fogalom olyan értékesítési stratégiára vonatkozik, amelynél egy cég az elkülönült termékeket valamilyen kombinációban árusítja. Amennyiben két terméket (A és B) csak együttesen lehet megvásárolni, akkor a csomagban történő értékesítés tiszta esetéről (pure bundling - PB) beszélhetünk. Amennyiben a két termék külön-külön is megvásárolható és emellett csomagban is kapható, akkor a csomagban történő értékesítés vegyes esetéről (mixed bundling – MB) van szó. Árukapsolás (tying – T) akkor történik, ha A terméket csak B termékkel együtt lehet megvásárolni, viszont a B termék önállóan is kapható. Ebben a szituációban az A terméket a kapcsoló (tying) terméknek, a B terméket a kapcsolt (tied) terméknek nevezik. Ezt az esetet szokták a vegyes összecsomagolás (MB) a eseteként is értelmezni. Az árukapsolás statikus változatában az összekapcsolt két termék állandó arányban kerül eladásra, míg a dinamikus változatában a B termék fogyasztónként változó arányban. Az utóbbiról gyakran mint kizárólagossági árukapsolásról (requirements tying) beszélnek. Az alábbiakban táblázatba foglaljuk a különböző lehetőségeket (1. táblázat).

5. Táblázat A vásárlók választási lehetőségei árukapsolás és összecsomagolás esetén

	A vásárlók választási lehetőségei	
	Statikus	Dinamikus
Árukapsolás (T)	A+B	A+2B, A+3B etc.
	B	B
Tiszta összecsomagolás (PB)	A+B, 2A+2B, etc.	
Vegyes összecsomagolás (MB)	A+B	
	A	
	B	

Forrás: Bishop - Walker [2010] 276.o., Berg – Cameasca [2006] 264-265.o. és Tirole [2005] 8.o. alapján

A tiszta összecsomagolásnál az összetevőket rögzített arányban tartalmazza a csomag. A fenti tipológiát sokan kiegészítik azzal, hogy a vegyes összecsomagolás esetén a csomag ára

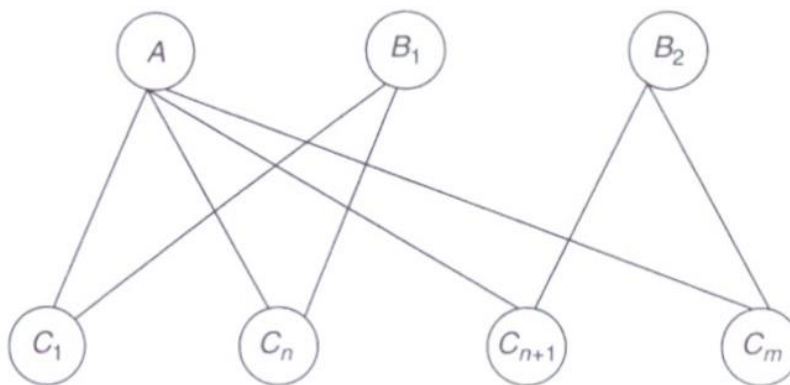
az összetevők együttes ára alatt kell, hogy maradjon ($P_{A+B} < P_A + P_B$), továbbá megkülönböztetnek árbeli összecsomagolást és termék összecsomagolást. Az előbbinél a csomagot kedvezményel árusítják és a termékek nincsenek integrálva, az utóbbinál olyan integrált termék szerepel a csomagban, amely a fogyasztó számára többletértéket jelent.

Az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés létrejöttét magyarázó néhány elmélet⁴⁸

Piaclezárás

A piaclezárás illetve a piaci erő átvitele elméletében a vertikális integrációhoz hasonló előnyöket lehet biztosítani a csomagban történő értékesítés és árukapcsolás esetében is. *Blair és Kaserman* [2009] a következő példával illusztrálják ezt a lehetőséget. A kiinduló helyzetben a piacon két termék, A és B van és ezeket C vásárlók veszik meg. Az egyik cég mindkét terméket termeli (A és B₁), a másik csak a B-t (B₂). A vásárlók A és B terméket egyaránt vásárolnak. A vásárlók egy részét (C₁ C_n) az első cég látja el B termékkel, a másik részét (C_{n+1}..... C_m) a másik cég.

1. ábra A piaclezárás lehetősége árukapcsolással



Forrás: Blair – Kaserman [2009] 393.o.

Ha az A-t termelő úgy dönt, hogy ezentúl árukapcsolással hozza a piacra az A terméket, vagyis aki A-t vásárol annak a B-t is tőle kell megvennie, akkor a másik cég elveszíti vásárlóit

⁴⁸ Ebben a részben támaszkodunk Blair – Kaserman [2009] könyvének 14. és 18. fejezetére, és Berg – Camesasca [2006] 7.3. fejezetére.

($C_{n+1} \dots C_m$). Amennyiben csak ezekkel a vásárlókkal rendelkezett, akkor ki kell lépnie a piacról, de ha más vásárlói is voltak, akkor is kérdéses, hogy a méretgazdaságossági problémái miatt maradni tud-e a piacon. Az első cégnek az árukapcsolással feltehetőleg sikerül monopolizálnia a B termék piacát. Ennek a lehetőségnek a felvázolása azonban még nem mond semmit a profitabilitásról és a jóléti hatásokról.

Whinston [1990] mutatta ki egyik modelljében, hogy még a piaclezárás esetén sem jelent feltétlenül az árukapcsolás nyereséges stratégiát, mert az többek között az A terméket előállító cég piaci erejétől és a termékekkel összefüggő vevői preferenciáktól is függ. Ugyanakkor a sikeres piaclezáró stratégia és a nyereséges stratégia sem ad egyértelmű választ arra, hogy a jólét hogyan alakul, csökkenhet illetve növekedhet, tehát a priori nem lehet a jóléti hatásokat megítélni. Emiatt az árukapcsolási esetekben alapos mérlegelés (rule of reason) szükséges a versenyszempontú elmarasztalásoknál.

Árdiszkrimináció - az ár mint mérőeszköz

Sok esetben az eladónak előnyös lenne az egyes vásárlók keresletrugalmasságának az ismerete. Az árukapcsolás felhasználható indirekt árdiszkrimináció alkalmazására, abban az esetben, ha a kapcsolt termék a kapcsoló termék kiegészítője és a kapcsolt termék megvásárolt egységeinek száma korrelál a vásárló kapcsoló termékkel összefüggő keresletének ár rugalmasságával.

A klasszikus példa erre az IBM lyukkártya feldolgozó gépe és a lyukkártyák kapcsolt lízingelése. A gépet az IBM csak a nála vásárolt kártyákkal együtt adta bérletbe. A kártyák ára a megvett mennyiségtől függően nem változott és a versenyárnál magasabb volt, így az IBM közgazdasági profitot ért el az eladott kártyák után. Az árukapcsolás következtében a lyukkártya feldolgozó gép teljes bérleti díja (a gép havi bérleti díja plusz a kártyák után fizetett díj) a gép használatának intenzitását mutatta. Mivel az intenzívebb felhasználók által fizetett egységköltség csökken, árdiszkriminációról van szó, mégpedig úgy, hogy előzetesen nem kellett felmérni a vásárlók keresletének ár rugalmasságát, hiszen ezt a kapcsolt termék használatának gyakorisága magától megadta. Az árukapcsolás ebben az esetben egyértelműen nem a lyukkártyapiac monopolizálására irányult, hanem arra, hogy a változó bérleti díjakból minél

magasabb profitot hozzanak ki. A kapcsolt termék, a lyukkártya, tehát sajátos számlálóként működött.

Ezzel a gyakorlattal sokan szembeállítják a közvetlen mérés lehetőségét. A közvetlen mérés bevezetése többnyire jelentős költséggel jár: fel kell szerelni az eszközt, le kell olvasni és védeni kell a manipulálása ellen. Ugyanakkor az árukapcsolás alkalmazásának is lehetnek többletköltségei és ebben az esetben is meg kell győződni arról, hogy a vásárlók betartják-e az árukapcsolás kikötését, azaz nem vásárolnak-e olcsóbb lyukkártyát más gyártótól.

Az ilyen típusú árképzés léte azonban önmagában nem bizonyítja, hogy akár árdiszkriminációról akár jelentős monopolerőről lenne szó. A tartós javaknál előfordul, hogy a használat intenzitása erőteljesen befolyásolja az élettartamot, ezért akár versenyző piacon is indokolt lehet a kétrészes bérleti konstrukció kialakítása. Amennyiben árdiszkrimináció céljára használják az árukapcsolást, a versenyszabályozási megítélésénél a jóléti hatásokat is figyelembe kellene venni, amelyek a priori ebben az esetben sem dönthetők el, ezért az ügy részletes mérlegelése ajánlott.

Árukapcsolás franchise esetén

A franchise rendkívül elterjedt üzleti szervezeti forma, a márka, védjegy tulajdonosa „goodwill”-t épít a márkája köré és ennek birtokában a franchise-átvevőknek díj fejében átadja a használat jogát. Az átvevők általában egyszeri belépési díjat és jogdíjat fizetnek. A szerződésekben általában bizonyos inputok beszerzését is kikötik, azaz árukapcsolás történik. A kapcsolt termékek többletprofitot hozhatnak a franchise átadónak, de legalább ilyen fontos, hogy az árukapcsolás ebben az esetben egy ösztönzési probléma megoldását is szolgálhatja. A „goodwill” megosztása ugyanis a potyautas problémáját veti fel, ha nem ellenőrzik az átvevők működését, akkor könnyen csökkenhet a márka és az egész franchise hálózat értéke. Az átvevők olyan költségcsökkentési megoldásokban is érdekeltek, amelyek a minőséget csökkentik, ennek profitnövelő előnyét egyedileg teljes mértékben élvezik, miközben a rendszer egésze iránti kereslet csökkenésének csak töredéke hárul rájuk. A minőséget alapvetően befolyásoló input beszerzések kikötése és betartásának ellenőrzése, ezáltal a márka értékének megőrzése persze végső soron a franchise átvevőknek is érdeke, különösen, ha a márkák, franchise-

rendszerek közötti versenyt is figyelembe vesszük. Ennek figyelembe vételével a franchise-rendszerben alkalmazott árukapcsolást általában egyértelműen jólét növelőnek tekintik és ahol ennek feltételei fennállnak önmagában (per se) törvényesnek lehet tekinteni.

Tartós javak árazása és az utópiacok

A tartós javak vásárlói a termékkel együtt (az utópiacon) jövőbeli szolgáltatást is vásárolnak. A racionális vásárlók ennek megfelelően a termék teljes életciklusa alapján kellene, hogy döntésüket meghozzák. A bizonytalanságot az okozza, hogy míg a tartós javak ára megfigyelhető, a jövőbeli fenntartási és javítási költségeké nem. Ez a bizonytalanság az eladóra és vevőre is jellemző és a jövőbeli költségek alapvetően a vevő használati szokásaitól és gondosságától függnnek.

Ha a tartós jószág készítője egyben utópiaci szolgáltató, akkor az eladónak két ár (a jószág és a szolgáltatás ára) közötti kombinációt kell kialakítania. A profit maximalizálásához figyelembe kell vennie a tartós jószág piacán létező versenyt és az utópiaci szolgáltatás költségei körüli bizonytalanságokat. Az árak kialakításánál végül számolnia kell azzal, hogy a vevők a tartós javak versenyző előállítói között a termék várható élettartamára jutó teljes költség alapján választanak. Amennyiben az eladó nagyobb biztonsággal ítéli meg az utópiaci kiadásokat és költségeket mint a vevő, akkor olyan árvariánst fog választani, ahol a tartós jószágot az átlagköltség alatt értékesíti és a fenntartási és javítási költségeket az átlagköltség felett árazza. Ebben az esetben árukapcsolással fog élni, mert a tartós termék eladásából származó veszteségét csak az utópiaci szolgáltatásokkal tudja ellentételezni. Mivel a kockázatok a vevők és az eladók között itt megoszlanak és az árképzés a vevőt a gondosabb használatra ösztönzi, ez az árukapcsolás növelheti a jólétet és önmagában törvényesnek tekinthető.

Az itt említett elméletek közül az első kettő (piaclezárás, árdiszkrimináció) esetében a jóléti hatásokat nem lehetett egyértelműen előre látni, azok a kereslet rugalmasságától, a piacszerkezettől, a helyettesítési rugalmasságoktól stb. függnnek, összességükben pozitívak és negatívak is lehetnek. A második kettőnél (franchise, tartós javak utópiaca) a pozitív jóléti hatá-

sokat valószínűsíteni lehet. Fontos megállapítani, hogy egyik esetben sem lehet egyértelmű és kizárólagos negatív hatást feltételezni.

