

**A verseny kérdése az oligopol távközlési
piacokon
(különös tekintettel a szélessávra)**

Pápai Zoltán

2010. február

Tartalom

1. Bevezetés.....	3
2. Mikor hatékony a verseny?.....	6
3. A Struktúra-Magatartás-Teljesítmény modell korlátai.....	11
4. A távközlési szolgáltatások legfontosabb közgazdasági jellemzői	14
5. Az innováció szerepe a versenyben.....	19
6. A kiépített hálózati infrastruktúra szerepe a versenyben	24
7. Az infrastruktúra verseny jellemzői és következményei	27
8. Szélessávú infrastruktúra verseny és szabályozás: nemzetközi példák.....	33
8.1. Kanada példája	33
8.2. Európai szabályozási keretben: mi lenne a szabályozás kívánatos iránya a holland szélessávú piacon?	40
9. Az EU szabályozás előírásai és útmutatásai a piacelemzéshez.....	42
10. A magyar szélessávú piaci helyzet	45
11. Javasolt piacelemzési vizsgálati szempontok	51
12. Összegzés	59

1. Bevezetés¹

Gyakorlati kérdésekkel foglalkozó közgazdászként mindig is fontosnak tartottam, hogy a használjam, teszteljem azokat a közgazdasági eszközöket, amit a tudományos elméleti fejlődése produkál. Az elmélet és a gyakorlat kapcsolata természetesen akkor jó, ha kétirányú, a megfelelő oda-vissza csatolás működik, ugyanakkor a kérdésfelvetés a gyakorlattól indul. A gyakorlat felveti a problémákat, amire az elmélet válaszokat keres, amit aztán tesztelni lehet, s segítségével jobban értjük, s jó esetben erre építve kezelni is tudjuk a problémát. Bár gondolkodásunk keretei nyilvánvalóan korlátozzák azt, ahogy a világot látjuk, ugyanakkor nem jelenthetnek, s valójában ebben az értelemben nem is jelentenek korlátot a tekintetben, hogy felismerjük, mikor nem megfelelő az az elméleti keret, amivel a való világ kezelésére aktuálisan rendelkezünk. A jelen tanulmányban egy olyan helyzetre szeretném ráirányítani a figyelmet, amelynek során épp ezzel a hiányossággal találkozunk. Közkeletű vélekedés – legalábbis a szabályozással tradicionálisan érintett piacokon –, hogy az oligopol, és különösen a duopol piacokon az elméleti megközelítések által feltárt sajátosságok miatt a verseny nem működik hatékonyan. Ezt a vélekedést testesíti meg a telekom szektorban manapság oly gyakran hangoztatott (bár nem bizonyított) érvelés, miszerint a versenyhez „kettő nem elég”. A szabályozás azonban nem alapulhat pusztán vélekedésen. A kérdés tehát az, hogy ha a tapasztalat nem erősíti meg egyértelműen a konvencionális elméleti megközelítés előrejelzéseit, akkor építhető-e erre a szabályozás, s nem nagyobb-e az elsőfajú hiba, azaz a túlszabályozás veszélye annál, hogy ezt fenntartás nélkül alkalmazzuk. Természetesen az is felmerül, hogy hogyan lehet ezt a kérdést az elmélet keretében megválaszolni. Mivel e tanulmány elsődleges célja a közgazdaságilag korrekt és szabályozás negatív hatásait minimalizálni kívánó szabályozói gyakorlati megközelítés megalapozása a jelenlegi elméleti ismeretek fényében, elsősorban a gyakorlati következtetések megfogalmazására törekszem. Ugyanakkor igyekszem bemutatni azokat az előremutató elméleti

¹ Köszönettel tartozom kollégáimnak, különösen Nagy Péternek és Lőrincz Lászlónak a tanulmányhoz fűzött értékes megjegyzéseikért.

megközelítéseket, amelyek segíthetnek bennünket a probléma megértésében, s a válaszok megtalálásában.

A gazdasági szabályozás célja, hogy azokban a helyzetekben, ahol a piac tartósan nem működik megfelelően, hatékonyan, a hiányos, illetve tökéletlen működéséből adódó jóléti veszteséget csökkentse, s lehetőleg olyan hatást idézzon elő, ami közelíti a piacok működése esetén várható eredményt. A szabályozás azonban pótlék, eredménye nem lehet jobb, mint amit a megfelelően működő, hatékony piaci verseny elérhet. Három kérdés merül fel a szabályozási beavatkozás megfontolása kapcsán:

- Először is el kell dönteni, hogy indokolt-e a beavatkozás, azaz kimondható-e, hogy nem működik hatékonyan piaci mechanizmus, az adott piacon? Ennek eldöntéséhez azt kell tudnunk, hogy mi a verseny benchmark, vagyis mi az elérhető legjobb, azaz működő, hatékony verseny eredménye, amit az elvi legjobb megoldásként, viszonyítási pontként használhatunk?
- Másodsor azt kell megítélni, hogy a szabályozás a maga nehézkes és durva eszközeivel alkalmas-e az esetleges problémák, hiányok kezelésére? Nem kell-e attól tartani, hogy a szabályozás a problémák enyhítése helyett, a működést megzavarva – s ezzel magát a versenyt megváltoztatva – újabb problémákat generál a piaci működésben, aminek elhárítására újabb és újabb szabályozási beavatkozásokra van szükség?
- Harmadszor arra a gyakorlati kérdésre kell válaszolni, hogy az indokolt és a helyzetet igazolható módon javítani képes szabályozás munkájának eredménye nagyobb, mint az ennek érdekében szükségképpen felmerülő ráfordítás.

Közgazdasági nyelvre fordítva a három kérdés, így hangzik:

1. Vannak-e szabályozási beavatkozást kiváltó piaci kudarcok?
2. Képes ezeket a kudarcokat kezelni az erre hivatott szabályozás?
3. Megéri-e a projekt, azaz összes nettó haszna nagyobb-e, mint a nettó költsége?

A továbbiakban elsősorban az első és kisebb mértékben a második kérdéssel foglalkozunk az oligopol távközlési piacokat szem előtt tartva, különös tekintettel a szélessávú piac azon változatára, ahol a hagyományos telekom (DSL) és a kábeles platform infrastruktúra

versenye a meghatározó. A fő kérdésünk az, hogy elegendő-e, hatékony-e e két szereplő versenye, s valóban szükség van-e szabályozói beavatkozásra.

2. Mikor hatékony a verseny?

Ha a verseny működését akarjuk értékelni, elsőre a mikroökonómia tankönyvek indító fejezetében bemutatásra kerülő tökéletes verseny modellje tűnik a legjobb kiindulópontnak. Ez a modell azonban egyszerűsége és tetszetőssége ellenére viszonyítási pontként a legtöbb valóságos piac esetében kifejezetten nem szerencsés választás. Az egyik gond az, hogy a tökéletes verseny nem magát a versenyt írja le, hanem egy idealizált feltételek esetén adódó statikus egyensúlyi eredményt mutat meg. Ebben a rendszerben valójában nincsen élet, sőt már verseny sincs, csak a végeredmény, s a modell semmit sem mond arról, hogy hogyan, milyen úton jutottunk el ebbe az egyensúlyi állapotba².

A verseny mint folyamat valós, döntően saját érdekeiket követő gazdasági aktorok tevékenységének interakciója, amelyben a dinamikus elem kihagyhatatlan. Schumpeter szerint a vállalkozó, ebben a dinamikus folyamatban egy speciális piaci szereplő, aki kulcsszerepet játszik, mivel az ő tevékenységének eredménye az innováció, ami a verseny működéséből kihagyhatatlan.

„Ha megpróbáljuk elképzelni, hogy hogyan is működik, vagy működhetne a tökéletes verseny a kreatív rombolás (creative destruction) folyamatában, még elbátortalanítóbb eredményre jutunk. Nem okoz meglepetést annak belátása, hogy e folyamat lényeges elemeinek nyoma sincs a gazdasági élet azon modelljében, amely a tökéletes verseny hagyományos alapfeltevésire épül.”³

„A termelés új módszereinek vagy új termékeknek a bevezetése aligha lenne elképzelhető már a kezdetektől azonnal tökéletes - és tökéletesen működő – verseny

² Hayek arra is rámutat, hogy a tökéletes verseny modellje szerinti állapot valójában olyan helyzet, amiben már semminemű olyan verseny nincsen, amit a szó normális értelmében annak nevezünk. „A tökéletes verseny ideája „... feltételezi, hogy azok az állapotok már léteznek, amelyeket ... a versenyzés folyamata idéz elő ... Ha a tökéletes verseny elmélete által előfeltételezett állapot már létezne, az nemcsak hogy minden olyan tevékenységet kilátástalanná tenné, amit a „versenyezni” ige jelöl, de elméletileg is lehetetlenné tenné őket.” Hayek (1948)

³ Schumpeter (1942)

esetén. S ez azt jelenti, hogy mindazon a dolgok, amelyeket a gazdasági haladás körébe sorolunk teljesen összeférhetetlenek vele. Valójában, a tökéletes verseny – automatikusan, vagy speciálisan erre szolgáló intézkedések révén - mindig felfüggesztésre kerül és került, amikor bármi új dolog bevezetése van soron, még akkor is, ha egyébként a tökéletes verseny feltételei fennállnak a piacon.”⁴

„Ebből a szempontból a tökéletes verseny nemcsak lehetetlen, hanem alacsonyabb rendű (inferior) is, s nincs is jogcíme arra, hogy az ideális hatékonyság modelljévé tegyük. Ennélfogva, hiba lenne bármely iparág kormányzati szabályozásának elméletét arra alapozni, hogy az igazi üzletnek úgy kellene mennie, mintha a szóban forgó iparág tökéletes versenyő piacként működne.”⁵

A tökéletes verseny elméleti modellje szép, könnyen érthető, de túlságosan is leegyszerűsített, s így valójában nem alkalmas a valóságban a verseny jellegét és meghatározó folyamatok megértésére, és ezek eredményének értékelésre.

„... a verseny erői léteznek, sokkal valóságosabban és hatékonyabban, mint amennyire a jelenlegi elméletek ennek tipikusan hitelt adnak. Ezeknek az erőknek a működését sok tökéletlenség, komoly fenyegetésnek nehezítik, amit nem szabad lebecsülni. Valaki megjegyezheti erre, hogy e tökéletlenségek között vannak olyanok, amelyekre (tökéletlenül) reflektálnak a formalizált közgazdasági elmélet állításai, míg másokra nem. De ha képesek vagyunk a verseny erők konstruktív elemeinek megőrzésére, ezek többet kínálnak számunkra, mint az E.H. Chamberlin által 'tisztá versenynek' és Joan Robinson által 'tökéletes versenynek' nevezett modellek – többet mert megvalósítják a tömeggyártás és alkalmazott tudomány olyan kombinálását a versenyösztönzőkkel, ami ma elengedhetetlen a dinamikus fejlődéshez. S a dinamikus fejlődés értékelésére a 'tökéletesség' nem releváns kritérium.”⁶

⁴ Schumpeter (1942)

⁵ Schumpeter (1942)

⁶ Clark (1961)

Maurice Clark *Competition as a dynamic process*⁷ című munkájában lépcsőről lépésre veszi sorra azokat az elméleti egyszerűsítéseket, amelyek az oktatásban ugyan jól jönnek, mert egyszerűvé és tárgyalhatóvá teszik a kérdéseket, ugyanakkor ezek dogmatikus használata egyszerűen ellehetetleníti a valós üzleti, piaci folyamatok lényegének és különösen időbeli lefolyásának, dinamikájának megismerését, s ezáltal a verseny lényegének megértését, hatásának értékelését.