Közgazdasági iskolák, viták szerinti áttekintés

Mint annyi más versenyszabályozással összefüggő kérdésben is, a chicagó-i és a harvard-i iskolák nézetei különültek el a közgazdasági vitákban. Az elmúlt évtizedek közgazdasági gondolkodásában jellemzően használt post-chicagó-i vonulatban a korábbi chicagó-i iskola képviselőivel együtt sokan mások is továbbfejlesztették az elméleteket.

Miközben a bírói gyakorlatot – időben változó mértékben – az árukapcsolás és csomagban történő értékesítés negatív hatásainak megállapítása jellemzi, addig a közgazdasági elmélet eléggé megosztott volt a kérdés megítélésében. Abban a kérdésben viszont, hogy lehetséges-e a termékek kombinációjával a piaci erőt az egyik piacról egy kiegészítő termék versenyző piacára átvive a profitot emelni, a chicagó-i iskola határozott nemmel válaszolt. Szerintük az A terméket előállító monopolista már előzetesen monopolárat alakított ki termékéért, ezért ha árukapcsolás (vagy vertikális integráció) útján B versenyző piaci terméket is kínálni kezdi és piaci erejét átvive növeli részesedését a B termék piacán, árát csak a B termék versenypiaci árával növelheti, a piaci erő átvitele addicionális profitot nem eredményez (*egyszeres monopol-profit elmélet - single monopoly profit theorem*). A fogyasztók árukapcsolás nélkül és árukapcsolással is ugyanannyit fizetnének. Sőt, ha a B termék versenyző piacán a monopolistánál hatékonyabban termelő cég tud megjelenni, akkor az árukapcsolás létre sem jönne, mert a csökkenő B árak mellett az A termék iránti kereslet is nőne, így a monopolista haszna is nő. A chicagói elmélet így azt támasztja alá, hogy az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés elsődleges indoka hatékonyságnövelés, nem pedig versenykorlátozás.⁴⁹

Az elmélet megnyerő egyszerűsége sokakat vonzott, de a szigorú feltételrendszer (tökéletesen versenyző piac, statikus piackép) feloldásának szándéka másokat az elmélet továbbfejlesztésére sarkalt. A post-chicagó-i elméletek a versenykorlátozás különböző változatainak lehetőségét vetették fel a feltételezések feloldásával. *Whinston* [1990] vizsgálta azt az esetet, amikor egy cég többet értékesít abból a termékéből (A), amelynek piacán monopolhelyzetben van, mint abból (B), amelyiknél nem. A B termék piacán nincs tökéletes verseny, így az árak

⁴⁹ Motta [2007] pp. 401-402., Bishop – Walker [2010] pp. 283-285.

a rövid távú határkölség felett vannak. Ha a cég elhatározza, hogy csomagban értékesíti a két terméket, mégpedig úgy, hogy a fogyasztóknak a B terméket is meg kell venniük, ha A-t vásárolnak (tiszta összecsomagolás esete - PB), akkor megváltozik a korábbi értékesítési mennyiség, mert most azonos mennyiséget lehet mindkét termékből értékesíteni. Emiatt B termék árát erőteljesen csökkentenie kell, ha a monopolprofitot hozó A termék iránti keresletet fenn akarja tartani. A fogyasztói jólét így növekedhetne, hacsak nem az a szándék vezeti a céget, hogy a nem tökéletesen versenyző piacon működő másik céget szorítson ki és az árat hosszabb távon végül is megemelje. Amennyiben a cég nem a csomagban történő értékesítés mellett, hanem az árukapcsolás mellett dönt (azaz A+B mellett a B terméket is árulja), még mindig érdekelt az agresszív árazásban a B piacon, de már kisebb mértékben, mert egy meg nem valósuló B termék-eladás, nem jelenti automatikusan az A monopolprofit elvesztését.

A post-chicagó-i elméletek (pl. Nalebuff [1999]) a *piaci erő megvédésének lehetőségét* is megvizsgálták. A chicagó-i modellben az A terméket gyártó monopolistának érdeke fűződik a B termék piacán folyó versenyhez. Amennyiben azonban az A termék piacán valamilyen oknál fogva gyengül a cég piaci ereje, tarthat attól, hogy egy B piacon működő cég felhasználhatja B piaci helyzetét az A piacra való belépésre. A monopolista ekkor a csomagban történő értékesítés lehetőségét arra használhatja, hogy piaclezárással próbálkozzon a B piacon. Ez nem vezet magasabb profithoz a B piacon és még az is lehet, hogy a monopolista B terméke nem annyira vonzó a fogyasztóknak, mint a többi termelő versenyző B terméke, valamint az A iránti kereslet is csökkenhet, viszont a versenytárs A piacra való belépésének elodázásával, vagy a versenytárs B piaci kizárásával megoldhatja a piaci erő gyengülésének problémáját.

A csomagban történő értékesítés a *piacra való belépést* is nehezítheti. Egy olyan esetben amikor egy cég az A és a B termék piacán is monopolhelyzetben van és A+B mellett A és B önállóan is megvásárolható (vegyes összecsomagolás esete - MB), egy A piacra belépni kívánó cég hátrányos helyzetben van azoknál a vevőknél, akik mind a két terméket magasan értékelik, mert ezek inkább a csomagot választják. Azoknál lehet esélye, akik A-t magasan, B-t viszont alacsonyán értékelik. Ha a termékek kiegészítő jellegűek, akkor csak kis részét tudja az A piacnak meghódítani. Amennyiben az A piacon a méretgazdaságosság is számít, akkor a belépés valószínűleg reménytelen.

A csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás az *árverseny gyengítéséhez* is hozzájárulhat. Például az A terméket gyártó monopolista részt vesz B termék gyártásában is, amely homogén, a piacon duopólium van és a cégek árversenyt folytatnak. Árukapcsolás esetén a kapcsolt B termék ára megemelkedhet, mert az árukapcsolással az addig homogén B termék megkülönböztethetővé vált. Ezzel csökken a közvetlen verseny a B piacon és a másik termelő is megemelheti az általa gyártott B termék árát, ami újabb áremelést tehet lehetővé a kapcsolt B terméket gyártó cég számára. A fogyasztói jólét ebben az esetben csökken. Ez következik be - csak kisebb mértékben - ha nem árukapcsolásra, hanem vegyes összecsomagolásra kerül sor, ekkor két homogén termék és egy differenciált termék lenne a piacon.

Az elméletek fejlődése és a kialakult bírósági gyakorlat alapján *Elhaug* [2009] úgy véli, hogy az egyszeres profit elmélete ma már valójában halott. Szerinte nem csak a chicagó-i iskola tévedett, hanem a harvard-i iskola egyes képviselői is, akik azt állították, hogy a per se szabályozás enyhítése félrevezető, mert a kapcsolt piac jelentős részének lezárása nélkül nem lehet az árukapcsolás versenykorlátozó jellegéről beszélni. A jelentős piaci erejű cég árukapcsolása növeli a monopol-profitot és hatékonysági előnyök hiányában sérti a fogyasztókat és csökkenti a teljes jólétet. A per se szabály enyhítése ezt a helyzetet jól tükrözi azzal, hogy elegendőnek tekinti a kapcsoló piaci erőfölényt és a hatékonyságnövekedés hiányát és nem követeli meg a kapcsolt piac jelentős részének lezárását. Ugyanakkor a tiszta összecsomagolás, ahol a csomag alkotórészei változatlan arányokban szerepelnek és önállóan nem kaphatók, kivételt kell képezzenek, mert itt a jelentős kapcsolt piaci lezárás nélkül nincs versenykorlátozó hatás. A jelentős kapcsolt piaci lezárás nélküli versenykorlátozó helyzet a csomagban történő értékesítésnél is kialakulhat, amennyiben a csomagolás nélküli árak összege meghaladja a csomag árát. Ha nem haladja meg, akkor csak abban az esetben szabad a magatartást elítélni, ha a jelentős piaclezárás történik. Érveit a következő táblázatban foglalta össze.

6. Táblázat Az egyszeres monopol-profit elmélet halála

Az elmélet feltételezései	A valóságban előforduló gyakori esetek	Profitnövelő hatás
A kapcsolt terméket változtatlan mennyiségben használják	A kapcsolt terméket változó mennyiségben használják	Terméken belüli árdiszkrimináció
Erős pozitív keresleti korreláció	Nincs erős pozitív keresleti korreláció	Termékek közötti árdiszkrimináció
A kapcsoló terméket változtatlan mennyiségben használják	A kapcsoló terméket változó mennyiségben használják	Egyedi fogyasztói többlet elvonása
A kapcsolt piac versenyzői helyzete változatlan	A kapcsolt piac lezárása csökkenti a versenytársak versenyképességét	Nagyobb piaci erő a kapcsolt piacon
A kapcsoló piac versenyzői helyzete változatlan	A kapcsolt piac lezárása védi a piaci erőt a kapcsoló piacon	Piaci erő növekedése a kapcsoló piacon

Forrás.: Elhaugé [2009] 21.o.

Elhaugé felvetésére többen reagáltak. *Seabright* [2009] a válaszát a szövegben szereplő szavak összeszámlálásával kezdte (feltehetően (56), valószínű (7), általában (45), gyakran (21) és szokásosan (22)). A fő kifogása az volt, hogy Elhaugé a megállapításait nem empirikus eredmények, hanem elméleti konstrukciók alapján tette. A vizsgált feltételrendszer gyakorisága vagy kivételessége csak empirikusan eldönthető kérdés. Emiatt a javaslatai is tudományosan megalapozatlanok és versenypolitikailag nem értékelhetőek.

Nalebuff [2009] az árdiszkrimináció és jólét viszonyának kérdését emeli ki válaszában. Elhaugé hangsúlyozza, hogy nem szabad az árdiszkrimináció pozitív teljes jóléti hatását feltételezni. Az árdiszkrimináló monopolista ugyanis a piaci erejének biztosítására jelentős költségeket fordít, de még ha a teljes jólét növekedése meg is valósulna, a versenyszabályozásnak a fogyasztói jólét növekedésére kellene koncentrálnia és az ebben az esetben csökkenne. Nalebuff a teljes jólét növekedésénél úgy véli, hogy annak elsődleges forrása a monopolista rossz hatékonyságának csökkenése. A két jólét közötti választást pedig nem tartja elképzelhetőnek, mert nincs olyan érv, amely ezt megindokolhatná (ezt a nézetet vallja *Fist* [2005] is). Az árdiszkrimináció az árukapcsolásnál gyakran a mérőeszköz szerepét tölti be. Ha egy piaci erővel rendelkező cég közvetlen mérést valósít meg, azt a törvény nem bünteti, ha viszont

árukapcsolással akarja ezt tenni, az *per se* törvényt sért. Szerinte a teljes jóléti hatás és a fogyasztói jólétre gyakorolt hatás a két esetben ugyanaz és ezért nem érthető, hogy a jog miért különbözteti meg őket.

A felvetésekre adott válaszában *Elhauge* [2010] azt emelte ki, hogy a kritikusak abban a kérdésben egyetértettek, hogy a piaci erő mellett megvalósuló árukapcsolás akkor is csökkentheti a teljes és a fogyasztói jólétet, ha nem jár együtt piaclezárással. Ez pedig pontosan elég ahhoz, hogy ne csak az egyetlen monopol-profit elméletet utasítsuk el, hanem azt is, hogy *per se* jogszerűnek tekintsük akár az összes árukapcsolást, vagy az árukapcsolásokat jelentős piaclezárás nélkül. Van azonban egy kivétel, amikor az árukapcsolás nem jár jelentős piaclezárással és a csomagban lévő termékek változatlan arányban szerepelnek és önállóan nem kaphatók, akkor az árukapcsolás még piaci erő esetén sem sérti a teljes vagy a fogyasztói jólétet. Bár a hajdani egyetlen monopol-profit elmélet elhunyt, - mondja *Elhauge* - erre az esetre egy bébi egyetlen monopol-profit elmélet mégis alkalmazható és természetesen ez az eset *per se* törvényesnek számít.