Ha a tökéletes verseny statikus modellje nem alkalmas arra, hogy **a tényleges piaci verseny vizsgálati modellje** legyen, akkor könnyen belátható, arra sem alkalmas, hogy gyakorlati szabályozást alapozzunk rá. A tökéletes verseny egyfajta iránypont lehet ugyan, ami megmutatja, hogy végtelen számú, tökéletesen informált, piaci erővel nem rendelkező, szempillantásnál rövidebb idő alatt alkalmazkodó, horizontális egyéni keresleti görbével szembesülő szereplő esetén milyen végeredmény adódik. E modellben a termék homogén és a szereplők között nincs különbség a termelés technológiai és közgazdasági feltételeiben, nincs technológiai fejlődés, s az alkalmazkodás időigénye sem játszik szerepet. A valóságban azonban szinte nincs olyan piac amelyik a modell értelmében tökéletes lenne. Legfeljebb annyi engedményt tehetünk, hogy egyes sokszereplős piacok jellemzői talán több tekintetében közelítik a modellben vázolt feltételeket, s ez valóban azt jelzi, hogy ezek esetén a verseny kérdésével, legalábbis problémaként miért nem igazán érdemes foglalkozni⁸.

A valós piacokról tudjuk, hogy még távolról is csak ritkán hasonlítanak erre a képre, azaz mindig „tökéletlenek”: a szereplők száma kevés, méretük, technológiájuk, termékük különböző, az alkalmazkodás időigényes, az informáltság nem tökéletes. A verseny elméleti és gyakorlati vizsgálata szempontjából azonban épp ez az érdekes, hisz ilyen

⁷ Clark (1961)

⁸ A monopólium esete is csak addig egyértelmű, amíg csak egy terméket gyárt és egységárat alkalmaz (bár ez meglehetősen életidegen). Több termék, vagy szofisztikáltabb árazási módszerek (nem lineáris tarifák illetve más árdiskriminációs eszközök alkalmazása esetén) azonban már bonyodalmak adódnak, mivel lehetőség van egyes fogyasztói csoportok tudatos megkülönböztetésére, a piaci erő differenciált érvényesítésére, ami közgazdasági szempontból számos érdekes kérdést vet fel.

jellemzők mellett is gyakran értékeljük úgy, hogy valójában hatékonyan működik a verseny. Ez a felismerést fogalmazta John Maurice Clark, amikor a valóságban is használható, azaz működő verseny (*workable competition*) koncepciójának használatára tett javaslatot:

„... a verseny leghatékonyabb létező, vagy elérhető formái tökéletlenek, mivel más lehetőség nincsen. Az azonban jelentőséggel bír, ha – alapos vizsgálódás után – azt találjuk, hogy egyes formák elég jól működnek ahhoz, hogy rájuk hagyatkozzunk, mivel összességében kielégítőbbek minden más helyettesítőnél, amelyre a verseny helyett támaszkodhatnánk. Igazán hasznosnak bizonyul, ha tanulni tudunk valamit a „tökéletlenségnek” azokból a fajtáiból és fokozataiból, amelyek kifejezetten a javunkra szolgálnak bizonyos körülmények között.”⁹

Milyen ismérvei vannak a működő versenynek, mitől függ, hogy egy valóságos formát elég hatékonynak tekinthetünk-e? Ehhez előbb azt kell tisztázni, hogy mik azok a tökéletlenségek, amelyek – időben, térben adott - jelenlétét az iparágra jellemző termelési (kínálati) és keresleti tényezőkként és az ezeket összekapcsoló csere tranzakciók meghatározó jellemzőiként egyértelműen el kell fogadnunk. Ezután megvizsgálhatjuk, hogy a létező piaci viszonyok között milyen feltételekkel működik, illetve működhet a verseny. Ez lényegében a piaci erő vizsgálatát jelenti, vagyis azt, hogy a piaci szereplők egyike, vagy közülük összehangolt viselkedéssel többen képesek-e az árat vagy a minőséget tartósan úgy befolyásolni, hogy az a fogyasztók számára összességében hátrányos legyen. Amennyiben egy vagy több szereplő tartósan ilyen egyoldalú befolyásolási lehetőséggel, azaz piaci erővel rendelkezik, a piac nem működik hatékonyan. Ha az egyéni piaci erő nem tartós, hanem átmeneti, az kompatibilis a működő verseny fogalmával, sőt – ahogy Schumpeter fogalmaz – ez a „verseny sarkantyúja”. A szabályozás, mint lehetséges korrekciós eszköz, akkor jöhet a képbe, amikor úgy találjuk, hogy verseny, mint folyamat nem működik hatékonyan. A szabályozási beavatkozás előtt azonban meg kell vizsgálnunk, hogy van-e olyan eszköz, amivel a piaci verseny működését hatékonyabbá tehetjük, vagy ilyen eszköz híján a versenyt szabályozással helyettesítve

⁹ Clark (1940)

hatékony verseny eredményét reprodukálhatjuk, s mindezt úgy, hogy a kúra eredményei meghaladják mellékhatások által okozott károkat.

A működő verseny problematika Clark részéről történő felvetése komoly változást indított el a közgazdaságtanban, s egyik kiváltója volt a ma Industrial Organization (a szakzsargonban használt rövid nevén IO)¹⁰ néven ismert kutatási irány kialakulásának. Bár máig nem sikerült egyszerű választ adni arra a kérdésre, hogy mikor is tekinthető hatékonyak a verseny, s milyen indikátorok azok, amelyek értékének ismeretében ezt egyértelműen és kétségbevonhatatlanul el tudjuk dönteni, a kutatási eredmények kínálnak számos fogódzót.

¹⁰ Magyarul gyakran a piacszerkezetek kifejezést szokták használni, de épp az e tanulmányban leírt szempontok miatt sokkal szerencsésebb a Carlton-Perloff könyv címének magyarítása, a piacelmélet kifejezés. Lásd Carlton, Perloff (2003)

3. A Struktúra-Magatartás-Teljesítmény modell korlátai

Az piacelméleti kutatások korai szakaszában az empirikus vizsgálatokra építve kialakult megközelítés szerint a piacon megfigyelt struktúra, a szereplők magatartása és az eredmények összefüggésének vizsgálatával adhatunk választ arra a kérdésre, hogy a nem tökéletes piacokon milyen versenyt találunk. Az angolul röviden SCP¹¹ paradigmának nevezett megközelítés szerint az egyes elemek egymásra is hatnak¹². Sokak szerint azonban a struktúra a meghatározó a verseny szempontjából, ezért elsősorban annak vizsgálatára kell törekedni¹³. Bár a struktúra primátusa sem elméletileg, sem gyakorlatilag nem nyert igazolást, hagyományosan a versenyjog is lényegében ezt az elemzést preferálja a dominancia vizsgálatoknál, természetesen azzal a megszorítással, hogy a magatartás vagy a teljesítmény értékelése is árnyalja a képet. Ám ezzel mégiscsak kevésbé szoktak foglalkozni. Ezt tükrözi az az általános feltételezés is, hogy a 40%-nál magasabb piaci részesedés már gyanús, s az 50 % fölötti már szinte biztosan piaci erőt jelent. Ha a vizsgálati hipotézis szerint a vállalkozás piaci erővel rendelkezik, akkor a struktúrára koncentráció megközelítés torzít, mert ezzel nő az elsőfajú hiba lekövetésének esélye, vagyis az elemzés olyan vállalatot is piaci erővel rendelkezőként azonosít, amelyiknek valójában nincs piaci ereje¹⁴. A szabályozó így hibát követ el, mert olyan helyzetben kerül sor a szabályozás alkalmazására, mikor az nem lenne indokolt.

¹¹ Structure, Conduct, Performance magyarul struktúra, magatartás, teljesítmény.

¹² A struktúra erősen meghatározza a szereplők piaci viselkedését, s ezen keresztül, illetve közvetlenül a piaci eredményt, azaz az árakat, a mennyiséget és minőséget, valamint a vállalatok profitját és a fogyasztói jólét szintjét.

¹³ Az világos, hogy a piaci struktúra nem független az adott iparág meghatározó technológiai és közgazdasági jellemzőitől, mint: a termelési technológiák jellemzői, a termelés adott időszakban alkalmazott szervezeti formái, jogi és intézményi keretek, az adott termék piacon érvényes keresleti jellemzők.

¹⁴ A piaci erő természetesen nem diszkrét változó, hanem folytonos. A valóságban valamilyen mértékű piaci ereje szinte minden vállalkozásnak lehet, hisz ez szituációfüggő is. A verseny szempontjából az a piaci erő tekinthető károsnak, veszélyes mértékűnek, amely esetén a vállalkozás tevékenységét a piaci hatások –

Alfred Kahn¹⁵, a szabályozás közgazdasági elméletének úttörő gondolkodója és egyik legjelentősebb képviselője, s számos más szerző¹⁶ is azonban azon az állásponton van, hogy a piaci struktúra alapján nem ítélnék meg azt, hogy valójában hatékony verseny érvényesül-e a szóban forgó piacon¹⁷. Álláspontjuk szerint azonban a piaci teljesítmény vizsgálata sem ad választ a kérdésre, mert valójában nincs megfelelő viszonyítási pontunk a kapott eredmények értékelésére. A tökéletes verseny modellje számos esetben alkalmatlan arra, hogy egyfajta zsinórmérték legyen a valóságos piacok teljesítményének megítéléséhez, a hatékony (működő) versenyre pedig nem létezik ilyen modell. A való világ körülményei között az ár határkölségtől való eltérése, a normál értéknél magasabb profit nem minden esetben a verseny kudarcát jelzi, hanem gyakran épp a verseny megfelelő működésének velejárója, illetve annak előfeltétele. Schumpeter óta tudjuk, hogy az átmeneti extraprofit nélkül nincs ösztönző a kreatív energiák megmozdítására. A méret- és választékgazdaságosság esetén pedig az iparág életképességéhez nélkülözhetetlen a határkölséget jóval meghaladó ár. A verseny ráadásul soha nem egy statikus állapot, hanem egy olyan dinamikus folyamat, amiről pillanatfelvételt ugyan készíthetünk, de ettől még a folyamatnak csak a piac megszűnésével lehet vége. Sport analógiával élve olyan, mint egy vég nélküli sok-próba verseny, ahol maguk a próbafeladatok, s ezek sorrendje sem látható előre kellő bizonyossággal. A részeredmények informatívak ugyan, de nem lehetünk biztosak abban, hogy valakinek a pozíciója egy adott szakasz végén, mire változik

azaz a fogyasztók alkalmazkodása és a tényleges vagy potenciális versenytársak viselkedése - nem korlátozzák. Egy ilyen vállalkozás oldalúan emelheti például az árait a versenyár fölé, anélkül, hogy ezzel profitcsökkenést kockáztatna.

¹⁵ Kahn (2006)

¹⁶ Weisman (2005), Tardiff (2007)

¹⁷ *„Nem tagadva azon állítás logikájának értelmét, hogy ha a piac strukturálisan nem versenyző – vagyis sem tényleges, sem a nyitott ajtóban toporgó versenyzők nincsenek – akkor nem is lehet hatékonyan versenyző, kimutattam, hogy koncentrált oligopol piacok – a cigarettától az autógyártáson át az ... elektronikáig – igen különböző mértékű teljesítményt mutatnak”, Kahn (2006)*

a következő próbaszám után¹⁸. Egy ilyen verseny eredménye előreláthatatlan. Ez a tény nem csak gyakorlati szempontból jelentős, hanem elméletileg is. Ha ugyanis az eredményt előre látnánk, a folyamat tanulmányozásának tudományos szempontból nem sok haszna, vagy értelme lenne.

Kahn véleménye szerint a verseny működésének megítéléséhez a szereplők viselkedésének s az ezen keresztül kikövetkeztethető szándékok vizsgálatára van szükség¹⁹. A rivalizáló viselkedés egyértelmű jelei és kikövetkeztethető motivációi sokkal több információt adnak a verseny jellegéről, mint a struktúra vagy az eredmények értékelése:

„Az antitröszt végső és felül nem írható célja a verseny, mint folyamat megőrzése. Az érdemi vizsgálat lényege annak tudomásulvétele, hogy megkülönböztessük a lényegét tekintve verseny szempontból hasznos piaci erőt, ami a vállalat jobb terméke, üzleti kiválósága, vagy történeti véletlen' következménye, azoktól az esetektől, amikor ez 'törvénytelen vagy kizáró praktikák tudatos alkalmazásának vagy fenntartásának' eredménye.”²⁰

A feladat tehát az, hogy, amennyiben a helyzet a verseny megítélése szempontjából nem tekinthető eleve egyértelműnek, akkor a szereplők viselkedését megfigyelve, azt elemezve és értékelve állapíthatjuk meg, hogy a verseny elég hatékony-e. A verseny jele lehet például a dinamikus árcsökkenés, a gyakori értékesítési akciók szervezése, új, innovatív ajánlatok megjelenése, a minőségjavulás és differenciálás, a szolgáltató váltások jelentős száma, stb.

¹⁸ Ebből persze nem következik az, hogy az előző számvégén elért jobb helyezés alapján ne gondolhatnánk azt, hogy a következő szám végén is valószínűleg jobb pozícióban találjuk a szóban forgó versenyzőt.

¹⁹ Kahn (2006)

²⁰ Kahn (2006)

4. A távközlési szolgáltatások legfontosabb közgazdasági jellemzői

A piac hatékonyságának vizsgálatára vonatkozó általános megközelítés után azt tekintjük át, hogy fundamentumait és működését tekintve mi jellemzi ma a távközlési piacokat.

Ha rögtön a piacok felől közelítünk, a mai távközlés meghatározó jellemzője a kevés, méretében többnyire heterogén szereplő jelenléte, piac nem szimmetrikus oligopol jellege. Ha csak a strukturális jellemzőket néznénk, akkor joggal fogalmazódik meg az a gyanú, hogy a piacok nem hatékonyak, van jelentős piaci erejű szereplő, s bizonyos felállásnál – inkább szimmetria esetén - nem zárható ki a piaci szereplők összejátszása sem. A piaci működés vizsgálata alapján azonban viszonylag könnyen ellenőrizhető, hogy valóban hatékony-e verseny.

- A távközlési szolgáltatások jelentős kiterjedésű **fizikai hálózatot** igényelnek. A mai digitális világban a konvergencia következtében ugyanazt a szolgáltatást különböző technológiákat alkalmazó hálózatok szolgálják ki, s ugyanazon a hálózaton több szolgáltatást nyújtanak egyszerre. A szolgáltatás költségszerkezetére a **magas fix költség és alacsony változó költség** jellemzi, bár ezek közelebbi viszonya technológiánként eltérő lehet. A fix költség meghatározó részét a hálózat passzív és aktív eszközei teszik ki. A fix költségek jelentős része ráadásul a fizikai hálózat létesítéséhez szükséges **elsüllyedt költség**, azaz rendkívül nehezen vagy egyáltalán nem likvidálható.
- Mivel **a kereslet ingadozik**, a normál üzem megbízható működése érdekében megfelelő túlméretezésre, **többletkapacitásra** van szükség. Mindezek a tényezők azt eredményezik, hogy az egyes szolgáltatások határköltsége alacsony, ugyanakkor a magas fix költség miatt a határköltség ár nem fedezi a működés költségeit, ezért veszteséges lenne. A költségek megtérülése és a vállalat életképességének biztosítása érdekében a fix költségekre is fedezetet nyújtó árakat kell alkalmazni. A **határköltséget jóval meghaladó árak**, illetve a nagyarányú árrés azonban verseny esetén nem

tartalmazzak extraprofitot, csak a normál megtérülést biztosítják. Ilyen esetben a magas Lerner index (vagyis a $(P-MC)/P$ hányados) nem valós piaci erőt jelez, hanem jelentős részben csak az összköltségen belül a fix költség magas (s ennél fogva a változó költség alacsony) arányát.

- Az iparágra a **méretgazdaságosság** meghatározó jelenléte is jellemző. Ez az adottság az előfizetős szám és az előfizető sűrűség még az urbanizált területekre jellemző szintje mellett is csak néhány szereplő gazdaságos működését teszi lehetővé a piacon. A szolgáltatások döntő többsége, beleértve a hálózati hozzáférési szolgáltatást is nem vagy csak távoli, ritkán lakott területeken maradt természetes monopólium. Verseny van, de kevés szereplővel, azaz tipikus kevés szereplős oligopol földrajzi piacokkal találkozunk. Oligopol piacokon a fő veszély az összejátszás. Ez leginkább érett piacokon, azonos technológia, homogén termék, az innováció alacsony szintje és elhanyagolható szerepe esetén fordulhat igazán elő. A versengő távközlési hálózatok azonban gyakran nem használnak teljesen azonos technológiát, az innováció szerepe nagy, a termék pedig rendszerint differenciált.
- További fontos gazdaságossági jellemző a **választékgazdaságosság**. Ez jórészt abból adódik, hogy ugyanazon a hálózaton többféle szolgáltatás nyújtható, s ezek együttes előállítása olcsóbb, mintha minden szolgáltatást külön hálózat támogatna. Az a szereplő, aki képes egy szélesebb szolgáltatás portfóliót nyújtani és értékesíteni, hatékonysági előnyre tehet szert versenytársaival szemben. A technológiai konvergencia eredményeként, több technológiai platform is képes hasonló szolgáltatás portfólió nyújtására, ugyanakkor nem feltétlenül azonos költségjellemzőkkel. Az eltérő költségviszonyok viszont olyan tényezők, amik egyfajta dinamizáló feszültséget jelentenek a verseny szempontjából. Az összejátszást kifejezetten nehezíti, ha a technológiai fejlesztés a verseny résztvevőit különbözőképpen segíti, azaz a másolás még elvileg sem lehet megoldás. Az egyes technológiai platformok különbségei (pl. vezetékes illetve vezeték nélküli, DSL és kábel) a választék hasonlósága esetén is olyan megkülönböztetést lehetővé tevő tényezőt jelentenek, ami a verseny lanygulása, „beállása” ellen hat.
- Fontos jellemzője az ipárnak a **vertikális integráció**. Mivel a vertikum egyes szintjeinek költségjellemzői különbözők, előfordulhat, hogy egyik szinten több szereplő működése is megfelel az adott szint közgazdasági sajátosságainak, míg más

szinten jóval kisebb, vagy egyáltalán nincs verseny. A vertikum valamely szintje akár természetes monopólium is lehet (pl. egyes ritkábban lakott földrajzi területeken). Ilyenkor a verseny a vertikum alsóbb szintjén csak úgy biztosítható, ha minden szereplő hozzáférést kap a felsőbb szinthez. Ez akkor okoz versenyproblémát, ha az egyik szereplő vertikálisan integrált, míg a hozzáférést kérő többi szereplő nem. A vertikálisan integrált szereplő ilyenkor gyakran folyamodik változatos kizorító, kizáró praktikákhoz, a hozzáférés megtagadásától, a halogatáson és a minőségi diszkrimináción át egészen az árprésig. A számunkra elsődlegesen fontos kiskereskedelmi piaci verseny sérülésére vagy hiányára itt is elsősorban a vertikálisan integrált szereplő nagykereskedelmi, illetve a kapcsolódó kiskereskedelmi piaci viselkedésének együttes vizsgálata alapján következtethetünk.

- Fontos iparági jellemző a választékgazdaságosságot kísérő jelenség a **komplementaritás**. A kínálati komplementer jóságok együttes előállítás olcsóbb, az egyik keresletcsökkenésének hatása drágítóan hathat a másik előállítására. A keresleti komplementaritás pedig azt jelenti, hogy az egyik jóság árának változása hasonló irányban (bár természetesen eltérő mértékben) hat a másik keresletére, azaz (normál jóság esetében) az árváltozás csökkenti (az árcsökkenés pedig növeli) a keresletet. Mindez azt eredményezi, hogy az ár- és keresletváltozás hatása sokkal jelentősebb költség-, illetve bevételi kihatásokkal jár, mintha ez a komplementaritás nem létezne. A komplementaritás az alapja a szektorra erősen jellemző csomagban történő értékesítésnek is.
- Az **externáliák** jelenléte is jellemző a szektorra: A hálózati externália igen jelentős tényező, de van kommunikációs (hívási) externália is, s a torlódást előidéző használat is externáliaként jelentkezik. A kiskereskedelmi piaci verseny hatékonyságának szempontjából az externáliákkal most nem foglalkozunk.
- Áttekintésünket kezdhettük volna a **belépési korlátok** vizsgálatával, mint az egyik meghatározó strukturális tényezővel, de ha nincs kifejezett jogi vagy valami természeti erőforráshoz való hozzájutással kapcsolatos explicit korlát, akkor a belépési korlátok inkább az iparági kínálat és kereslet speciális viszonyaiból következnek. A belépési korlát egyfajta többletköltség, amit az új belépőknek viselnie kell a piacon lévőkhez képest ugyanannak a termékmennyiségnek az előállítása, illetve értékesítése kapcsán. A távközlésnél a teljesség igénye nélkül ilyen lehet például kínálati oldalon az

útvonaljogok, telephelyek megszerzése, a hálózat kiépítése, tanulásból származó költségelőnyök elérése. Értékesítési oldalon ilyen többletköltséggel jár a márkaismertség megteremtése, a fogyasztói bázis kialakítása, fogyasztói szokásokkal kapcsolatos információk beszerzése, értékesítési csatornák kialakítása. A belépési korlát egy akadály, ami többnyire nem teszi lehetővé a belépést, de egy potenciális új szereplő számára csak akkor vállalható a belépés, ha ezek viselése esetén is van rá komoly esély, hogy e vállalkozással profitra tehet szert. Sokszor a belépés épen azért válik lehetővé, mert valami innováció folytán épp a korábban elrettentő egy vagy több belépési korlát szűnik meg, válik kikerülhetővé vagy könnyen átugorhatóvá. Viselkedési szempontból persze nem túl beszédes, hogy egy piacra miért nincs belépés, ha a potenciális belépőket nézzük. Könnyen lehet azonban, hogy ez a bennlévő(k) üzleti és egyéb praktikáinak következménye. Ha ez így van, akkor könnyen lehet, hogy épp egy versenyellenes gyakorlatot érünk tetten. Belépési korlátok mellett is lehet azonban egy piacon komoly verseny.