A közgazdasági elméletek, a piaci magatartások értelmezésével közvetve vagy közvetlenül hozzájárulhatnak a versenyszabályozás *jogalkalmazási* folyamatához. Természetes törekvés, hogy a szerteágazó esetekből viszonylag könnyen kiszűrhetőek legyenek akár a biztosan jogsértő, akár a biztosan jogszerű esetek. Ehhez különböző tesztek, vizsgálati lépéssorozatokat alakítanak ki. *Bishop – Walker* [2010] például egy szokásos, háromszintű tesztet ismerteti annak eldöntésére, hogy a csomagban történő értékesítésnek vagy az árukapcsolásnak lehet-e egyáltalán versenykorlátozó hatása. Először is a szóban forgó cégnek jelentős piaci erővel kell rendelkeznie. Másodsor a csomagban szereplő termékeknek egymást kiegészítőnek kell lenniük. Harmadszor a vizsgált cégeknek eltérő terméksorral kell rendelkezniük (a domináns cégnek hosszabbal), mert egyébként csak csomagok egymás közti versenyéről lehetne beszélni. Ezen feltételek teljesülése esetén szükség van az erre az esetre alkalmazható olyan elméletre, amely a jövőbeli verseny csökkenését megmagyarázza, továbbá empirikus adatokra, amelyek alapján valószínűsíteni lehet a versenykorlátozást. Végül vizsgálni kell, hogy van-e más, nem a versenykorlátozást célul tűző magyarázata a csomagban történő értékesítésnek vagy árukapcsolásnak.

Tirole [2005] az árukapcsolást elemezve más megoldást javasolt. Úgy érvel, hogy az árukapcsolásnál a kapcsolt piaci versenyhatás az alig érzékelhetőtől a versenytárs kizárásáig terjedhet. Ez igen sok tényezőtől függ, a kapcsolt termék határköltségétől, a versenytárs termék-differenciálási készségétől, többoldalú piacokon a differenciálás képességétől a kapcsolás nélküli piaci oldalon, technológiai jellemzőktől, kizárólagossági megállapodásoktól stb. Az árukapcsolást részben ezért, részben pedig azért is csak mérlegelés után szabad megítélni, mert a piaci erővel rendelkező cégek ugyan élhetnek az árukapcsolás lehetőségével, mert monopolizálni akarnak egy piaci szegmenst, de azért is használhatják - mint azt a piaci erővel nem rendelkező cégek is teszik -, hogy hatékonyságukat javítsák. Az árukapcsolást emiatt nem szabadna önállóan büntethető versenyjogi kategóriának kezelni, a többi üzleti stratégiához hasonlóan csak egyike azoknak, amelyek a versenytársnak kárt okozhatnak. *Tirole* ezért azt javasolja, hogy az árukapcsolást a kizorításra vonatkozó általánosabb tesztek alapján ítéljék meg.

A *Tirole*-féle javaslatot többen vitatták. *Carlton és Waldman* [2005] úgy látta, hogy *Tirole* szélesebbre nyitná a versenyszabályozás beavatkozási mezejét, mint kellene. Az elmélet jóléti elemzése azt mutatják, hogy az árukapcsolási esetek nagy részében vagy nincs egyértelműen kimutatható jóléti hatás, vagy ha van, az inkább pozitív, ezért a versenyhatóságoknak ezekben az esetekben vissza kellene utasítaniuk a beavatkozást. Beavatkozni csak ott szabad, ahol a versenykorlátozás veszélye egyértelműen kimutatható, de ekkor is alaposan kell mérlegelni a vélhető hatékonysági érvek és a vélhető versenykorlátozások között.

Nalebuff [2005a] teljesen elutasítja *Tirole* javaslatát az árukapcsolás kizorító teszt szerinti kezeléséről. Egyrészt a kizorító árázással szemben az árukapcsolás lehetőséget teremt a költségmentes kizorításra, pedig a kizorító árázás megítélésében éppen az a döntő elem, hogy a cég vissza tudja-e nyerni a feláldozott profitját. Ha a kizárás költség alatti árázás nélkül is megoldható, akkor ez sokkal veszélyesebb versenykorlátozásnak minősül. Másodszor az árukapcsolásnál a monopolhelyzetet az egyik piacról a másikra viszi át a cég és olyan versenytársat zár ki, amely hasonló hatékonyságú. Ezt a műveletet ráadásul több piacon is megismételheti, tehát ezért is a versenykorlátozás különösen veszélyes esetének számíthat.

Tirole írásában a mérlegelés mellett érvelt. Nabeluff a per se tiltás mellett száll síkra, sőt kiterjesztené azt arra az esetre is, ha a domináns cég árazáson keresztül kapcsolná az árut. Versenykorlátozásnak kell minősíteni, ha egy kapcsolt piac nagy része lezárásra kerül és a cégnek tudatában kellett lennie, hogy ezt az árazásával érte el. A monopolista ésszerűtlen árukapcsolását per se tiltani kell. Ha egy monopolista árukapcsolása egy hasonlóan hatékonyan működő cég kiesését jelentené és így az addigi versenypiac egy jelentős része lezáródna, az a monopolerő veszélyes további terjedését vetítené előre.

Közgazdasági modellek piacszerkezetek szerinti csoportosításban⁵⁰

Az eddigiekből is látszik, hogy a csomagban történő értékesítéssel és árukapcsolással foglalkozó közgazdasági irodalom meglehetősen szerteágazó és nehezen rendszerezhető. Az alábbiakban Kobayashi [2005] cikkében adott rendszerezés mentén ismertetjük az irodalom további részeit. A rendszerezés fő szempontja a piaci struktúrák elkülönítése volt. Az irodalomban többnyire két termékes és két céges helyzeteket elemeznek. Az egyik cég általában monopólium, esetleg duopóliumok vannak a piacon, erőteljesebb verseny melletti helyzetek ritkán kerültek vizsgálatra. Kobayashi az általa vizsgált irodalmat a következőképp csoportosította:

7. Táblázat A verseny intenzitása szerinti csoportosítás

	Monopólium A termék piacán	Korlátozott verseny A termék piacán	Verseny A termék piacán
Monopólium B termék piacán	Cournot (1938) Stigler (1963) Adams és Yellen (1976) Schmalensee (1984) Salinger (1995) MacAfee et al. (1989) Bakos és Brynjolfsson (1999)	Nalebuff (2004) Whinston (1990)	Schmalensee (1982) Greenlee et al. (2004) Nalebuff (2004)
Korlátozott verseny B termék piacán		Economides (1993) Matues és Regibeau (1992) Carlton és Waldman (2002) Choi és Stefanadis (2001, 2003) Nalebuff (2000)	Chen (1997)
Verseny B termék piacán			Evans és Salinger (2005)

Forrás: Kobayashi [2005] 713.o. alapján. Az A termék a kapcsoló, a B termék a kapcsoló termék jelöli.

⁵⁰ Ebben a részben Kobayashi [2005] cikkének felépítését követve támaszkodtunk Motta [2007] 6. és 7. fejezetére is.

Minden termék piacán monopólium van

A többtermékes monopolista viselkedésénél a csomagban történő értékesítés vizsgálata sok esetben Stigler kezdeti elemzéseire nyúlik vissza. *Stigler* [1963] a mozifilmek csomagban történő értékesítését vizsgálva kifejtette, hogy a monopolerő átvitele nem magyarázza meg a csomagok létét, nagyobb profit lenne elérhető a filmek egyedi árazásával. A magyarázat inkább abban rejlik, hogy a csomagot az árdiszkrimináció egy újabb formájaként lehet használni. A filmek csomagban történő értékesítése a fogyasztók egyedi rezervációs árainak változatait csökkenti és a fogyasztói többlet nagyobb részének elvonását teszi lehetővé. *Kenney és Klein* [1983] később részletesen megvizsgálták a Stigler által ismertetett esetet és a filmsomagok értékesítésénél használt versenytárgyalások eredményeit. Az empirikus eredmények azt mutatták, hogy a csomagokkal inkább egy szabványosított terméket kívántak kialakítani, aminek elsődleges haszna az információs, keresési költségek csökkentésében rejlik.

Rennhoff és Serfes [2009] tanulmánya a tartalomszolgáltatók és a kábeltársaságok viszonyát vizsgálva azt találta, hogy a csomagok szétválasztására irányuló szabályozói beavatkozás (a fogyasztók „étlapról” választhassanak) a fogyasztói többletet növeli akkor is ha a megelőző állapotban tiszta csomagban történő értékesítés zajlott és akkor is ha vegyes csomagban történő értékesítés zajlott, de az utóbbi esetben csak akkor, ha erős a többes vásárlás esélye.

Adams és Yellen [1976] a stigler-i elemzést a költségekre és a statikus jóléti eredményekre is kiterjesztették. Stigler-rel szemben a csomagban történő értékesítés tiszta és vegyes változatát is figyelembe vették. A fogyasztók rezervációs árainak negatív korrelációjából kiinduló elemzésük kimutatta, hogy a csomagban történő értékesítés alul- és túlkínálathoz is vezethet. Az utóbbira akkor kerül sor, ha a fogyasztók valamelyik, a csomagban szereplő terméket, a határköltségénél alacsonyabbra értékelik. Ezen allokatív hatékonysági probléma ellenére a csomagban történő értékesítés pozitív jóléti hatása kimutatható volt. A vizsgálatot a csomagban történő értékesítés vegyes változatára kiterjesztve azt látták, hogy az a tiszta változathoz képest is növelte a jólétet. A jólét természetesen a költségek és a vásárlók rezervációs ármegeoszlása változásának függvényében nőhet és csökkenhet.

Többen vizsgálták azt a lehetőséget is, amikor a termékek vásárlói értékelései pozitívan korrelálnak, hiszen sok esetben a csomag egy magasan értékelt termék mellett egy másik, hasonlóan értékelt terméket tartalmaz. *McAfee, MacMillan és Whinston* [1989] által készített, modellben a csomagban történő értékesítés vegyes esetét vizsgálták és lehetővé tették, hogy az optimális csomag ára meghaladja az elemek árának együttesét. A csomagban történő értékesítésre ebben az esetben csak akkor kerülhet sor, ha az eladónak sikerül megakadályozni, hogy a vásárlók a termékeket egyenként beszerezve, maguk alkossanak „csomagot”. *Schmalensee* [1984] a nem-negatív korreláció és a rezervációs árak normál eloszlása mellett kimutatta, hogy a csomagban történő értékesítés tiszta esete lehet az eladó számára az optimális megoldás. *Salinger* [1995] egyenletes eloszlás mellett a modelljében költség megtakarításokat is lehetővé tett, oly módon, hogy a csomag költsége az alkotóelemei összköltségénél alacsonyabb legyen. Bemutatja, hogy a rezervációs árak negatív korrelációja esetén a csomagban történő értékesítésre akkor a legnagyobb az eladó hajlandósága, ha az összetevők költsége alacsony. Amint a rezervációs árak korrelációja nő, a csomagban történő értékesítés esélyei csökkennek. Pozitív korreláció esetén a csomagban történő értékesítés költségcsökkentő hatásai nagyobbak és a jóléti hatás is pozitív.

Az elemzések egy részében kettőnél több termékre is vizsgálták a csomagban történő értékesítés hatásait. *Bakos és Brynjolfsson* [2000] informatikai termékek esetében kimutatta, hogy a csomagban szereplő termékek számával nő a fogyasztók sokszínűségének csökkentéséből származó előny. Nem korreláló keresletek és zéró határköltség mellett a többtermékes monopolista azon képessége, hogy a teljes fogyasztói többletet elvonja, a csomagban szereplő termékek számával nő. A nagyszámú termék szerepeltetésének ez a hatása a rezervációs árak pozitív korrelációja mellett is megmarad.

Kolay és Schaffer [2003] a csomagban történő értékesítés azon felhasználását vizsgálta, amely két megkülönböztethető viselkedésű fogyasztó önbesorolását teszi lehetővé. A csomagban történő értékesítést összehasonlították a kétrészes árat kínáló menük használatával és úgy találták, hogy a csomagban történő értékesítés nagyobb nyereséget hoz az eladónak, mert olyan csomagot tud kínálni, amelynél a nagyobb kereslettel rendelkező fogyasztótól nagyobb többletet tud elvonni. A teljes jóléti hatások azonban a profit növekedésével nehezebben jelezhetők előre. *Fang és Norman* [2003] azt az esetet nézték, amikor nem ismert a kizárható

közjavak egyéni értékelése. Ebben az esetben a csomagban történő értékesítés az optimális megoldások között szerepelt és éppen a kizárás használatának szükségességét csökkentette. *Choi* [2003] a monopolista eladó azon esetét elemezte, amikor az eladó egy bevett terméket egy ismeretlen minőségű termékkel csomagolt össze. Ebben az esetben az eladó megoldhatja azt a problémát, amely az információs aszimmetria miatt keletkezett, jelzést küld a piacnak az ismeretlen termék várható minőségéről. Az informálódás költségének csökkentésével a hatékonyság és a jólét is növekedhet.