- A mai távközlési piacra igen erősen jellemző, de az elektronikus távközlés egész eddigi története során meghatározó jelentőségű volt a technológiai és egyéb típusú **innováció**²¹. Az innováció szerepe a távközlésben annyira jelentős, hogy versenykörnyezetben meghatározó lehet a szereplők méretének, profitjának alakulására. Innováció és fejlesztés természetesen elképzelhető verseny nélkül, monopólium esetén is, de ott csak akkor játszik szerepet verseny tényezőként, ha a potenciális belépési fenyegetést alapozza meg, vagy tényleges belépést tesz lehetővé,

²¹ Már az iparág fejlődésének korai szakaszában is meghatározó volt a kutatás és fejlesztés szerepe. Ez volt az a tényező, ami a Bell telefon szabadalmának 1893-as lejárta után beindította az iparági versenyt, de részben az innováció fegyverével tett szert az AT&T olyan technológiai és méretbeli versenyelőnyre független riválisaival szemben, ami megalapozta több évtizedig tartó monopol pozícióját az Egyesült Államok területének meghatározó részén. Ezen a szilárdnak tűnő monopóliumon azonban a mikrohullámú távközlés, s erre üzletet építő új szereplők megjelenése ütött rést. A monopóliumot ellenőrző és védő szabályozás először akadályozta, majd kénytelen-kelletlen elfogadta, később pedig már kifejezetten támogatta az új piacralépő versenytársakat. Az iparág elmúlt időszaki története során is számos meghatározó jelentőségű technológiai innováció született az átviteli, kódolási, tömörítési és tárolás technológiák fejlődését megalapozó digitalizálás a mobil telefonía, majd az internet megjelenése, melyek maguk is kisebb-nagyobb innovációs lépések során fejlődtek illetve fejlődnek tovább.

ezzel megtörve a korábbi monopol pozíciót. Több szereplő esetén az innováció, azaz új megoldások, szolgáltatások, üzleti modellek bevezetése a verseny igazi hajtóereje. Az innovátor gyakran jelentős előnyre tehet szert, amíg a többiek másolni tudják az újítást.

A továbbiakban külön megvizsgáljuk az iparág két karakterisztikus tulajdonságának, a kiterjedt, s több szolgáltatás nyújtására alkalmas fizikai hálózat létének és a folyamatos, magas szintű innovációnak a versenyre gyakorolt hatását. Mivel vizsgálódásunk fő kérdése, hogy lehet-e hatékony verseny a kevés szereplős oligopol távközlési piacokon, ehhez szükség van a többi felsorolt termelési és fogyasztási jellemzők hatásainak, következményeinek együttes figyelembe vételére. A „hatékony-e a verseny?” kérdésre adott válasz indirekt módon azt is megmutatja, hogy hol és milyen indokkal lehet szükség szabályozási beavatkozásra.

5. Az innováció szerepe a versenyben²²

A valós piaci folyamatok fontos része az innovációs tevékenység, különösen olyan iparágakban, mint a távközlés, ahol a versenyt jellemzően néhány nagy és közepes vállalat versenye mozgatja. Abban az esetben, ha a versenyhelyzet értékelésénél az innovációs tevékenységet figyelmen kívül hagynánk, a valós piaci és vállalati működés egyik központi kérdését hagynánk figyelmen kívül, melynek következtében a piacról alkotott képünk csak részleges, rosszabb esetben pedig torz lehet.

Az intuíció alapján azt gondolhatjuk, hogy az élesebb verseny nagyobb nyomást gyakorol a vállalatokra, hogy újdonságokkal álljanak elő. Kérdés azonban, hogy ez valóban így van-e. Mi a szerepe a versenyben az árak, és mi az innovációnak? Hogyan értékelhető ezek alapján a verseny intenzitása?

A hagyományos mikroökonómiai modellek jellemzően figyelmen kívül hagyják az innovációt. Az innováció beemelésének igénye a mikroökonómiai vizsgálatba a közelmúltban fogalmazódott meg, különösen William Baumol munkáiban²³. A közgazdászok azonban, mint azt Muraközy²⁴ áttekintése bemutatja, már az 1960-as évek óta foglalkoznak azzal (Joseph Schumpeter munkái nyomán), hogy milyen összefüggés található a piacszerkezet és az innováció között. A kezdeti modellek eredményei arra utaltak, hogy a gyengébb verseny nagyobb innovációt eredményez. Aghion és kollegáinak tanulmánya²⁵ azonban bemutatta, hogy a kapcsolat fordított U alakú: a monopóliumok és a nagyon élesen versenyző iparágak kevésbé innovatívak, mint ahol néhány nagyvállalat versenyez.

Az innováció célja új termékek vagy eljárások kifejlesztése. Az innovációs tevékenységre az motiválja a vállalatokat, hogy ha sikeres az új termék vagy eljárás kifejlesztése, és az

²² Ez a fejezet Lőrincz László közreműködésével készült.

²³ Lásd Baumol, (2002a, 2002b)

²⁴ Muraközy (2009)

²⁵ Aghion et. al. (2005)

megfelelő védelem (pl. szabadalmak) alatt áll, akkor ennek idejére monopolprofitot érhet el.

Az innovációs tevékenység vizsgálatára a tökéletes verseny modellje nem használható. Az atomizált szereplők és az ár befolyásolásának lehetetlensége olyan feltételek, melyek miatt nem térülhet meg az innovációs tevékenység. A határkölség alapú árból pedig nem is finanszírozható az innováció. Ezek a jellemzők azonban, mint már említettük, nem is igazán tükrözik a valóságot a távközlési és hasonló piacokon. Az egyik lehetőség oligopólium modelleket használni a vizsgálatra, mint azt Aghion és kollegái is teszik²⁶. Baumol²⁷ pedig a megtámadható piacok modelljét²⁸ javasolja. Mindkét modellre igaz, hogy az ár nem határkölség alapú, hanem annál magasabb. A megtámadható piacok modelljében ez azért alakul így, mert nem várható belépés addig a piacra, amíg az árból várhatóan nem térülnek meg a kezdeti befektetések (elsüllyedt fix költségek) is.

Baumol az innováció két típusát különbözteti meg: a **termék innovációt** és a **folyamat innovációt**²⁹. A folyamat innováció következtében, ha az sikeres, a vállalati tevékenység hatékonyabbá válik, így ezt a határkölség-függvény lefelé tolódásával modellezhetjük. A termék innováció pedig új, korábbinál jobb termék vagy szolgáltatás kifejlesztését jelenti, melynek következtében a kereslet nő, a keresleti görbe jobbra tolódik.

Ennek a modellnek a segítségével már vizsgálható, hogy milyen piaci hatásokkal jár az innováció. A folyamat innováció esetében az várható, hogy csökken az ár, mivel a határkölség függvényt lefelé toltuk. Emiatt továbbá nő a fogyasztói többlet, és a piacon előállított volumen is. Ha sikeres az innováció, akkor (definíció szerint) a termelői többlet sem csökken, ami a fogyasztói többlet növekedése mellett azt jelenti, hogy a társadalmi jólét növekszik. A termék innováció esetében ezek a hatások nem ilyen egyértelműek. Ennek következtében az árak nőhetnek is, de csökkenhetnek is. Hogy melyik következik be, az a rugalmasságra gyakorolt hatástól függ. Sőt, speciális esetben, amikor a határkölség görbe meredeken emelkedő, az is elképzelhető, hogy a társadalmi jólét is csökken.

²⁶ Aghion et. al. (2005)

²⁷ Baumol (2002a)

²⁸ Baumol, Panzar és Willig (1986)

²⁹ Baumol (2002b)

Azonban a keresleti görbe jobbra tolódása miatt az itt is egyértelmű, hogy a piac volumene nőni fog.

Az innováción keresztül történő versengés fontos eleme a nagyvállalatok versenyének. Ez az innovációs tevékenység nagyban hozzájárul a gazdasági növekedéshez, és tipikusan növeli a fogyasztói jólétet is. Erősíti az innováció versenyösztönző hatását az a tény, hogy különböző technológiai platformok, különböző technológiájú hálózatok versenyeznek egymással. A költségszerkezet különbözősége nem igazán kedvez az összejátszásnak

A vállalatok persze ebben a versenyben is összejátszhatnak: megállapodhatnak abban, hogy együttműködnek az innováció alacsony szinten tartásában. Ez azonban a modern versenyszabályozás miatt nehéz, a közvetlen kommunikáció tiltott, és a vállalatoknak rövid távon megéri egyoldalúan megszegni ezt az együttműködést³⁰ (az árkartellek esetéhez hasonlóan).

A távközlési piacokon is fontos társadalmi cél az erős innovációs tevékenység fenntartása. Amint bemutattuk, verseny és innováció között bizonyos szintű átváltás van, a nagyon éles verseny esetén a vállalatok nem tudnak innoválni. Másik oldalról azonban a túl alacsony verseny sem kedvez az innovációnak, mert a monopóliumnak már nincs olyan sok haszna az innovációból, illetve a vállalatok az innováció alacsony szinten tartásában is összejátszhatnak.

A távközlésben számos újítás, s különösen a technológiai innováció bevezetése rendszerint nagy és intenzív beruházást igényel. Jó példa erre mondjuk a DSL technológia bevezetése, ami a szolgáltatás nyújtásához a hagyományos PSTN központokba DSLAM-ok telepítését igényli, a fogyasztók oldalán pedig egy DSL modemet kell csatlakoztatni. Míg az utóbbit esetleg kifizetheti a fogyasztó, a DSLAM-ok elhelyezése a hálózatban, a szolgáltató **fejlesztő beruházásának** keretében történik. A versenyelőny megszerzése, megtartása, vagy éppen a riválisok utolérése érdekében szükséges fejlesztő beruházások az iparágra jellemző **magas finanszírozási igényt** eredményeznek, amit hitel vagy tőke ágon a piacról kell megszerezni. Ez a jellemző rávilágít arra, hogy milyen nagy jelentőségű a szektorban, hogy egy vállalat a finanszírozási forrásokhoz mennyire könnyen, s milyen feltételekkel jut hozzá. Egy nagy nemzeti vagy nemzetközi vállalatcsoport tagja számára erre rendszerint

³⁰ Baumol (2002b)

nagyobb az esély, mint a pénzügyileg kockázatosabbnak ítélt kicsi, kevésbé ismert és rövid, vagy semmilyen üzleti, illetve adós múlttal nem rendelkező vállalkozások számára. A távközlésben a fizikai hálózatot létrehozó, bővítő, fejlesztő beruházás, ami a szolgáltatás nyújtásának előfeltétele, rendkívül fontos versenytényező. A hálózati beruházás stratégiai eszköz is. Fejlesztő beruházással nemcsak a jövőbeli szolgáltatási kínálati pozíciót lehet megalapozni, hanem arra is alkalmas, hogy a beruházó szereplő megelőzze a piacon levő tényleges, vagy elrettentse a belépni szándékozó potenciális versenytársakat.

Mivel az innováció markánsan jelen van a távközlési piacon a fejlesztő, újító szerep a fogyasztók szemszögéből rendszerint pozitív értékeléssel párosul. Ha valaki ebben be tud előzni, azzal komoly reputációs előnyre, vonzerőre tehet szert. Ez nagyon fontos egy olyan iparágban, ahol a méret- és választékgazdaságosság és a sűrűség-gazdaságosság miatt a hálózat méretének növekedése egyértelműen költségelőnyt is jelent. A mérettől függő költség előny mindaddig versenyelőny is lesz, amíg a hálózatban nem fordulhat elő torlódás, illetve a felhasználók nem zavarják egymást.

Az innovációs tevékenység mérése a piacokon azonban nem egyszerű. Az innováció esetében nincs olyan referencia pont, ami alapján megállapíthatjuk, mikor erős és mikor gyenge az innovációs verseny. Ráadásul az innovációs tevékenységnek nincs tökéletes indikátora. Nem ajánlott az innováció mérésére például a K+F kiadások összegét használni. A kutatás-fejlesztés ugyanis, bár szükséges az innovációhoz, annak csak egy részét jelenti. Ha sikeresen ki is fejleszt egy vállalat egy új terméket, vagy szolgáltatást, az csak akkor válik sikeres innovációvá, ha azt képes sikeresen a piacra is bevezetni³¹.

Ha az innováció mértékét akarjuk valahogy megragadni, használható lehet erre, ha annak fent leírt, árakra és mennyiségre gyakorolt kihatásait elemezzük. A kereslet bővülése jellemzi mind a termék-, mind a folyamat innovációt, míg utóbbi esetben az árak csökkenése is egyértelmű. Ilyen változások azonban számos más okból is bekövetkezhetnek – az árak csökkenhetnek például a verseny intenzitásának növekedése miatt is, ami pedig szintén növeli a keresletet. Ezek azonban összességében mindenképp jólét növelő folyamatok, és ha ez tapasztalható, valószínűleg csak másodlagos kérdés annak eldöntése, hogy mennyit okoz ebből a verseny és mennyit az innováció. Másik

³¹ Muraközy (2009)

oldalról viszont, ha azt látjuk, hogy az árak nem csökkennek és a keresett mennyiség sem nő, akkor joggal aggódhatunk, hogy az innovációs szint (is) alacsony a piacon.

Természetesen, kellő körültekintéssel lehetséges az innováció közvetlen mérése is. A fent említett K+F kiadások mellett vizsgálható például a bejegyzett szabványok száma, és egyéb mérőszámok. Ezek értékelésénél azonban egy további szempontot is számításba kell venni.

A magyar távközlési piacokon, beleértve a szélessávú internet piacát - az ilyen méretű piacokhoz hasonlóan - jellemzően multinacionális vállalatok versenyeznek. E vállalatok versenyében pedig a magyar piac, bár a verseny lehet éles, mégis viszonylag kis jelentőségű különösen a technológiai innovációk szempontjából. Az innovatív újítások döntően nem a magyar piacon tapasztalható versenynyomás eredményeképp jönnek létre, de ezek pozitív hozadékából a magyar fogyasztók is részesednek, ha ezeket itthon is bevezetik. Ebből a szempontból a magyar helyzet értékelésénél a szabványok számánál vélhetően fontosabb szerepet játszik, hogy milyen gyorsan vezetik be a vállalatok a külföldi fejlesztéseket, illetve milyen nagyságú az innovációk bevezetését szolgáló fejlesztési kiadásuk.

Az innovativitás egy másik indikátora lehet egy olyan minőségi paraméter értékelésének alakulása, amelyre az innováció irányul. Ilyen például az internetszolgáltatás esetén az újabb beruházásokra alapozva folyamatosan növekvő sávszélesség, ami pedig egy statisztikailag is könnyen és jól mérhető indikátor.

6. A kiépített hálózati infrastruktúra szerepe a versenyben

A távközlési szolgáltatás kiterjedt fizikai hálózatokon alapul. Bár a szolgáltatók és szolgáltatások versenyéhez nem feltétel, hogy minden szolgáltató rendelkezzen önálló hálózattal, s az sem szükséges, hogy egy szolgáltató a vertikum minden szintjén jelen legyen, a vertikális integráció gazdaságossági előnyeit elsősorban az integrált szolgáltatók tudják kiaknázni. A távközlésre azonban jellemző, hogy kétirányú szolgáltatások esetén a különálló hálózatok felhasználói csak akkor képesek kommunikálni, ha a hálózatok összekapcsolódnak egymással. A fogyasztókért versengő hálózatok összekapcsolásának társadalmi előnyei vannak. Szimmetrikus helyzetben a hálózatok általában meg tudnak állapodni egymással az összekapcsolás feltételeiről. Aszimmetrikus helyzetű szereplők esetén szabályozási beavatkozásra is szükség lehet az összekapcsolás létrehozása érdekében.

A felhasználóknak nyújtott *downstream* piaci szolgáltatásoknak nem feltétele, hogy csak vertikálisan integrált szereplő nyújthatja, sőt lehet, hogy gazdaságossági okokból kifejezetten nem célszerű, hogy felesleges duplikációra vagy egy $n+1$ -dik hálózat létrehozására sor kerüljön³², felmerülhet az az igény, hogy a nem integrált szereplő az *upstream* szinthez hozzáférjen. Mivel a *downstream* piacon a hozzáférés segítségével belépő szereplő megjelenése miatt erősödik a verseny a vertikálisan integrált szereplő elutasító, halogató, ellehetetlenítő praktikákat alkalmazhat a hozzáférést igénylővel szemben. Ilyenkor az aszimmetria miatt a belépő védelmében szükség lehet szabályozási beavatkozásra. Érdekes azonban, hogy nem minden esetben alkalmaz az integrált vállalat kizáró praktikákat. Ha például két vertikálisan integrált technológia versenyez, akkor a technológiák közötti verseny miatt az integrált szereplő érdekelt lehet abban, hogy több kiskereskedelmi „ügynök” adja el a szolgáltatást, ezzel növelve az adott technológia piaci elterjedtségét és részesedését az adott földrajzi területen. Ilyen esetben a nagykereskedelmi hozzáférési szolgáltatáson is lehet profitot realizálni, ráadásul a

³² Ahol n a költségjellemzők alapján az adott időpontban gazdaságosan működtethető hálózatok (vállalatok) száma. Lásd pl. Carlton, Perloff (2003)

kiskereskedelmi költségek és kockázatok több szereplő között oszlanak meg. Több önálló vagy részben önálló kiskereskedelmi szereplő nem csak azt teszi lehetővé, hogy az integrált vállalat fejlesztési erőforrásai nagyobb részét fordíthassa a hálózat fejlesztésére, hanem azt is, hogy kiaknázhassa a méret és az előfizető sűrűség növekedéséből és az üzemeltetési tapasztalat gyarapodásából származó gazdaságosságokat. Technológia verseny esetén – különösen, ha már jelen vannak – a vertikálisan integrált szereplőnek érdemes hozzáférést adnia szolgáltatást nyújtó vállalkozásoknak. Természetesen ez a helyzet addig kívánatos, amíg a hálózatok közti verseny érdemben zajlik, ha ez leáll, a hálózatos szolgáltató érdekeltsége is csökken. Megfigyelhető, bár ösztönzési szempontból nem feltétlenül indokolható, hogy az integrált szereplő törekszik arra, hogy a szolgáltatásminőség feletti kontroll lehetőségét megtartsa. Ez csökkenti a hozzáférést használó szereplők differenciálási és innovációs lehetőségeit, ezáltal a technológián belüli versenyt. Természetesen, ha a hálózatok úgy versenyeznek, hogy a technológia lényegében azonos, vagy egy technológiát több hálózat képvisel, de technológiai verseny is van, akkor lehet olyan hálózati szolgáltató, aki a nagyker szolgáltatások fejlesztésére és nyújtására összpontosít, s a tőle hozzáférést igénylők számára sokkal nagyobb tér nyílik a szolgáltatások differenciálására és az innovatív megoldások alkalmazására. Nem szabad azonban elfelednünk, hogy a gazdaságosan működtethető hálózatok számának – még ha technológiailag sokfélék is lehetnek – korlátot szabnak a gazdaságossági jellemzők. A távközlés mai állapotában urbanizált környezetben több hálózat működtethető gazdaságosan még a hozzáférésben is. Ritkán lakott és távoli területeken azonban még mindig elképzelhető, hogy a fizikai hálózat természetes monopólium.

A hozzáférési szabályozás hálózati monopólium esetén szükséges lehet a végfelhasználókért folyó verseny elősegítése, erősítése szempontjából, szerepe azonban nem egyértelmű, s néha kifejezetten káros lehet a hálózatok és különösen a technológiák versenye esetén. A szabályozás egyik veszélye az, hogy túl alacsony hozzáférési díjakat szab, így az integrált vállalat a korábbi beruházásaként létrejött infrastruktúra átengedésén túl, még az új belépők finanszírozására is kényszerül. Ez persze jól megállapított hozzáférési árak esetén elkerülhető, bár ha nem az inkumbens ösztönzése szempontjából egyértelműen optimális Hatékony Komponens Árazást (ECPR) alkalmazzák, akkor statikus megközelítésben az integrált szereplő egyértelműen profitot vesz. A nagyobb veszély azonban nem feltétlenül az, hogy túlszabályozás történik, hanem az, hogy a szabályozás

természetéből, a versenyzők túlzott védelmére való opportunistá hajlamából adódóan ez megtörténhet. Egy szabályozási rendszer léte önmagában kockázatot jelent az integrált szereplőnek, ami negatívan hathat annak beruházásaira. Ha ez nem is feltétlenül következik be, az az empirikus vizsgálatok eredményeként ma már belátható, hogy a hozzáférési szabályozás léte csökkenti az egyéb szereplők infrastruktúra beruházásait, még akkor is, ha ez gazdaságilag értelmes lehet. A hozzáférési szabályozáson alapuló szolgáltatási verseny összességében tehát csökkenti az infrastruktúra verseny mértékét. Ha ez igaz, akkor az a kérdés, hogy a mit tud az infrastruktúra verseny? Társadalmilag kívánatosabb, mint a szolgáltatási verseny, s ha igen miért?