Az egyik terméknel monopolhelyzet, a másikonál versenyző piac van

A monopolista piacon lévő stratégiai előny kihasználására, a monopolerő másik piacra történő átvitelére alapozó irodalommal vitatkozva *Schmalensee* [1982] kimutatta, hogy csomagban történő értékesítés (jelen esetben a monopolista cég egy versenyző piacon lévő termékkel akarja egybe csomagolni monopol termékét) melletti döntésnek csak bizonyos feltételek esetén van létjogosultsága. A csomagban történő értékesítés csak akkor válik nyereségesé, ha a fogyasztók viszonylag nagy csoportjára jellemző, hogy magas a rezervációs ára a versenyző termék piacán és alacsony a rezervációs ára a monopol termék piacán, vagyis a rezervációs árak ebben a csoportban negatívan korrelálnak. A nettó többlet növekedése vagy csökkenése a rezervációs árak tényleges eloszlásától függ. A monopolistának ebben az esetben mindegy, hogy a versenyző piaci terméket maga állítja elő, vagy a piacon szerzi be, ezért a stratégiai előny kihasználásának feltételezése nem állja meg a helyét.

Az elemzések egy másik vonulata homogén (vagy reprezentatív) fogyasztót tételez fel, ekkor az árdiskrimináció lehetőségével nem kell (nem lehet) számolni. A csak a versenyző piacon termelőket a csomagban történő értékesítő monopolista kizárhatja a piacról. Ehhez nem szükséges, hogy költség alatt árazzon, vagy profitja egy részét feláldozza. *Nalebuff* [2005b] ezeknél az eseteknél a statikus fogyasztói és a teljes jólét növekedését is elképzelhetőnek tartja. A csomagban történő értékesítésnél a monopolista kétrészes árat vezethet be, amely a monopólium holtteher veszteségét csökkentheti. A versenyző termék piacának megzavarását *Nalebuff* szerint ellensúlyozza az itt bevezetett kétrészes ár alkalmazása.

A monopolista ezekben az esetekben a monopol termékének árait úgy alakítja, hogy a fogyasztónak a termékek elkülönült megvásárlása ne álljon érdekében. *Greenlee és társai* [2004] ezért a csomagban szereplő termékek elkülönült árainak vizsgálatát, mint a jólét-változás mérésének eszközét hangsúlyozzák. Az általuk javasolt teszt kiszűrné a fogyasztói jólét csökkenésének eseteit, beleértve a csomagban történő értékesítés tiszta eseteit is, de egyes esetekben a teljes jólét növekedése is áldozatul eshet a tesztnek.

Az egyik termékénél monopolhelyzet, a másiknál korlátozottan versenyző piac van

Ezt a helyzetet vizsgáló modellek elsősorban a piacra való belépés megakadályozásával foglalkoznak és így a piaclezárási érvet vitató modellek ellenpárjainak számítanak. A modellekben a csomagban történő értékesítés tiszta esetét vizsgálják, többnyire erős korlátozó feltételezésekkel, például a belépő cégek számát illetően. A jóléti hatások is nehezen számbavehetők, valószínűleg pozitívak. *Whinston* [1990] modelljében azt mutatta ki, hogy csak abban az esetben érdemes a monopolistának a csomagban történő értékesítés mellett dönteni, ha erre való eltökéltségét a csomag kialakítása előtt meggyőzően bizonyítani tudja. Ennek hiányában a csomag nem hozott többletprofitot számára.

Nalebuff [2004] a csomagban történő értékesítés melletti előzetes elköteleződés nélkül elemzi az eseteket. Nála a csomagban történő értékesítés tiszta esete akkor hatékony elrettentő stratégia, ha olyan egyetlen belépővel számolunk, amely csak az egyik termék piacára tud belépni. Ebben a modellben nem szerepel termelési költség, csak a belépés egyszeri költségével számol. A csomagban történő értékesítés a modellben optimális stratégia lehet, nincs szükség előzetes elköteleződésre. A modellben a csomag árát a monopolista nem tudja változtatni, ezért a belépés sok esetben jólét csökkentő hatású, mert a monopolárhoz a belépés költsége is hozzáadódik. *Brennan* [2005] ezeket az eseteket vizsgálva viszont úgy látja, hogy a csomag képzése nélküli belépés esetének egyensúlyához viszonyítva minden más egyensúlyi helyzet is jólét növelő lehet, beleértve a csomagban történő értékesítés belépést elrettentő változatát is.

A modellek a jóléti hatásokat nem tudták egyértelműen kimutatni. Arra viszont rávilágítottak, hogy a csomagban történő értékesítésen kívül, több olyan belépéstől elrettentő stratégia

is létezik, amelyek versenypolitikailag kevésbé aggályosak, mint például a hosszú távú szerződések, vagy mennyiségi árengedmények. Mindez a csomagban történő értékesítés eseteinek az eddigieknél alaposabb vizsgálatának szükségességére utal.

Az egyik termékénél duopólium, a másikonál versenyző piac van

Ezt a helyzetet kevesen elemezték. *Chen* [1997] azzal a feltételezéssel élt, hogy csomagban történő értékesítés hiányában a cégek a duopol piacon Bertrand versenyt folytatnak és így mindkét piacon a termékeket határkölségen árazzák. A piacon egyensúly alakulhat ki, ha az egyik cég csomagban értékesít, míg a másik csak a duopol piac termékét értékesíti. A csomagban történő értékesítés esetében a jólét egyértelműen csökken, hiszen csomag nélkül határkölségen áraztak.

Mindkét termékénél korlátozottan versenyző piac van

A modellek mindkét piacon duopóliumot feltételeznek. A termékek egymás tökéletes kiegészítői, azaz egyiket sem vásárolják a másik nélkül. *Economides* [1993] modelljében mindkét terméket mindkét cég gyártja, négyféle kombinációban lehet hozzájutni a kompozit termékhez. A modell szerint a vegyes összecsomagolás jobb stratégiának számít a csomagolás nélküli helyzethez képest. Azonban, ha a kompozit javak nem közeli helyettesítői egymásnak, akkor a csomagban történő értékesítés a fogolydilemmához vezet, mert mindkét cég profitja alacsonyabb lesz, mint a csomagolás nélküli esetben. Ezzel szemben *Anderson és Leruth* [1993] azt mutatta ki, hogy a duopóliumok közötti versenyben az egyes termékek közötti verseny lesz a legjobb megoldás.

Az ellentmondást *Kopalee és társai* [1999] a kereslet különböző változatainak elemzésével oldották fel. *Nabeluff* [2000] a fogolydilemmát úgy szüntette meg, hogy a két terméket több termékre cserélte. *Matutes és Regibeau* [1992] modellje az összecsomagolás vegyes változatában a cégek azon döntését elemezte, hogy érdemes-e a másik céggel kompatibilis termékeket gyártani. Eredményeik szerint erős ösztönzők működnek a kompatibilis termékek gyártására. Ha a fogyasztók rezervációs árait is figyelembe vesszük, akkor nem túl eltérő,

mérsékelt rezervációs árak esetén az egyik cég vegyes összecsomagolási választása és a másik cég egyedi termékek gyártása melletti választása adja az egyensúlyi helyzetet. A rezervációs árak nagy eltérései esetén az egyedi termékértékesítés mellett alakul ki az egyensúly.

Choi és Stefanadis [2001] modelljében a belépő sikeressége az innovációs készség, a kutatás-fejlesztési ráfordítások nagyságának a függvénye. Ha a piacon bentlévő az összecsomagolás tiszta esetét választja, akkor a csak az egyik piacra történő belépés értelmetlen lesz. A csomagban történő értékesítés arra is szolgál, hogy a belépni szándékozók a kutatás-fejlesztési beruházásoktól eltántorítsa. *Carlton és Waldman* [2002] az összecsomagolás tiszta esetét a belépés időbeli ütemezésének megzavarására tartja alkalmazhatónak. A modellben először az egyik, majd a másik piacra lépne be az új cég. A modell bemutatja, hogy míg a második piacra történő belépést az összecsomagolás tiszta esete megelőzheti, de amennyiben az első piacon bent marad a belépő, a csomagolás megszüntetése a megfelelő stratégia.

Mindkét termékénél versenyző piac van

Ezt a piaci szerkezetet kevesen vizsgálták. *Craswell* [1982] az árukapcsolást a termékek minőség-megőrzése szempontjából elemezte. *Evans és Salinger* [2004] az összecsomagolás esélyeit az átlagköltségen történő árazás esetén vizsgálta. A szerzők megpróbálták elszakadni az árdiszkriminációra és a stratégiai megfontolásokra koncentráló irodalomtól és az összecsomagolás és árukapcsolás költség alapú indokait keresték. Modelljükben a verseny a szabad belépésben nyilvánult meg. A modell megmutatta, hogy az állandó költségek és az egységköltségek csökkentésének lehetősége mikor vált ki csomagban történő értékesítést vagy árukapcsolást. Magas állandó költségek, vagy mérsékelt állandó költségek és korlátozott kereslet az összecsomagolás tiszta esetének választása mellett egyensúlyt eredményezhet. A modellben, ha egy termék önálló előállításakor az állandó költségek több mint háromszorosát tették ki az összes változó költségnek, akkor az összecsomagolás tiszta esete hosszú távon fenntarthatónak bizonyult. A gyógyszerpiacot vizsgálva *Evans és Salinger* [2008] azt is kimutatta, hogy a keresleti jellemzők helyett gyakran a költségtényezők vizsgálata adja meg a választ a csomagban történő értékesítés valódi indokaira.

Empirikus tanulmányok az árukapcsolásról

Az empirikus tanulmányok egy része szabályozási szempontból közelít a csomagban történő értékesítés és árukapcsolás kérdéséhez. Az állami szabályozás következtében kialakult árukapcsolást vizsgálta *Haas-Wilson* [1987] a kontakt-lencse piacon. Az állami előírások a lencse árusítását orvosi szemvizsgálathoz kötötték. Az elemzés kimutatta, hogy miközben a szolgáltatás-minőség nem javult, az árak 8 százalékkal emelkedtek, ezzel a piaclezárás elméletének igazolását lehetett vélelmezni. A vizsgálatok egy másik köre éppen az ellenkező irányból, a csomagok szétválasztásának oldaláról elemezte a piacokat. A távközlési piacokon egyes szolgáltatásokra előírt kötelező elemekre bontás kérdéseit vizsgálta *Hausman és Sidak* [2005] tanulmánya. Úgy találták, hogy a szabályozási célok (alacsonyabb árak a kiskereskedelmi piacokon, újabb szolgáltatók belépése, verseny a nagykereskedelmi piacokon) elérését az empirikus eredmények nem támasztják alá.

A piaclezárás elméletét támasztották alá *Slade*-nek [1998a] a brit sörpiacról és a kanadai újsághirdetési piacról (*Slade* [1998b]) szóló empirikus tanulmányai. A vendéglátásba működő franchise rendszer 100 vállalatát vizsgálva *Michael* [2000] arra az eredményre jutott, hogy a piaclezárás elméletét az empirikus eredmények nem támasztják alá, viszont a hatékonysági/minőségbiztosítási hipotéziseket az eredmények némileg alátámasztották.

A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és a hatásokat állapítottak meg. Az elméleti vitákhoz és a jogérvényesítés gyakorlatához hasonlóan kialakult vegyes kép azt támasztja alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a viták eldöntéséhez.

*Nézetek a jogesetek tükrében*⁵¹

A fontosabb jogeseteket abból a szempontból próbáljuk elemezni, hogy milyen közgazdasági érvelést használtak az eldöntésükhöz. Az esetek áttekintése mellett rövid összefoglalóját adjuk a csomagban történő értékesítés és az árukapcsolás megítélésében az Egyesült Államokban és az Európai Unióban legutóbb kialakult jogi álláspontoknak.

*Egyesült Államok*⁵²

Az Egyesült Államokban kezdetben a Sherman törvény (1890) szerint ítélték meg az árukapcsolás eseteit. Az első olyan ügy, amely elérte a Legfelsőbb Bíróságot, a *Henry v. A.B.Dick-ügy* volt. A Dick cég által szabadalmaztatott másológéphez a cég tintáját kellett használni. Henry-t megvádolták, hogy a szabadalmat megsértve a másológéphez alkalmas saját tintát kezdett értékesíteni. Úgy védekezett, hogy az árukapcsolás sérti a Sherman törvényt, de a bíróság – igaz, csak 4-3 arányban, ami az akkoriban ritka megosztottságot jelezte - A.B.Dicknek adott igazat. Részben ennek az ügynek a hatására a Clayton törvénybe (1914) beépítették az árukapcsolás tilalmát. Ezt követően az ügyek elbírálása teljes fordulatot vett, az első ilyen ügyben (1917) kimondták, hogy jogszerűtlen szabadalmaztatott termékhez nem szabadalmaztatott terméket kapcsolni.

A Clayton törvény alapján született első ügyek megítélése a monopolerő átvitelének elmélete szerint történt. Az ítélethez elegendő volt, hogy szabadalmaztatott termékhez kötött az árukapcsolás, nem vizsgálták sem a kapcsoló sem a kapcsolt piacon elért piaci részesedéseket. Az *International Salt* ügyben (1947) például a kapcsolt termék piaci részesedése nem haladta meg a négy százalékot, az ítélet mégis a tiltás volt. Az ítélkezési gyakorlat további finomodását jelentette, amikor a Legfelsőbb Bíróság megfogalmazta a jogszerűtlenség Sherman törvény és Clayton törvény szerinti eltérő értékelését (1953, *Times – Picayune Publishing-ügy*).

⁵¹ Ebbena részben csak az Egyesült Államok és az Európai Unió jogeseteivel foglalkozunk. A hazai eseteket elemzi és a kérdéskör jó összefoglalását adja versenyjogi szempontból *Dudra – Váczi* [2006].

⁵² Lásd *Blair – Kaserman* [2009] pp. 407-417, *Elhaug – Geradin* [2007] pp. 498-635, *Fox – Sullivan* [1989] pp. 644 – 697, *Hylton* [2003] 11. fejezet és *Vickers* [2009].

A bíróság úgy találta, hogy a Sherman törvény szerint elfogadhatatlan az árukapcsolás, ha a kapcsoló terméknek elegendő (sufficient) piaci erő mutatkozik és a kapcsolt piac nem jelentéktelen (not insubstantial) részét érinti. A Clayton törvény alapján csak egyik feltételnek kellett teljesülnie. Az ügyeket ezt követően inkább a Sherman törvény alapján kezdték megítélni.

A *Northern Pacific* (1958) ügyben tovább gyengítették a piaci erő figyelembe vételéhez szükséges mértéket. A bíróság nem kívánta meg annak önálló elemzését, hogy az eladónak jelentős piaci ereje van-e, csak annyit mondott ki, hogy a monopóliumnál kisebb piaci erő is elegendő. Ezzel a bíróság egy lépéssel közelebb került a per se tiltás kiterjesztéséhez. A piaci erő empirikus kimutatásának szükségessége a *Loew's-ügyben* (1962 – Stigler [1963] írása is ehhez kapcsolódik) tovább gyengült, a piaci erőt a Legfelsőbb Bíróság előtt a kapcsoló termék fogyasztók számára kívánatos volta, vagy egyedi tulajdonságai is bizonyították.

A *Fortner-ügy* 17 évig tartó ítélkezési folyamatában (1960-1977) az első ítélet úgy fogalmazott, hogy az eladó pusztán képessége arra, hogy árukapcsolást hozzon létre bizonyítja piaci erejét és ezért az árukapcsolás jogszerűtlen. A versenyjogászok meghökkenése elég általános volt - az elégedetlen fogyasztók miatt tömeges perekre lehetett számítani. A Legfelsőbb Bíróság döntése végül nem ismerte el az ügyben a piaci erő meglétét, ezáltal valamelyest visszavett a piaci erő könnyű elismertethetőségéből. Ebbe az irányba mutató újabb lépés a *Jefferson Parish Hospital-ügye* volt (1984), ahol az alsóbb fokú bíróság a földrajzi piac értelmezése után nem tartotta megalapozottnak az erőfölény megállapítását. A fellebbviteli bíróság ezt a döntést megváltoztatta, végül a Legfelsőbb Bíróság (9:0 arányban) az elsőfokú bíróság álláspontját fogadta el. A per se szabályokat változatlanul hagyták de négylépéses tesztet vezettek be a törvénytelen magatartás kiszűrésére (ezt később sokan módosított per se szabálynak nevezték). Eszerint a (1) kapcsoló és a kapcsolt termékeknek különállóknak kell lenniük, (2) a kapcsoló termék piacán az árukapcsolásban részt vevőnek piaci ereje kell hogy legyen, (3) az árukapcsolást végző cég a fogyasztókat kényszeríti a kapcsolt termék megvételére, (4) az árukapcsolás jelentős nagyságú piacot zár le. A kisebbségi véleményben azonban már az is megfogalmazódott, hogy a per se szabályok helyett a mérlegelés szabályait kellene alkalmazni az árukapcsolási ügyekben. Érvelésükben döntő súllyal szerepelt, hogy az ügy eldöntésének elemzési költségei ma már azonosak egy rule of reason alapú döntéssel, anélkül, hogy annak

előnyei érvényesülhetnének. Le kell venni a per se cédulát az esetekről – mondták - és vizsgálni kellene az egymással ellentétes gazdasági hatásokat.

A Jefferson Parish Hospital ügyében hozott döntés után sokan az addigi joggyakorlat megváltozását, az ügytípusban a mérlegelés szabályának bevezetését várták. Ezért is volt meglepő a *Kodak-ügyben* (1995) hozott végső ítélet. A Kodak berendezésekhez készített pótalkatrészek és a berendezések szervizelése egy ideig részben a Kodak saját műhelyeiben, részben független műhelyekben történt. A Kodak egy idő után nem értékesített pótalkatrészeket a független műhelyek számára. A kezdődő perben a Kodak úgy érvelt, hogy a termék és szolgáltatás összefüggő rendszert alkot (system theory), míg a felperesek az „installált bázis” (installed base) elvét hangsúlyozták. Az utóbbi szerint, a berendezésgyártó jelentős piaci erővel rendelkezik a berendezések versenyző piacának utópiacán amiatt, hogy a termékét megvásárlók csak jelentős váltási költséggel léphetnének át más termék piacára, ezáltal a berendezésgyártó ezen váltási költsége mértékéig meg tudja emelni az utópiaci árakat.

Az első fokon eljáró bíró a rendszer-elméletet fogadta el, a fellebbviteli bíróság visszautalta az ügyet első fokra, az újabb fellebbezés a Legfelsőbb Bíróságra került, amely úgy ítélte meg, hogy a két versengő elmélet közötti választáshoz nem elegendő a logikai okfejtés, a Kodak magatartásának jobb megértéséhez további vizsgálatokra van szükség. Ezek lezárultával a Kodak-ot elmarasztalták, alapvetően az installált bázis elmélet támasztva alá. Az ügy jelentős vitát váltott ki és az ítélkező bíróságok dolgát is megzavarta, mert a franchise ügyek több ponton való hasonlósága miatt eljárások indultak. A későbbiekben a bíróságok kezdték úgy interpretálni az ügyet, hogy az elmarasztaló ítéletet az üzleti magatartás megváltoztatása indokolta, ha a Kodak kezdettől fogva az árukapcsolással építi ki üzletét, nem lehet elmarasztalni, mert a kapcsoló termék piacán (berendezések) verseny volt.

A *Microsoft* sok lépcsős perében (2001-2004) hozott ítéletek a monopolizáció vádja mellett az árukapcsolást is minősítették. A kiinduló ítélet a cég feldarabolása volt. A fellebbviteli bíróság megállapította, hogy a cég a böngésző piacon azért igyekezett részesedését növelni, hogy az operációs rendszere piacán monopolhelyzetét megőrizze. A körzeti bíróság szerint per se jogtalan árukapcsolás történt, a fellebbviteli szerint mérlegelés tárgyává kellett volna tenni az árukapcsolást, mert a per se szabály értékes innovációt akadályozhat meg. A progra-

mozási környezetet biztosító szoftverek piacán gyakori az árukapcsolás és ennek sokszor hatékonysági okai vannak, ezt a körzeti bíróság nem vizsgálta, ezért a fellebbviteli bíróság pontosabb elemzésre visszaadta az ügyet. Az ügy lezárásaként a Microsoft különböző kötelezettségeket vállalt, amelyek egy része az árukapcsolás következményeinek enyhítését szolgálta.

Végül megemlíthetjük a *LePage-ügyet* (2003), ahol a fellebbviteli bíróság – megerősítve az elsőfokú bíróság állásfoglalását - a kizárásra törekvés részeként minősítette a csomagban történő értékesítés adott formáját, amely más, azonos célt szolgáló lépésekkel a Sherman törvény monopolizálást tiltó rendelkezését sérti. A perben számunkra talán a legfontosabb momentum az volt, hogy a „bíróság barátjaként” fellépő Egyesült Államok amellet érvelt, hogy az ügy jellege és különösen a közgazdasági elemzések jelenlegi állása miatt célszerű lenne az ügyet az eddigi esetjog alapján lezárni és új tesztek kidolgozását – amit a per során többen ajánlottak – későbbre, egy jobban kezelhető, jobban alátámasztott esetre hagyni.⁵³

A LePage ügyben történő halasztást a versenyjog modernizációjára összehívott bizottság (*Antitrust Modernization Commission* [2007]) próbálta pótolni. Megállapították, hogy - amint az a LePage ügyben is kiderült - , a csomagban történő értékesítésről kialakított világos elvek hiánya a versenybarát, vagy a versenyre semleges ható magatartást is korlátozza, ezért a fogyasztói jólétet csökkenti. Megoldásként egy „biztos menedék” kialakítását javasolták azoknak az ügyeknek a kezelésére, ahol a több termékre vonatkozó árendedmények a fogyasztókat kedvezően érintik. Ennek eldöntéséhez három részes tesztet ajánlottak. A Sherman törvény 2. szakasza megsértésének bizonyításához a felperesnek igazolnia kellene, hogy (1) ha a csomag egészét érintő kedvezményeket a versenyző termékre szétosztják, akkor az alperes a versenyző terméket határköltése alatt értékesíti, (2) az alperes ezt a rövid távú veszteséget vissza tudja nyerni, (3) a csomagban történő értékesítésnek kedvezőtlen hatása volt vagy lesz a versenyre.

A bizottság jelentését követően az Igazságügyi Minisztérium is jelentést tett közzé a Sherman törvény 2. szakasza alá tartozó magatartásokról. A minisztérium egyetértett azzal,

⁵³ Brief for the United States as Amicus Curiae. 3M Company FKA Minnesota Mining and Manufacturing Company, Petitioner v. LePage's Incorporated, et al. No. 02-1865 In the Supreme Court of the United States,

hogy az árukapcsolás per se büntethetőségét meg kell szüntetni. Az árukapcsolás akkor törvénytelen, ha nincs pozitív versenyhatása vagy, ha van is ilyen az általa okozott versenyhátrányok aránytalanul nagyobbak az elért haszonnál. A több termékre vonatkozó árengedményeknél az előbbihez hasonló szempontok szerint kell megítélni a biztos menedéken kívüli ügyeket is. A minisztérium úgy vélte, hogy bizonyos esetekben, például az egytermékes hűségkedvezményeknél lehet előnye a kizorító árazás szerinti vizsgálatnak. Azt is elfogadhatónak tartották, hogy ahol a piaclezárás szerinti vizsgálat folyik, ott a felperesnek kell bizonyítania, hogy a kedvezmények a piac jelentős részét lezárják és így ártanak a versenynek (*Competition and Monopoly* [2008], 90, 105, 117 o.).

Ezek a javaslatok és megfontolások azonban a minisztérium 2009. májusi bejelentésével egyelőre parkoló pályára kerültek, ugyanis a minisztérium visszavonta a jelentést, az már nem fejezi ki a minisztérium álláspontját. Az indoklásban az szerepelt, hogy a jelentés túl sok akadályt épített volna a versenypolitika érvényesítése elé és biztos menedéket kínálva extrém óvatossággal közelített volna az ügyekhez. A jelentés visszavonása - hangsúlyozták - a versenypolitikai filozófia módosulását jelenti, valamint jelzi a minisztérium azon elkötelezettségét, hogy agresszív módon fogja kezelni azokat az ügyeket, amelyekben a monopolista piaci erejét arra használja, hogy a versenyt elfojtsa és a fogyasztókat megkárosítsa. A minisztérium kijelentette, hogy a versenyszabályozás területén visszatér a kipróbált és igaz esetjoghoz és a Legfelsőbb Bíróság precedens értékű ítéleteihez.⁵⁴

*Európai Unió*⁵⁵

Az Unió jogrendszerében a 101. és a 102. cikk alapján járhatnak el az árukapcsolással, csomagban történő értékesítéssel összefüggő ügyekben. A legtöbb ügy a 102. cikk alapján indult. *Russo et al.* [2010] 12 ügyről tesz említést, ezek között három volt jelentősebb.

⁵⁴ Justice Department Withdraws Report on Antitrust Monopoly Law, Press Release, Monday, May 11, 2009.

⁵⁵ Lásd *Elhauge – Geradin* [2007] pp. 498-635, *Russo et al.* [2010] pp. 148-158, *Vickers* [2009] és *Whish* [2010] pp. 677-686.