7. Az infrastruktúra verseny jellemzői és következményei

Az infrastruktúra verseny alapesetben a hálózatok versenyét jelenti, anélkül, hogy vizsgálánánk, hogy a hálózatok technológiája azonos vagy különbözik-e³³. Természetesen e verseny sokkal izgalmasabb, s, ha csak nem kerül valaki tartósan egyoldalú fölénybe, erősebb akkor, ha technológiai verseny is van.

A hálózati verseny fontos jellemzője, hogy a piacon általában jelentős és tartós kapacitásfelesleg, ki nem használt többletkapacitás van. Ez elsősorban a kereslet ingadozása miatt indokolt, hiszen a hálózatnak képesnek kell (a versenyben fontos változót jelentő) vállalt minőségi paraméterekkel lekezelnie a meglévő felhasználók ingadozó forgalmát és lehetőleg ugyanilyen feltételekkel ellátni az új csatlakozókat is. A hálózatok átfednek egymással, hiszen a tényleges előfizető sűrűségétől függetlenül egy-egy terület lefedésére szükség van ahhoz, hogy ott a szolgáltatás értékesíthető legyen. A méretgazdaságosság és sűrűséggazdaságosság arra ösztönöz minden hálózatot, hogy minél több előfizetőt csábítson magához. A hálózatok költségjellemzői, vagyis a magas fix- és az alacsony változó- és határköltség miatt, az átlagköltség alatti határköltség ár nem fedezi a hálózat fenntartásának költségeit. Ez az oka annak, hogy a tökéletes versenyre hivatkozó tankönyvi példához képest a fenntartható ár, minden szereplő esetén jóval meghaladja a határköltséget. A magas árrés azonban nem tartalmaz extraprofitot, s nem jelent piaci erőt sem. A határköltséghez képest magas árrés versenyár mellett áll fenn, s ezt fedező árak nélkül egyetlen szereplő sem maradhat tartósan benn a piacon³⁴. A határköltséget jelentősen meghaladó ár miatt azonban verseny esetén semmi ok az aggodalomra. Az árrés mértékét a piaci verseny és a potenciális belépés korlátozza.

³³ Így van ez a mobil piacon az EU országokban, ahol harmonizációs döntés folytán a GSM illetve a W-CDMA technológia lett az egyetlen alkalmazható közcélú mobil technológia. Ezt csak kicsit árnyalja, hogy az utóbbi időben több tagállamban is megjelenhettek olyan, jobbára marginális szereplők is, amelyek más mobil technológiát alkalmaznak. A világ több országában (pl. USA, Kína, India, Japán, hogy csak nagyobbakat említsünk) a mobil szolgáltatásban is technológiai verseny van.

³⁴ Kahn (2005), Tardiff (2007)

„amikor van lehetőség a belépésre, a túlzó ár alkalmazásának esélye elhanyagolható – valójában, amikor a versenyző vállalatok összkapacitása meghaladja a keresletet, a verseny az árakat a határkölség irányába tolja, de csak addig a pontig, amíg az iparág vállalatainak pénzügyi életképességét nem veszélyezteteti.”³⁵

Mivel a hatékony verseny egyenértékű azzal, hogy nincs olyan szereplő a piacon, aki jelentős piaci erővel rendelkezne, a piaci erő hiánya (megfelelően) működő versenyt jelez. A piaci erő jelenlétét vagy hiányát úgy állapíthatjuk meg, hogy megvizsgáljuk, hogy a versenyrhoz képest megvalósított kismértékű, de tartós áremelés, hogyan hat a vállalat profitjára. A vállalatnak nincs piaci ereje, ha a fogyasztók és a versenytársak reakciója következtében a növekvő ár mellett a profit csökken. Ez a távközlés esetében a fix költségek magas aránya miatt nagyon valószínű. Jerry Hausman amerikai közgazdász, mutatta meg, hogy a fix költségek nagy aránya miatt már viszonylag kismértékű keresletcsökkenés is megakadályozza, hogy a vállalatok a versenyárnál magasabb árakat szabjanak meg³⁶.

A kismértékű tartós árnövekedés hatása egyrészt a kereslet csökkenése, másrészt a kisebb mennyiség és a megemelkedett ár miatti bevétel növekedés. A kettő egyenlege adja a profitváltozást. A kereslet csökkenés miatt a vállalat az elveszett mennyiség változó költségét takarítja meg, ugyanakkor elveszti a fix költségekre fedezetet nyújtó árrést. Ezt csak kompenzálja, a kisebb mennyiségen elért nagyobb árbevétel. A vizsgálat átfordítható egy kritikus értékesítés csökkenés tesztre, amely megmutatja, hogy mi az a kritikus érték, aminél nagyobb keresletcsökkenés már veszteségessé teszi az áremelést. A kritikus kereslet csökkenés mértékét az alábbi képlet adja³⁷

$$KKCS = \frac{\Delta p / p}{(1 + \Delta p / p) - MC / p}$$

ahol:

$\Delta p/p$ az árváltozás

³⁵ Tardiff (2007)

³⁶ Hausman (2003)

³⁷ Hausman (2003), Tardiff (2007), Weisman (2006)

MC/p a határkötség aránya az árban (egyszerűsítve a változó költség aránya az összköltségben)

Ha tehát a kereslet az árváltozás hatására a fogyasztók elvándorlása és vásárlás visszafogása következtében jobban csökken ennél az értéknél, akkor az áremelés nem lesz profitábilis, következésképpen a vállalatnak nincsen piaci ereje. Mivel a kiindulópontban 0 volt a profit, valójában ilyen keresletcsökkenés esetén már veszteségről kell beszélnünk. Egy számpéldával: ha a változó költségek aránya az összköltségben pl. 0,2 (ami jellemző a vezetékes távközlésre), akkor 5%-os áremelési próbálkozásnál, ha a kereslet több mint 5,89%-kal csökken, már veszteséges lesz az áremelés.

A számokból jól látható, hogy az áremelés akkor nem profitábilis, ha a kereslet árrugalmassága 1-nél nagyobb, s meghalad egy kritikus értéket. A rugalmas kereslet azonban versenyár esetén természetes. Tudjuk, hogy verseny esetén a vállalat saját keresleti görbéje mindig jóval laposabb, mint az iparági³⁸. A keresletnek itt viszont nem kell extrém módon rugalmasnak lennie, mert a magas fix költség (alacsony változó költség) arány miatt már alacsonyabb rugalmassági értéknél is olyan helyzet adódik, hogy a kisebb mennyiség mellett az átlagköltségre csak magasabb ár nyújtana fedezetet, miközben ilyen áron a vállalat már nem tudna értékesíteni.

Az eddigiekből az következik, hogy olyan oligopol piacon, ahol a saját infrastruktúrával versenyző vállalatokra jellemző a fix költség magas aránya az összköltségen belül, s a szereplők külön-külön a piac jelentős részének ellátáshoz elegendő többlet kapacitással – azaz a kereslet gyors és hatékony kielégítésének lehetőségével - rendelkeznek a piacon, jó eséllyel előfordulhat, hogy:

1. a versenyár jóval magasabb a határkölségnél
2. a piacon kialakuló ár nem tartalmaz extraprofitot
3. nagy valószínűséggel nincs olyan vállalat, akinek egyedül jelentős piaci ereje lenne

³⁸ Tökéletes verseny esetén tökéletesen rugalmas, vagyis ∞ . Ha a vállalat árat emelne, egyszerűen elvesztené teljes piacát, mert az eladása 0-ra csökkenne.

Egy további fontos piaci erőt korlátozó tényező a különböző szolgáltatások közötti komplementaritás jelenléte. Mivel a szolgáltatók több szolgáltatást is ugyanazon a hálózaton nyújtanak, s gyakran együtt is értékesítenek, a fix költséget több szolgáltatás együttes bevételeiből is fedezhetik. Ha egy fogyasztó megvásárol egy szolgáltatást, potenciálisan a másiknak is a fogyasztója lehet. Ha egy már meglévő ügyfélnek egy másik szolgáltatást is értékesíteni tud a vállalat, ez számára egyértelmű kiaknázható hatékonysági előnyt jelent, még akkor is, ha az ügyfélszerzés költségében elérhető megtakarítást nem is vesszük figyelembe.

Ha az áremelés következtében az elvesztett fogyasztó korábban többféle szolgáltatást igénybe vett, akkor a veszteség sokkal nagyobb, mintha csak egy szolgáltatásról lenne szó. Ha a többi szolgáltatásra is igaz, hogy az ár a magas fix költségek miatt a fogyasztó elvesztésével elkerülhető költségnél (azaz a konkrét szolgáltatás határköltségénél) az áremeléssel próbálkozó szereplő vesztesége még jelentősebb lesz. A komplementer termékek jelenléte az egyetlen termék esetéhez képest tehát tovább erősíti a verseny fegyelmező hatását, azaz csökkenti a piaci erőt³⁹. Ha a szolgáltató helyettesítő szolgáltatásokat nyújt, akkor az áremelés következtében a termékek közötti helyettesítés miatt kevesebb fogyasztót veszít el teljesen, mivel néhányan az ő helyettesítő termékét választják, tehát részben nála támasztanak e termékre többletkeresletet. Ebben az esetben az mondhatjuk, a piaci erő az egytermékes helyzethez képest nagyobb lehet.

³⁹ A versenyző szegély mellett létező oligopol piacon működő többtermékes domináns vállalat piaci erejének meghatározásáról lásd Weisman (2006 és 2007) Tardiff és Weisman (2009) írását.

A kiterjedt fizikai hálózat, valamint a méret- és választékgazdaságosság következményeire vonatkozó megállapítások azért fontosak, mert világosan kiderül, hogy a pusztán a piaci részesedések illetve ezek alakulásának vizsgálata, vagy a dominánsnak tűnő szereplő esetén a Lerner index számítása önmagában nem elégséges annak eldöntésére, hogy hatékony-e a verseny a szóban forgó piacon. Ennél mindenképpen alaposabb vizsgálat szükséges.

A piacelemzés során figyelembe kell venni, hogy hány fogyasztók jelentős részét ellátni képes önálló hálózati infrastruktúra működik, s ezek milyen gazdaságossági jellemzőkkel rendelkeznek. Ha egynél több olyan önálló infrastruktúra létezik, amelynek van többletkapacitása, s az egyiket elhagyó fogyasztók megjelenése a másikon már csak a kiszolgálás változó költségével növeli a szóban forgó vállalat költségeit, miközben az ár (a magas fix költséghányad miatt eleve) meghaladja azt, egyértelmű, hogy mindegyik szereplő verseng fogyasztók elhódításáért. A verseny egyik komoly garanciája tehát hálózati többletkapacitás megléte, s a fix költségek magas aránya és a komplementaritás, hajtóereje pedig a méret- és választékgazdaságosságban rejlő lehetőségek kiaknázásának igénye. A verseny erősségéről tehát hitelesebb képet kapunk, ha a piaci struktúra elemzése mellett a szereplők viselkedése és a verseny megfigyelhető eredményei alapján vonunk le következtetéseket. A versengő magatartások igen változatosak lehetnek. A verseny jele lehet az egymásra licitáló árcsökkenés, az akciók alkalmazása, szolgáltatásválaszték bővülése, a minőségi differenciálás és a minőség javulás, a szolgáltató váltások jelentős száma, stb.