A *Hilti-ügyben* (1987) a Bizottság megállapította, hogy a cég monopolizálni kívánta a piacot, ahol már addig is domináns szereplő volt. Erre üzleti stratégiájának számos vonása utalt, többek között a szögbelövőkhöz használt tartópatronoknál alkalmazott árukapcsolás. A cég ugyanis előírta, hogy a szabadalmaztatott patronokhoz a szöget is tőle kell beszerezni. A Bizottság inkonzisztensnek minősítette a cég védekezéseként felhasznált biztonsági érvet. A magatartást a piaci erőfölénnyel való visszaélésnek minősítették, hangsúlyozva, hogy a cél a független szögtermelők kizárása volt. A Bizottság a kizárás elítélése mellett azt is kiemelte, hogy ezzel a magatartással a cég elérte, hogy a fogyasztóknak ne legyen választási alternatívájuk, ezáltal kizsákmányolta őket. A cég a fellebbezésében azzal az érveléssel próbálkozott, hogy a szögbelövők és az azokhoz tartozó fogyóeszközök egyetlen piacot alkotnak (lásd. *system theory* – összefüggő rendszer elmélete). Az Elsőfokú Bíróság (1991) majd az Európai Bíróság (1994) is fenntartotta a Bizottság döntését.

A *Tetra Pak II.-ügyben* (1991) a Bizottság a cég üzleti stratégiáját elemezve azt állapította meg, hogy az erőfölényével többféle módon visszaélve a versenytársak kizárása volt a célja. Ennek a stratégiának a középpontja az árukapcsolás köré kiépített rendszer volt (a folyadékcsomagoló gépeihez maga szállította a kartonokat és kikötötte, hogy csak ő nyújthat javítási és karbantartási szolgáltatást), amely lehetővé tette, hogy széleskörű keresztfinanszírozást alkalmazva korlátozza a márkán belüli és márkák közötti versenyt és ezt a tevékenységét az európai piac szegmentálása révén is kiterjesztette. Tevékenysége során kizsákmányoló árazást alkalmazott és a fogyasztói érdekek nagymértékben sérültek. A Bizottság a Tetra Pak védekezése során előadott érveket (technológiai követelmények, termék megbízhatósága, közegészségügy védelme, kutatás-fejlesztés révén elérhető szinergiák, a márka elismertségének védelme stb.) nem fogadta el, részben azok tarthatatlansága miatt, részben pedig amiatt, mert úgy ítélték meg, hogy a célok kevésbé versenykorlátozó módon is elérhetőek lettek volna. A Bizottság a pénzbüntetésen kívül egy sor kötelezettséget írt elő a cégnek a visszaélések további megakadályozása érdekében. A fellebbezéseket az Elsőfokú Bíróság (1994) és az Európai Bíróság (1996) is elutasította.

A harmadik ügy a *Microsoft* európai pere volt. Az ügy kezdete 1998-ra nyúlik vissza, amikor a Sun Microsystems panaszt nyújtott be technikai információk visszatartása miatt a Windows NT szerver interfészekkel kapcsolatban. 2001-ben a vizsgálatot a Bizottság kiter-

jesztette a média lejátszókra is, ez utóbbi esetében az árukapcsolás versenykorlátozó jellegét vizsgálta. A 2004-ben hozott döntés alapján a Microsoftnak el kellett készítenie a Windows operációs rendszer Media Player nélküli változatát.

Az árukapcsolás ebben az esetben technikai árukapcsolás volt, a szerződés nem kötelezte a fogyasztókat a Média Player megvásárlására, az része volt a vásárolt terméknek, akár akarták a fogyasztók, akár nem. A Microsoft érvelése szerint hatékonysági megfontolások alapján illesztették be a lejátszót, és az nem tekinthető külön terméknek. A Bizottság vizsgálata nagyrészt a termék elkülönült voltára vonatkozott. A Bizottság úgy találta, hogy az operációs rendszer és a médialejátszó két külön termék, mert külön kereslet van a médialejátszókra, amelyeket számos cég fejleszt, maga a Microsoft is fejleszti más operációs rendszerekhez. Megállapították, hogy a Microsoft más cégek lejátszóival közvetlen versenyben reklámozza a Média Player-t. A Bizottság kifogásolta, hogy a személyi számítógép gyártóknak az operációs rendszer telepítésekor a Média Player-t tartalmazó Windows-t kell licenzelniük, másikat csak a Média Player mellett telepíthetnek, ezzel a Bizottság szerint kényszerítés történik és a Microsoft magatartása a verseny kizárására irányul.

A Microsoft fellebbezése miatt az Elsőfokú Bíróság is tárgyalta az ügyet és 2007-ben hozott határozatában kimondta, hogy a két termék önálló volt. Azt is hangsúlyozták, hogy az infokommunikációs ipar gyors fejlődése miatt a különböző termékek egy terméké olvadhatnak. A bíróság elsősorban azt vizsgálta, hogy a panasz idején a két termék különálló volt-e. Ez egyértelműen bizonyítható volt, a Microsoft honapjáról külön is le lehetett tölteni, külön licenzmegállapodása volt a médialejátszóra és a bíróság a Bizottság többi érvét is elfogadta. A kényszerítés körülményét a Bíróság abban is megállapította, hogy a Média Player-t nem lehetett eltávolítani a rendszerből. A médialejátszó beépítése a piac lezárásához vezetett, megváltoztatta a versenyhelyzetet a Microsoft javára és a versenytársak kárára. Az Elsőfokú Bíróság abban is egyetértett a Bizottsággal, hogy a hálózati hatások, a Windows széleskörű elterjedtsége a versenytársakat hátrányosan érintve befolyásolja a szoftverfejlesztőket és a tartalomszolgáltatókat. Az ügghöz tartozó további fejlemény volt, hogy 2009 januárjában a Bizottság bejelentette: vizsgálatot indít az Internet Explorer árukapcsolása miatt. 2009 decemberében a Bizottság elfogadta a Microsoft ajánlatát, hogy a Windows egy külön ablakban választási lehetőséget nyit a böngésző telepítésekor.

Az európai versenyszabályozás reformját célzó lépések sorában a versenyszabályozási igazgatóság műhelytanulmányban (*DG Competition* [2005]) foglalta össze az akkor 82. cikknek nevezett törvényhellyel kapcsolatos álláspontját. Ebben az árukapcsolás és a csomagban történő értékesítés kérdését is érintették. A vitaanyag szerint a tiltáshoz négy feltétel megléte szükséges: (1) a cég domináns pozíciója a kapcsoló termék piacán, (2) a kapcsoló és a kapcsoló termék különállósága, (3) az árukapcsolásnak feltételezhetően piaczavaró, lezáró hatása van, (4) az árukapcsolás nem igazolható objektív okokkal vagy hatékonysági érvekkel.

A Bizottság 2009-ben kiadott Közleménye a jogérvényesítési prioritásainak megfogalmazása során ezt az álláspontot átvéve úgy fogalmaz, hogy a Bizottság akkor intézkedik, ha erőfölényt, különálló terméket és valószínűleg versenyellenes piaclezárást lehet megállapítani az árukapcsolás esetén (*Közlemény* [2009] 50. pont). A versenyellenes piaclezárást a kapcsoló és/vagy a kapcsoló termékek piacán az alábbi szempontok figyelembe vételével ajánlják megvizsgálni: A cég tartós árukapcsolási stratégiája - például a technikai árukapcsolás, amelynek a visszafordítása költséges - nagyobb kockázatot jelent. Figyelembe kell venni, hogy a csomagban történő értékesítés esetén több termék piacán is erőfölényben lehet a vállalkozás. Az áremelés lehetőségnek különböző eseteit alaposan vizsgálni kell, például azt az esetet, amikor a kapcsoló és kapcsoló terméket változó arányban használják, vagy az árak a kapcsoló termék piacán szabályozottak. A több termékes árengedményeknél viszont olyan helyzet állhat elő, hogy az árengedmény olyan mértékű, hogy akik csak a csomag egyes elemeit kínálják, nem tudnak versenyezni a csomaggal. Ha a versenytársak azonos csomagokat értékesítenek, akkor viszont annak vizsgálata szükséges, hogy a csomag ára összességében kizorító hatású-e.

A Bizottság az árukapcsolás, illetve a csomagban történő eladás esetén az olyan megtakarításokat is megvizsgálja, amelyek a vevők javát szolgálhatják: például csökkenti-e az ügylet a vevőket terhelő költségeket, akiknek egyébként külön kellene beszerezniük a termékeket; illetve hogy elérhető-e számottevő megtakarítás a szállítókat terhelő csomagolási és forgalmazási költségek tekintetében. A Bizottság vizsgálhatja, hogy az árukapcsolás ösztönözheti-e a termék(ek) sikeres piaci bevezetését, és ezzel előnyhöz jutnak-e a fogyasztók. Az is megfontolandó, hogy lehetővé válik-e a nagy mennyiségű termeléséből vagy beszerzéséből eredő hatékonyságjavulás fogyasztók részére történő továbbadása.

Az árukapcsolás egy adott formáját, az egyedüli márkakikötést a Bizottság vertikális korlátozásokról szóló iránymutatása is érinti (*Bizottság* [2010]). Az iránymutatás elemzési eszköztára megegyezik a 102. cikk estében alkalmazhatóakkal, de itt a csoportmentességi rendelet hatályát is figyelembe kell venni, ami szerint az árukapcsolást mentesíti, amennyiben sem a szállítónak mind a kapcsoló mind a kapcsolt termék piacán meglévő piaci részesedése, sem a vevőnek az érintett beszerzési piacokon meglévő piaci részesedése nem haladja meg a 30 %-ot (*Bizottság* [2010] 218. paragrafus).

Következtetések a csomagban történő értékesítésre és árukapcsolásra vonatkozóan

A csomagban történő értékesítés (bundling) és az árukapcsolás (tying) magyarázataként kidolgozott közgazdasági elméletek a két fogalmat azonos módon, azonos elemzési eszközökkel közelítik meg. A szóhasználat gyakran keveredik, az irodalomban gyakran ugyanarra a jelenségre hol az árukapcsolás, hol a csomagban történő értékesítés fogalmát használják. A korábbi jogi és közgazdasági irodalomban inkább az árukapcsolás szerepelt, ez ma már inkább a jogi irodalomra jellemző. Az Európai Unió joganyagaiban a vertikális korlátozások körében inkább az árukapcsolást, az erőfölénnyel való visszaélés területén mindkét fogalmat használják.

Az áttekintett közgazdasági elemzések arra utalnak, hogy a közgazdaságtan - elsősorban elméleti jelleggel – ezen a területen olyan piacmodellekkel foglalkozik, amelyekben a piaci verseny erősen korlátozott. A stratégiai magatartás feltételezése miatt eddig kevés erőfeszítést tettek a költségcsökkentési és hatékonysági szempontok elemzésére. Ez a kritika persze a versenyszabályozással foglalkozó elméleti irodalom egészére is megfogalmazható, amelynek eredményeként a versenyszabályozás nem mindig tud különbséget tenni a versenyt ösztönző és az azt károsító magatartások között. A jóléti hatások számbavétele különösen sok problémát okoz.

A sporadikus empirikus eredmények iparáganként és helyzetenként változó indokokat és hatásokat állapítottak meg. Az elméleti vitákhoz és a jogérvényesítés gyakorlatához hasonlóan az empirikus elemzéseknél is kialakult vegyes kép azt támasztja alá, hogy egyelőre nem halmozódott fel elég tapasztalat a viták eldöntéséhez. A csomagban történő értékesítéssel és árukapcsolással foglalkozó közgazdasági irodalom meglehetősen szerteágazó és nehezen rendszerezhető és ez a bizonytalanság a jogértelmezés, a jogszabályok alakítása körüli vitákban is tetten érhető. A jog – biztonságra és következetességre törekedve - természetesen csak késéssel követheti a közgazdasági elméletek fejlődését, de amint azt az Egyesült Államok tapasztalata mutatja a közgazdasági elméletek körüli viták hullámmozgása a jogalkotást és a joggyakorlatot is erősen befolyásolhatja.