Ha az innováció szerepét és a hálózatok versenyét együtt vesszük figyelembe, arra jutunk, hogy együtt még inkább erősítik annak lehetőségét, hogy az oligopol piacszerkezet ellenére éles verseny legyen a piacon, amelyben valaki előnyre tehet szert, de ez ritkán lesz tartós. Ha a különböző hálózatok ráadásul egyúttal különböző technológiát is használnak, az innováció szerepe még inkább felértékelődik, miközben a másolás lehetősége sokkal korlátozottabb. A szélessávú piacon például (azokon a földrajzi piacokon, ahol ezek az infrastruktúrák együttesen jelen vannak) rendkívül erőteljes versenyt produkál a vezetőkes

telefonszolgáltató, a kábeles és mobil szolgáltatók közti technológiai és fejlesztési versenyfutás. Intenzív infrastruktúra verseny esetén, különösen, ha ez technológiai rivalizálással is párosul a szolgáltatásalapú verseny szabályozási támogatása szükségtelen, és jelentős piaci erőre való hivatkozással nem is megalapozható. A szabályozónak ilyen helyzetben mérlegre kell tennie, hogy kárt is okozhat azzal, ha a szolgáltatási versenyt erőlteti az infrastruktúra verseny rovására. Ebben a helyzetben további gondot okozhat az aszimmetria, vagyis az, ha valamelyik infrastruktúra tulajdonosának szabályozott hozzáférést kell adnia, míg a másoknak nem. Ilyen esetben a szabályozott számára folyamatosan fennáll az a szabályozási kockázat, hogy olyan áron kell nagykereskedelmi szolgáltatást nyújtania platformon belüli riválisainak, ami szimplán a szolgáltatási versenyzők szubvencionálását jelenti. A magasabb kockázat, s a stratégiai mozgástér beszűkítése ronthatja a vertikálisan integrált, hozzáférés nyújtására kötelezett szereplő lehetőségét a platform és technológiai versenyben való helytállásra. Kevésbé rossz megoldás lehet ilyen esetben a szimmetrikus hozzáférési szabályozás alkalmazása, de rendszerint ez sem kívánatosabb a szabályozás nélküli állapottal szemben.

8. Szélessávú infrastruktúra verseny és szabályozás: nemzetközi példák

Magyarország számára számos tanulsággal szolgálhat a hozzánk e tekintetben hasonló magas szélessávú kábel penetrációval rendelkező országainak tapasztalata. Az USA és Kanada az OECD legmagasabb szélessávú kábel penetrációval jellemezhető tagjai. Hollandiában a kábel szerepe meghatározó a műsorterjesztésben, ugyanakkor jelentős, de a Magyarországinál alacsonyabb a súlya szélessávú piacon. Mindegyik országban elmondható, hogy a hálózatok versenye olyan nagy, hogy jogosan merült, illetve merül fel a korábban szabályozott telefon platform esetében szabályozás megszüntetése, illetve a szabályozás teljes visszavonulása a telefon és a szélessávú szolgáltatások versenyző földrajzi piacain. Az USA és Kanada az elmúlt évtizedben visszavont minden telefon szolgáltatásra vonatkozó kis- és nagykereskedelmi szabályozást azokon a piacokon, ahol elegendőnek ítélte a versenyt. A szélessávú piacon pedig a korábbi szabályozás megszűnése után nincs külön nagykereskedelmi hozzáférési szabályozás.

A szabályozónak minden esetben azt a kérdést kell megválaszolnia, hogy kevés szereplő esetén, mikor ítéli úgy, hogy a hatékony verseny létrejött, s miben látja a garanciát annak fennmaradására. A kérdésekre adott válasz azért érdekes, mert számos tanulsággal szolgál a sok tekintetben hasonló magyar piac vizsgálatához.

8.1. Kanada példája

Előzetesen fontos leszögezni, hogy a kanadai szabályozás jogi keretei mások, mint az EU országaiban alkalmazott kötöttebb, sztenderdizáltabb piacelemzési eljárás. Kanadában az a kérdés merült fel, hogy a telefon szolgáltatás esetén alkalmazott szabályozási gyakorlatot a piaci környezet változása és a verseny jelentős erősödése miatt felül kellett vizsgálni. Platformon belüli versenytársak piacralépése, a mobil telefónia univerzális elterjedése, valamint a kábelhálózatok piacvezető szerepe a szélessávú szolgáltatások piacán, s részükről az egyszerű, alacsony inkrementális költséggel járó belépés a telefóniába, idejétmúlttá és terhessé tette a telefon szolgáltatásra vonatkozó szabályozás

fenntartását a versenyző területeken. Felmerült a kérdés, hogy mikor mondhatja azt, hatóság, hogy nincs szükség az ágazati szabályozásra, mert a verseny lesz a legjobb „szabályozó”? Mikor lehet az ex ante ágazati szabályozást feladni, s átengedni a terepet az általános versenyjogi szabályozásnak?

A kanadai távközlési piacon a telefonszolgáltatásban a 2000-es évek közepéig nemzeti szintű szabályozás működött. 2004-ben az egyik helyi inkumbens az Aliant (a Bell Canada egyik leányvállalata) több kapcsolási körzetben kezdeményezte a szabályozás visszavonását. 2005-ben a kanadai szabályozó a CRTC egy nyilvános konzultációt kezdeményezett a helyi szolgáltatásra vonatkozó szabályozás visszavonásának feltételeiről. Egy évig tartó, véleményeket és válaszokat feldolgozó, szakértői tanúvallomásokra is építő procedúra után 2006 áprilisában a CRTC meghozta döntését, amely szerint a szabályozás visszavonásához⁴⁰:

1. az inkumbensnek bizonyítania kell a „rivalizáló viselkedést” (pl. marketing aktivitást, áresését, a versenytársak meghatározó jelenlétét)
2. az inkumbensnek fel kell mutatnia egy „Versenytárs szolgáltatások” nagykereskedelmi tarifát (mi az OSS-hez is hozzáférést ad, s egy előírt minőséget biztosít)
3. az inkumbensnek a vonalak⁴¹ 25%-ának megfelelő piacvesztést kell felmutatnia

A CRTC még 2004-ben egy VoIP konzultációt is elindított, ami az inkumbensek VoIP szolgáltatásának szabályozás alóli felmentésének kérdését vizsgálta, s hajlott arra, hogy megtagadja a felmentést. 2006-ban azonban a piaci liberalizációt szorgalmazó politika visszaküldte a CRTC-hez újra gondolásra. Mivel a szabályozó a döntést enyhítette ugyan, de továbbra sem hajlott az inkumbensek VoIP szolgáltatásának szabályozás alóli mentesítésére, az ipari miniszter a vizsgálati kérdést kibővítve beavatkozott a folyamatba, amelyben szektor működésében érintett valamennyi szereplő megmozdult, s a kanadai

⁴⁰ CRTC 2006-15 Telecom Decision

⁴¹ A CRTC piacmeghatározása szerint az első és második vonalak, a VoIP és a csomagok keretében eladott telefonszolgáltatás volt a piac része, a mobil telefon nem.

iparági szereplők, a Telecom Policy Review Panel (TPRP), és a Competition Bureau is hallatta a hangját⁴².

Az iparági szereplők véleménye az érdekeltségtől függően kellően sokszínű és ellentmondó volt. Az inkumbens iparági szereplők a szabályozás visszavonásának szükségességét hangsúlyozták a versennyel érintett földrajzi piacokon. A hozzáférést használó alternatívok pedig a szolgáltatási verseny mellett kardoskodtak. Az infrastruktúra versenyt támogató kábelszolgáltatók az inkumbensek további aszimmetrikus szabályozása mellett érveltek. Közgazdasági szempontból megalapozott érveket azonban igazán csak az inkumbensek hoztak, különösen a Kanada nyugati részén szolgáltató Telus, amely komoly szaktekintélyeket, igazi nagygyúkat⁴³ sorakoztatott fel álláspontja és az általa javasolt megoldás „A szabályozás visszavonására szolgáló két infrastruktúras felmentő teszt” alátámasztása érdekében. A felmentő teszt lényegében azt jelenti, hogy ott ahol az inkumbens releváns földrajzi piacán van legalább egy a szóban forgó területet lefedő versenyző infrastruktúra, s a versenyző szereplő legalább a vonalak 5%-át megszerezte, azt versenyző területként kell tekinteni, következésképpen a szabályozást erről vissza kell vonni. Weisman a Telus szakértőjeként a közgazdasági szabályozás alapelveit és a szabályozás visszavonására vonatkozó elveket fogalmazta meg⁴⁴.

Szabályozási elvek:

- 1. A gazdasági szabályozásnak a nélkülözhetetlen szolgáltatásokra kell korlátozódnia, amikor a piaci feltételek nem képesek korlátozni a (nem átmeneti) piaci erő alkalmazását.*
- 2. A gazdasági szabályozás csak pótlék a verseny helyett.*

⁴² Brennan (2008)

⁴³ A Telus szakértőként Alfred Kahn-t a Cornell university professzorát és a NERA tanácsadó cég vezető szakértőjét, a közgazdasági szabályozás emblematikus figuráját, az USA légiforgalmi pici deregulációját levezető, s más gyakorlati szabályozási kérdésekben is tapasztalatot szerző szakértőt, Robert Crandall-t a tekintélyes Brookings Institution munkatársát, s Dennis Weisman-t a Kansas State University távközlési professzorát kérte fel szakmai vélemény megírására.