Felhasznált irodalom

- Adams, W. J. - Yellen, Janet L. [1976]: Commodity Bundling and the Burden of Monopoly, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 90. No. 3. pp. 475-498.
- Alese, F. [2007]: Unmasking the Masquerade of Vertical Price Fixing, *European Competition Law Review*, 28[9], 514-526.
- Allen, B. [1971] ,Vertical Integration and Market Foreclosure: The Case of Cement and Concrete,' *Journal of Law and Economics*, 14: 251–274.
- Anderson, Simon P. - Leruth, Luc [1993]: Why Firms May Prefer Not to Price Discriminate via Mixed Bundling. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 11. No. 1. pp. 49-61 .
- Antitrust Modernization Commission [2007]: Report and Recommendations, April, p. 540.
- Areeda P. E. – Hovenkamp, H. [2004]: *Antitrust Law*, Aspen Publishers.
- Asker, J. [2004] ,Measuring Cost Advantages from Exclusive Dealing an Empirical Study of Beer Distribution,' New York University mimeo.
- Azoulay, P. and Shane, S. 2001 ,Entrepreneurs, Contracts, and the Failure of Young Firms, ” *Management Science*, 47: 337–358.
- Bailey, E. M. – Leonard, G. K. [2010]: Minimum Resale Price Maintenance: Some Empirical Evidence from Maryland, *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 10[1], Article 17.
- Bakó B. [2010]: A kiskereskedelmi árrögzítés versenyfokozó hatása, *Közgazdasági Szemle*, 57, 666-676.
- Bakos, Yannis - Brynjolfsson, Eric [2000]: Bundling and Competition on the Internet, *Marketing Science*, Vol. 19, No. 1, Winter, pp. 63–82.
- Barron J.M., Taylor, B.A. and Umbeck, J.R. [2004] ,Will Open Supply Lower Retail Gasoline Prices?,' *Contemporary Economic Policy*, 22: 63–77.
- Barron, J.M. and Umbeck, J.R. [1984] ,The Effects of Different Contractual Arrangements: The Case of Retail Gasoline,' *Journal of Law and Economics*, 27: 313– 328.
- Berg, Roger Van den – Cameasca, Peter [2006]: *European Competition Law and economics: A Comparative Perspective*, 2nd edition, London, Sweet & Maxwell, p. 465
- Berry, S. – Levinsohn, J. – Pakes, A. [1995]: Automobile Price in Market Equilibrium, *Econometrica*, 63[4], 841-890.

- Biscourp, P., Boutin, X. and Vergé T. [2008]: The Effects of Retail Regulations on Prices: Evidence from the Loi Galland, working paper.
- Bishop, Simon – Walker, Mike [2010]: The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement, University edition, Sweet& Maxwell, p.793
- Bizottság [2010]: Európai Bizottság. A vertikális korlátozásokról szóló iránymutatás. Az Európai Unió Hivatalos Lapja, C 130/1, 2010.5.19.
- Blair, Roger D. – Kaserman, David L. [2009]: Antitrust Economics, Oxford University Press, p. 481.
- Blass, A.A. - Carlton, D.W. [2001] ,The Choice of Organizational Form in Gasoline Retailing and the Cost of Laws that Limit that Choice,' *Journal of Law and Economics*, 44: 511–524.
- Bonnet, C. – Dubois, P. [2010a]: Inference on Vertical Contracts between Manufacturers and Retailers Allowing for Nonlinear Pricing and Resale Price Maintenance, *RAND Journal of Economics*, 41[1], 139-164.
- Bonnet, C. – Dubois, P. [2010b]: Non Linear Contracting and Endogenous Buyer Power between Manufacturers and Retailers: Empirical Evidence on Food Retailing in France, IDEI Working Paper, n. 638.
- Bonnet, C., Dubois, P. és Villas Boas, S. B. [2009]: Empirical Evidence on the Role of Non Linear Wholesale Pricing and Vertical Restraints on Cost Pass-Through. TSE Working Paper Series 09-067. Toulouse School of Economics.
- Bork, R. [1966]: The Rule of Reason and the Per Se Concept: Price Fixing and Market Division, *Yale Law Journal*, 75, 399–441.
- Brenkers, R. - Verboven, F. [2006] ,Liberalizing a Distribution System: The European Car Market,' *Journal of the European Economic Association*, 4: 216–251.
- Brickley, J.A., Dark, F.H., és Weisbach, M.S. [1991] ,The Economic Effects of Franchise Termination Laws,' *Journal of Law and Economics*, 34: 101–132.
- Brennan, Timothy J. [2005]: Competition as an Entry Barrier? Consumer and Total Welfare Benefits of Bundling, AEI-BROOKINGS Joint Center for Regulatory Studies Related Publication 05-08
- Bulow, J. I. – Geanakoplos, J. D. – Klemperer, P. D. [1985]: Multimarket Oligopoly: Strategic Substitutes and Complements, *Journal of Political Economy*, 93[3], 488-511.
- Carlton, Dennis W. – Perloff, Jeffrey M. [2003]: Modern piacelmélet. Panem, p. 871.
- Carlton, Dennis W. - Waldman, Michael [2002]: The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries. *Rand Journal of Economics*, Vol. 33. No.2. pp. 194-220.

- Carlton, Dennis W. – Waldman, Michael [2005]: How Economics Can Improve Antitrust Doctrine towards Tie-In Sales. *Competition Policy International*, Vol.1 No.1. Spring, pp. 27-40.
- Chipty, T. [2001] ,Vertical Integration, Market Foreclosure, and Consumer Welfare in the Cable Television Industry,' *American Economic Review*, 91: 428–453.
- Chen, Yongmin [1997]: Equilibrium Product Bundling. *Journal of Business*, Vol. 70, No. 1, pp. 85-103.
- Choi, Jay P. - Stefanadis, Christodoulos [2001]: Tying, Investment, and the Dynamic Leverage Theory. *Rand Journal of Economics*, Vol. 32. No. 1. pp. 52-71.
- Choi, Jay P. [2003]: Bundling New Products With Old to Signal Quality, with Application to the Sequencing of New Products. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 21. No. 8. pp. 1179-1200.
- Competition and Monopoly [2008]: Competition and Monopoly: Single-Firm Conduct Under Section 2 of the Sherman Act. U.S. Department of Justice, September, p. 201.
- Cooper, J., Froeb, L., O'Brien, D. and Vita, M. [2005], ,Vertical Restraints as a Problem of Inference,' *International Journal of Industrial Organization* 23, 639-664.
- Craswell, Richard [1982]: Tying Requirements in Competitive Markets: The Consumer Protection Aspects. *Boston University Law Review*, Vol. 62. No. 3. pp. 661- .
- Culbertson, W. P., - Bradford, D. [1991] ,The Price of Beer: Some Evidence from Interstate Comparisons.' *International Journal of Industrial Organization*, 9: 275–89.
- Deneckere, R. – Marvel, H. P. – Peck, J. [1996]: Demand Uncertainty, Inventories, and Resale price Maintenance, *Quarterly Journal of Economics*
- Deneckere, R. – Marvel, H. P. – Peck, J. [1997]: Demand Uncertainty and Price Maintenance: Markdowns as Destructive Competition, *American Economic Review*, 87.
- DG Competition [2005]: DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses. p. 72.
- Dobson, P. W. – Waterson, M. [2007]: The competition Effects of Industry-wide Vertical Price Fixing in Bilateral Oligopoly, *International Journal of Industrial Organization*, 25[5], 935-962.
- Dudra Attila – Váczai Nóra [2006]: Az árukapcsolás versenyjogi megközelítése, 1.-2. rész. *Infokommunikáci és jog*, 5. szám pp. 163-166 és 6. szám pp. 203-207.
- Economides, Nicholas [1993]: Mixed Bundling in Duopoly, NYU Stern School of Business Working Paper EC 93-29.
- Elhauge, Einer – Geradin, Damien [2007]: *Global Competition Law and Economics*. Hart, p. 1170.

- Elhauge, Einer [2009]: Tying, Bundled Discounts and the Death of the Single Monopoly Profit Theory, Harvard John Olin Center for Law, Discussion Paper No. 629.
- Elhauge, Einer [2010]: The Failed Resurrection of the Single Monopoly Profit theory. Competition Policy International, Vol.6 No.1. Spring, pp. 155-209.
- Evans, David S, - Salinger, Michael A. [2008]: The role of cost in determining when firms offer bundles. The Journal of Industrial Economics, Vol. 56. No. 1. March, pp. 143-168.
- Evans, David S. - Salinger, Michael [2004]: An Empirical Analysis of Bundling and Tying: Over the Counter Pain Relief and Cold Medicines. CESIFO Working Paper No. 1297.
- Fang, Hanming - Norman, Peter [2003]: An Efficiency Rationale for Bundling of Public Goods. Cowles Foundation Discussion Papers No. 1441.
- Ferrari, s. – Verboven, F. [2010]: Vertical control of a distribution network – an empirical analysis of magazines. working paper.
- Fist, Harry [2005]: No Single Monopoly Profit, No Single Monopoly Prescription? Competition Policy International, Vol.5 No.2. Autumn, pp. 199-207.
- Ford, G.S. and Jackson, J.D. [1997] ,Horizontal Concentration and Vertical Integration in the Cable TV Industry,' *Review of Industrial Organization*, 12: 501–518.
- Foros, O. – Kind, H. J. – Shaffer, G. [2007]: Resale Price Maintenance and Restrictions on Dominant Firm and Industry-wide Adoption, CESIFO Working Paper No. 2032.
- Foros, O. – Steen, F. [2008]: Gasoline Prices Jump up on Mondays: An Outcome of Aggressive Competition?, Discussion Paper, Norges Handelshøyskole.
- Fox, Eleanor M. – Sullivan, Lawrence A. [1989]: Cases and Materials on Antitrust, West publishing, p. 935.
- Gill, R. [2007] ,Revenue Sharing Distortions and Vertical Integration in the Movie Industry,' *Journal of Law, Economics, and Organization*.
- Gilligan, T.W. [1986] ,The Competitive Effects of Resale Price Maintenance,' *RAND Journal of Economics*, 17: 544–556.
- Greenhut, M. L. – Ohta, H. [1979]: Vertical Integrations of Successive Oligopolists, *American Economic Review*, 69, 137-141.
- Greenlee, Patrick – Reitman, David - Sibley, David S. [2004]: An Antitrust Analysis of Bundled Loyalty Discounts, U.S. Department of Justice, Economic Analysis Group, Discussion Paper No. 04-13.
- Haas-Wilson, Deborah [1987]: Tying Requirements in Markets with Many Sellers: The Contact Lens Industry. *Review of Economics and Statistics*, Vol. 69. No. 1. pp. 170-175.

- Hanssen, A. [2000] ,The Block-Booking of Films Re-Examined,' *Journal of Law and Economics*, 43: 395–426.
- Hastings, J. [2004] ,Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California,' *American Economic Review*, 94: 317–328.
- Hastings, J. - Gilbert, R. [2005] ,Market Power, Vertical Inte-gration, and the Wholesale Price of Gasoline,' *Journal of Industrial Economics*, 469–492.
- Hausman, Jerry A. - Sidak, J. Gregory [2005]: Did Mandatory Unbundling Achieve its Purpose? Empirical Evidence from Five Countries. *Journal of Competition Law & Economics*, Vol.1. Iss.1. pp. 173-245.
- Hortacsu, A. - Syverson, C. [2007] ,Cementing Relationships: Vertical Integration, Foreclosure, Productivity, and Prices,' *Journal of Political Economy*, 115: 250–301.
- Hylton, Keith N. [2003]: *Antitrust Law. Economic Theory and Common Law Evolution*. Cambridge university Press, p. 413.
- Ippolito, P. [1991], 'Resale Price Maintenance: Empirical Evidence from Litigation,' *Journal of Law & Economics* 34, 263– 294.
- Ippolito, P. M. - Overstreet, T.R., Jr, [1996] ,Resale Price Maintenance: An Economic Assessment of the Federal Trade Commission's Case against the Corning Glass Works,' *Journal of Law and Economics*, 39: 285–328.
- Jordan, J. - Jaffee, B.L. [1987] ,The Use of Exclusive Territories in the Distribution of Beer: Theoretical and Empirical Obser-vations,' *Antitrust Bulletin*, 32: 137–164.
- Julien, B. – P. Rey [2007]: Resale Price Maintenance and collusion, *Rand Journal of Economics*, 38, 983-1001.
- Kenney, Roy W. - Klein, Benjamin [1983]: The Economics of Block Booking. *Journal of Law & Economics*, Vol. 26. No. 3. pp. 497-540.
- Klein, B. – Murphy, K. M. [1988]: Vertical Restraints as Contract Enforcement Mechanisms, *Journal of Law and Economics*, 31, 265-297.
- Klick, J. – Wright, J. D.: [2008]: The Effects of Vertical Restraints on Output: Evidence from the Beer Industry. working paper.
- Kneepkens, M. [2007]: Resale Price Maintenance: Economics Call For a More Balanced Approach, *European Competition Law Review*, 28[12], 656-664.
- Kobayashi, Bruce H. [2005]: Does Economics provide a Reliable Guide to regulating Commodity Bundling by Firms? A Survey of the Economic Literature. *Journal of Competition Law and Economics* 1 [4], pp. 707-746.
- Kolay, Sreya - Shaffer, Greg [2003]: Bundling and Menus of Two-Part Tariffs. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 51. No. 3. pp. 383-403.

- Kopalle, Praveen – Krishna, Aradhna - Assuncao, Joao L. [1999]: The Role of Market Expansion in Equilibrium Bundling Strategies. *Managerial and Decision Economics*, Vol. 20. No. 7. pp. 365-377.
- Közlemény [2009]: A Bizottság közleménye – Iránymutatás az EK-Szerződés 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról. Az Európai Unió Hivatalos Lapja C 45/7, 2009.2.24.
- Krishnan, H. – Winter, R. [2007]: Vertical Control of Price and Inventory, *American Economic Review*, 97[5], 1840-1857.
- Lafontaine, F. - Slade, M. [2005], 'Empirical Assessment of Exclusive Contracts,' In *Handbook of Antitrust Economics*, MIT Press, Cambridge.
- Lafontaine, F. - Slade, M.E. [2007] 'Vertical Integration and Firm Boundaries: The Evidence,' *Journal of Economic Literature*, 45: 631-687.
- Lafontaine, F. – Slade, M. [2008]: Exclusive Contracts and Vertical Restraints: Empirical Evidence and Public Policy, *Handbook of Antitrust Economics*, MIT Press.
- Lindsey, M. [2009]: State Resale Price Maintenance Laws After Leegin, *Antitrust Source*
- MacKinlay, A. G. [1997] "Event Studies in Economics and Finance," *Journal of Economic Literature*, 35: 13–39.
- Marvel, H. P. [1995]: The Resale Price Maintenance Controversy: Beyond the Conventional Wisdom, *Antitrust Law Journal*, 59.
- Marvel, H. P. [2008]: Resale Price Maintenance and the Rule of Reason, *The Antitrust Source*.
- Marvel, H. P. – McCafferty, S. [1986]: The Political Economy of Resale Price Maintenance, *Journal of Political Economy*, 94, 1074-1095.
- Marvel, H. P. – McCafferty, S. [1985]: The Welfare Effect of Resale Price Maintenance, *Journal of Law and Economics*, 28, 363-379.
- Marvel, H. P. – McCafferty, S. [1984]: Resale Price Maintenance and Quality Certification, *RAND Journal of Economics*, 15[3], 346-359.
- Marvel, H. P. – Peck, J. [2001]: Vertical Control, Retail Inventories and Product Variety, Working Paper, Department of Economics, Ohio State University.
- Matutes, Carmen - Regibeau, Pierre [1992]: Compatibility and Bundling of Complementary Goods in a Duopoly. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 40. No. 1. pp. 37-54.
- McAfee, R. Preston – McMillan, John - Whinston, Michael D. [1989]: Multiproduct Monopoly, Commodity Bundling, and Correlation of Values. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 104. No. 2., pp. 371-383.

- Michael, Steven C. [2000]: The Extent, Motivation and Effect of Tying in Franchise Contracts. *Managerial and Decision Economics*, Vol. 21. No. 5. pp. 191-201.
- Mortimer, J. H. [2004] "Vertical Contracts in the Video Rental Industry", mimeo, Department of Economics, Harvard University.
- Mortimer, J. [2008], 'Vertical Contracts in the Video Rental Industry,' *Review of Economic Studies* 75, 165-99.
- Motta, Massimo [2007]: Versenypolitika. Elmélet és gyakorlat. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, p. 666.
- Mullin, J.C. - Mullin, W.P. [1997] 'United States Steel's Acquisition of the Great Northern Properties: Vertical Foreclosure or Efficient Contractual Governance?' *Journal of Law, Economics, and Organization*, 13: 74–100.
- Nalebuff, Barry [1999]: Bundling. Yale ICF Working Paper No. 99-14
- Nalebuff, Barry [2000]: Competing Against Bundles. Yale School of Management Working Paper No. ES-02.
- Nalebuff, Barry [2004]: Bundling as a Barrier to Entry. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 119, No. 1, pp. 159-187.
- Nalebuff, Barry [2005a]: Tied and True Exclusion. *Competition Policy International*, Vol.1 No.1. Spring, pp. 41-53.
- Nalebuff, Barry [2005b]: Exclusionary Bundling. *The Antitrust Bulletin*, Vol. 50, No.3. Fall, pp. 347-350.
- Nalebuff, Barry [2009]: Price Discrimination and Welfare. *Competition Policy International*, Vol.5 No.2. Autumn, pp. 221-241.
- O'Brian, D. P. – Shaffer, G. [1992]: Vertical Control with Bilateral Contracts, *Rand Journal of Economics*, 23, 299-308.
- Office of Fair Trading [2007]: The Deterrent Effect of Competition Enforcement by the OFT, Discussion document, OFT963.
- Office of Fair Trading [2008]: An Evaluation of the Impact upon Productivity of Ending Resale Price Maintenance on Books, Report prepared for the OFT by the Centre for Competition Policy at University of East Anglia, OFT981.
- Organisation for Economic Co-operation and Development [2009]: Roundtable on Resale Price Maintenance, DAF/COMP[2008]37.
- Ornstein, S. [1985]: Resale Price Maintenance and Cartels, *Antitrust Bulletin*, 30, 401-432.
- Ornstein, S.I. - Hanssens, D. [1987] 'Resale Price Maintenance: Output Increasing or Restricting? The Case of Distilled Spirits in the US,' *Journal of Industrial Economics*, 36: 1–18.

- Overstreet, T. R. [1983]: Resale Price Maintenance: Economic Theories and Empirical Evidence, Bureau of Economics, Federal Trade Commission.
- Peeperkorn, L. [2007]: Resale Price Maintenance and Its Alleged Efficiencies, *European Competition Journal*, 4[1], 201-212.
- Pepall, Lynne – Richard, Daniel J. – Norman, G. [2008]: *Piacelmélet*. Hvgorac, p. 896.
- Posner, R. [1981]: The Next Step in the Antitrust Treatment of Restricted Distribution: Per se Legality, *University of Chicago Law Review*, 48, 6–26.
- Ramanathan, R. [2003]: *Bevezetés az ökonometriába, alkalmazásokkal*. Panem.
- Reiffen, D. - Kleit, A. [1990] ,Terminal Railroad Revisited: Foreclosure of an Essential Facility or Simple Horizontal Monopoly?' *Journal of Law and Economics*, 38: 419–438.
- Reiffen, D. - Vita, M. [1995], ,Comment: Is There New Thinking on Vertical Mergers?' *Antitrust Law Journal* 63, 917-41.
- Rennhoff, Adam, D. – Serfes, Konstantinos [2009]: The role of upstream-downstream competition on bundling decisions: should regulators force firms to unbundle? *Journal of Economics and Management Strategy*, Vol. 18., No. 2. Summer, 547-588.
- Rey, P. – Stiglitz, J. [1995]: The Role of Exclusive Territories in Producers' Competition, *RAND Journal of Economics*, 26[3], 431-451.
- Rey, P. – Tirole, J. [1986]: The Logic of Vertical Restraints, *American Economic Review*, 76[5], 921-939.
- Rey, P. – Verge, T. [2004a]: Bilateral Control with Vertical Contracts, *Rand Journal of Economics*, 35[4], 728-746.
- Rey, P. – Verge, T. [2004b]: Resale Price Maintenance and Horizontal Cartel, *CMPO Working Paper Series Nol 02/047*.
- Rey, P. – Verge, T. [2008]: *The Economics of Vertical Restraints*, megjelent: *Handbook of Antitrust Economics*, MIT Press.
- Rivers, D. – Vuong, Q. H. [2002]: Model Selection Tests for Nonlinear Dynamic Models, *The Econometrics Journal*, 5[1], 1-39.
- Rosengren, E.S. - Meehan, J.W. [1994] ,Empirical Evidence on Vertical Foreclosure,' *Economic Inquiry*, 32: 303–317.
- Russo, Francesco – Schinkel, Maarten, Pieter – Günster, Andrea – Carree, Martin [2010]: *European Commission Decisions on Competition*, Cambridge University Press, p. 456.
- Salinger, Michael A. [1995]: A Graphical Analysis of Bundling. *Journal of Business*, Vol. 68 No. 1., pp. 85-98.

- Sass, T.R. [2005] ,The Competitive Effects of Exclusive Dealing: Evidence from the US Beer Industry,' *International Journal of Industrial Organization*, 23: 203225.
- Sass, T.R. - Saurman, D.S. [1993] ,Mandated Exclusive Territories and Economic Efficiency: An Empirical Analysis of the Malt–Beverage Industry,' *Journal of Law and Economics*, 36: 153–177.
- Sass, T.R. - Saurman, D.S. [1996] ,Efficiency Effects of Exclusive Territories: Evidence from the Indiana Beer Market,' *Economic Inquiry*, 34: 597–615.
- Scherer, F. M. – Ross, D. [1990]: *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3rd ed., Houghton Mifflin Company.
- Schmalensee, Richard [1982]: Commodity Bundling by Single Product Monopolies. *Journal of Law & Economics*, Vol. 25. No. 1. pp. 67-71.
- Schmalensee, Richard [1984]: Gaussian Demand and Commodity Bundling. *Journal of Business*, Vol. 57. No. 1. pp. S211-230.
- Schulz, N. [2007]: Does the Service Argument Justify Resale Price Maintenance?, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 163[2], 236-255.
- Seabright, Paul [2009]: The Undead? *Competition Policy International*, Vol.5 No.2. Autumn, pp. 243-250.
- Shaffer, G. [1991]: Slotting Allowances and Resale Price Maintenance: A Comparison of Facilitating Practices, *RAND Journal of Economics*, 22[1], 120-135.
- Sharpe, W.F. [1963] “A Simplified Model for Portfolio Analysis,” *Management Science*, 9: 277–293.
- Shepard, A. [1993]: Contractual Form, Retail Price, and Asset Characteristics, *RAND Journal of Economics*, 24, 58-77.
- Shubik, M. – Levitan, R. [1980]: *Market Structure and Behavior*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Slade, Margaret E. [1998a]: Beer and the Tie: Did Divestiture or Brewer-Owned Houses Lead to Higher Beer Prices? *Economic Journal*, Vol. 108. iss. 448. pp. 565-602
- Slade, Margaret E. [1998b]: The Leverage Theory of Tying Revisited: Evidence from Newspaper Advertising. *Southern Economic Journal*, Vol. 65. No. 2. pp. 204-222.
- Slade, M.E. [2000] ,Regulating Manufacturers and their Exclusive Retailers,' in *Foundations of Competition Policy*, Morten Berg and Einar Hope [eds.], London: Routledge, 133–149.
- Smith II, R. L. [1982] ,Franchise Regulation: An Economic Analysis of State Restrictions on Automobile Distribution,' *Journal of Law and Economics*, 25: 125–157.
- Snyder, C.M. [1996] ,Vertical Integration for Efficiency or Market Power? Event Studies of the US Oil Industry,' George Washington University mimeo.

- Spengler, J. J. [1950]: Vertical Integration and Anti-Trust Policy, *Journal of Political Economy*, 58, 347-352.
- Stigler, George J. [1963]: US v. Loew's Inc.: A Note on Block Booking, *Supreme Court Review*, pp. 152-157.
- Telser, L. G. [1960]: Why Should Manufacturers Want Fair Trade?, *Journal of Law and Economics*, 3, 86-105.
- Tirole, Jean [2005]: The Analysis of Tying Cases: A Primer. *Competition Policy International*, Vol.1 No.1. Spring, pp. 1-25.
- Vickers, John [2009]: Some Economics of Abuse of Dominance. In: Vives, Xavier [ed.]: *Competition Policy in the EU. Fifty Years on from the Treaty of Rome*, Oxford University Press, pp. 71-94.
- Vita, M.G. [2000] ,Regulatory Restrictions on Vertical Integration and Control: The Competitive Impact of Gasoline Divorcement Policies,' *Journal of Regulatory Economics*, 18: 217–233.
- Vuong, Q. H. [1989]: Likelihood Ratio Tests for Model Selection and Non-Nested Hypotheses, *Econometrica*, 57[2], 307-333.
- Waterman, D. - Weiss, A.A. [1996] ,The Effects of Vertical Integration between Cable Television Systems and Pay Cable Networks,' *Journal of Econometrics*, 72: 357–395.
- West, J. [2009]: Background Note, In: Organisation for Economic Co-operation and Development: Roundtable on Resale Price Maintenance, DAF/COMP[2008]37, 23-58.
- Whinston, Michael D. [1990]: Tying, Foreclosure, and Exclusion. *American Economic Review*. Vol. 80. No. 4. pp. 837-859.
- Whish, Richard [2010]: Versenyjog. Hvgorac, p. 1003