⁴⁴ Weisman (2005)

A szabályozás visszavonására vonatkozó elvek:

- 1. A piaci erőt korlátozó piaci kényszerek magasabb rendűek, mint az erre szolgáló állami szabályozás, ha a piaci magatartás megfelelő fegyelmezést a piac egyébként képes megoldani.*
- 2. A CRTC szabályozás visszavonási politikájának megfelelő egyensúlyt kell teremtenie az I. Fajú Hiba (szabályozás fenntartása, amikor a visszavonásra lenne szükség) és a II. Fajú Hiba (a szabályozás visszavonása, amikor annak fenntartása lenne indokolt) között.*
- 3. A Visszavonásra vonatkozó politikának mind technológia- mind szolgáltató-semlegesnek kell lennie.*
- 4. A visszavonásra vonatkozó politikának egyensúlyt kell teremtenie az allokatív, a technikai és a dinamikus hatékonyság között.*
- 5. A döntéshozók nem támaszkodhatnak kizárólag (vagy akár csak mindenekelőtt) a piaci részesedésekre, amikor a távközlésben a piaci erővel kapcsolatos következtetéseket akarnak tenni.*
- 6. A méret- és választékgazdaságosságot tükröző magas árrés, a szabályozás visszavonása után alkalmas az inkumbensek piaci erejének korlátozására.*
- 7. A kizorító árazás igen nehezen valósítható meg hálózatos iparágakban, egyrészt az elsüllyedt költségek magas aránya miatt, másrészt amiatt, hogy a termelő kapacitás tipikusan nem kerül ki az iparágból, még akkor sem, ha egyes szereplőknek el kell hagyniuk a piacot.*
- 8. Bár a szabályozás visszavonását a piaci viszonyok objektív értékelésére alapozva a megfelelő időpontra kell időzíteni, valószínűleg jobb abba az irányba tévedni, hogy erre a kelleténél korábban kerüljön sor, mint abba, hogy túlon túl későn történjen meg.*

Crandall⁴⁵ a Telus által javasolt „A szabályozás visszavonására szolgáló két infrastruktúras felmentő teszt” alkalmazhatósága és megfelelősége melletti empirikus és elméleti érveket sorakoztatta fel. Az anyag áttekinti a releváns piacokat, vizsgálja a versenyt és a piaci erő kérdését a releváns kanadai távközlési piacokon. Arra a következtetésre jut, hogy az infrastruktúrával versenyző szolgáltatók jelenléte esetén az inkumbensnek nincs piaci

ereje, amivel visszaélhetne. Végül kitér a kizorító árazás lehetőségére is, amit nem tart eleve elképzelhetetlennek, de arra jut, hogy a szereplők a magatartás kockázata miatt még akkor sem alkalmazzák, amikor erre sokkal kedvezőbbek a feltételek, mint a vizsgált telefon piacon. Crandall figyelmeztet arra a veszélyre is, hogy a szabályozás fenntartása nem hatékony belépésre, és magasabb árakra vezethet, mint ami annak visszavonása esetén a verseny során kialakulna.

Alfred Kahn szélesebb történeti és elméleti kontextusban vizsgálja a szabályozás kérdését. Felhívja a figyelmet arra, hogy az iparágban milyen jelentős szerepe van innovációnak, s ez a verseny lehetősége szempontjából is fontos következményekkel jár. Megállapítja, hogy:

„kritikus fontosságú annak belátása, hogy a távközlési hálózatok tőke-intenzív természete és a különösen az infrastruktúra alapú szolgáltatók által realizált méret- és választékgazdaságosság miatt, a távközlési versenytől nem várjuk el, nem is várhatjuk el, s nem is szabad elvárunk, hogy úgy működjön, mint a tökéletes verseny, amely szerint sok, azonos technológiával és költségstruktúrával működő vállalat versenyez határköltséggel egyenlő árakkal.”⁴⁶

Kahn szerint az inkrementális költséggel egyenlő ár feltevése egyáltalán nem releváns a verseny szempontjából, helyette a piaci erő kérdésével kell foglalkozni, vagyis azzal, hogy: *„ellehetetleníti-e az infrastruktúra alapú belépés, a versenyár fölötti árazást?”* Szerinte a válasz a távközlési piac vizsgált kontextusában egyértelműen igen⁴⁷. Ezt az iparág speciális jellemzői indokolják, mint:

- a technológiai fejlődés dinamikája,
- az addicionális infrastruktúra alapú belépés lehetősége,
- a szolgáltatók eltérő költségstruktúrája.

A verseny fegyverező erejét ráadásul még tovább erősíti a mobil szolgáltatások általános elterjedése és technológiai fejlődése. Kahn arra is felhívja a figyelmet, hogy a

⁴⁵ Crandall (2005)

⁴⁶ Kahn (2005)

⁴⁷ Kahn (2005)

kábelszolgáltatás, mint tipikus alternatív hálózati szolgáltatás kifejezetten költségelőnyben van az új telefon vagy internet szolgáltatás bevezetése kapcsán, az inkumbens telefonszolgáltatókkal szemben, ezért igen komoly kompetitív kihívást és korlátot jelentenek a telefonszolgáltatók számára⁴⁸.

A szabályozás jövőjéről folyó vita egyik markáns szereplője a kanadai ipari miniszter által három telekom szakember kinevezésével megalakított Telecom Policy Review Panel (TPRP) volt, amely szervezetnek az volt a megbízása, hogy vizsgálja meg kanadai telekom piacot lényegében a CRTC által folytatott eljárásokkal egy időben. A közel egy évig tartó eljárás után a TPRP 2006 márciusában publikálta a kanadai távközlés-politika és a jogi keretek megváltoztatására vonatkozó javaslatait. A jelentés⁴⁹ gazdasági szabályozással foglalkozó fejezete a verseny erőire való hagyatkozás mellett tett hitet, s azt javasolta, hogy a piaci szabályozás előtt a szabályozónak a piaci erő meglétét kell bizonyítania, szemben az aktuális szabályozási rezsím azon alapállásával, hogy a szolgáltatás alapesetben szabályozott, s csak indokolt esetben lehet visszavonni a szabályozást. A jelentés váltást javasolt az *ex ante* szabályozási megközelítéstől a versenyjogra támaszkodó *ex post* megközelítésre.

A Competition Bureau⁵⁰ lényegi felvetése az volt⁵¹, hogy két önálló infrastruktúrával rendelkező versenyző küzdelme - abban az esetben, ha az új belépő költségviszonyai nem rosszabbak, mint az inkumbensé, a fogyasztók az ajánlatot hasonlóknak találják, s nincs lehetőség az összejátszásra - elegendő mértékű versenyt eredményezhet ahhoz, hogy az *ex ante* szabályozás visszavonásra kerüljön. A hivatal arra is felhívta a figyelmet, hogy az

⁴⁸ Kahn (2005)

⁴⁹ Telecom Policy Review Panel, Final Report (2006)

⁵⁰ A kanadai Ipari Minisztérium alá tartozó hivatal abban különbözik a magyar gazdasági Versenyhivataltól, hogy annak csak vizsgálati jogosítványával bír, nincs döntéseket hozó versenytanácsa. Vizsgálata során feltárt jogsértés esetén az ügyet a kanadai Igazságügyi Minisztérium versenyjogi részlegének adja át.

⁵¹ Comments on the commissioner of Competition, Telecom Policy Review, 08.15-2005

infrastruktúra versenyt gyengíti a szabályozott nagykereskedelmi hozzáféréseken alapuló szolgáltatási verseny. Infrastruktúra verseny híján pedig a szolgáltatási verseny nem képes igazán versenyhelyzetet teremteni.

Az egész folyamat azzal zárult, hogy a miniszter, jogával élve megváltoztatta a szabályozó korábbi döntését, mivel a CRTC visszavonási feltételeit túl restriktívnek találta. A miniszteri rendelet a földrajzi piacot kapcsolási körzetekben határozta meg, azzal, hogy a szomszédos központok körzetei összevonhatók. A rendeletben lényegében elfogadásra került a Competition Bureau javaslata, miszerint a területen megjelenő új belépő változó költségei nem haladhatják meg az inkumbensét (hogy a verseny szempontjából a belépés valóban kivihető alternatíva lehessen), továbbá kapacitása ne legyen lényegesen korlátozott. Ha az előbbi nem is teljesül, akkor egy 75%-os ellátó kapacitás tesztet ír elő, amely szerint:

- a lakossági felhasználók számára legyen legalább két független infrastruktúra alapú szolgáltató - akik közül legalább az egyik vezetékes - akik külön-külön képesek ellátni legalább az inkumbens által kiszolgált lakossági vonalak 75%-át,
- illetve az üzleti szolgáltatások piacán vezetékes szolgáltatással legyen ellátva az üzleti fogyasztók legalább 75%-a.

A kanadai példa mutatja, hogy történhet határozott elmozdulást a versenyjogra hagyatkozó piacnyitás irányába. A szabályozás eredményeként számos kapcsolási körzetet kielégítően versenyzővé nyilvánítottak. Mindez serkentően hatott az infrastruktúra versenyre, a szélessávú szolgáltatások és a csomagok terjedésére. Bár a megoldás nem kompatibilis az EU szabályozással, a közgazdasági érvelés és a következtetések Európában is megállnak a hasonló piacok esetében.

8.2. Európai szabályozási keretben: mi lenne a szabályozás kívánatos iránya a holland szélessávú piacon?

Az európai szabályozás jövője szempontjából érdekes két holland szerző de Bijl és Peitz elmékedése a holland szélessávú szabályozás jövőjéről⁵². Hollandiában a szélessávú szolgáltatások makro értelemben vett piacán a DSL platform részesedése 2006-ban 60% volt. DSL szolgáltatást elsősorban az inkumbens KPN kínált (az összes DSL kb. 80%-át), de ezen felül néhány DSL versenytárs is jelen volt a piacon, akik helyi hurokátengedést használtak, így platformon belüli infrastruktúra-alapú versenyt erősítették. Az összes szélessávú kapcsolat 39%-a volt kábel alapú, s 1% volt az optika részesedése. Köztudott, hogy Hollandia azon kevés EU ország közé tartozik, ahol egyértelműen működik az infrastruktúra verseny.

A DSL sikere a KPN aktivitásának és az LLU elterjedésnek következménye, amire minden bizonnyal az is hatást gyakorolt, hogy Hollandiában egy bírói ítélet folyamánként nem volt lehetőség a bitfolyam hozzáférés igénybevételére. Az utóbbi idők folyamatai a piac koncentrációját mutatják, mivel a KPN több DSL alternatívát is felvásárolt. További jelentős fejlemény az optikai hálózati fejlesztések beindulása. Szolgáltatási szempontból pedig megfigyelhető a triple-play csomagok terjedése.

A kutatók a holland piaci helyzet ismeretében három szabályozási alternatíva megfontolását tartják elképzelhetőnek:

- I. A jelenlegi aszimmetrikus DSL-re koncentrációs szabályozási rezsím folytatása
- II. A szabályozás kiszélesítése: az aszimmetria megszüntetése és szimmetrikus szabályozás, azaz a szabályozás kiterjesztése minden infrastruktúrára (VDSL, kábel, optika)
- III. A jelenlegi szabályozás felülvizsgálata: a szabályozás enyhítése, a szimmetria megvalósítása nagykereskedelmi hozzáférési szabályozás megszüntetésével

⁵² de Bijl és Peitz (2008)

A szerzők a piaci fejlemények alapján a III. lehetőséget tartják kívánatosnak. Véleményük szerint a mai európai fragmentált piacokat meghatározó szabályozás nem tudja kezelni a valódi piaci realitásokat, a csomagolás gyakorlatát és a fogyasztás tipikus módjait.

De Bijl és Peitz arra is rámutatnak, hogy a jelenlegi szabályozás alulbecsli annak jelentőségét, hogy a hozzáférési szabályozás rontja az infrastruktúra verseny esélyét. Ha működik az infrastruktúra verseny, mérlegelni kell a hozzáférési szabályozás alkalmazásának kockázatait. Abból a szempontból nem ítélik egyértelműnek a helyzetet, hogy két független infrastruktúra bizonyosan elég-e a versenyhez, mivel az oligopol piacokkal foglalkozó elmélet erről keveset mond. Ha e verseny jól is működik, a hozzáférési szabályozást, mint lehetőséget nem kell kiiktatni, csak azt kell tisztázni, hogy milyen feltételek esetén kerül alkalmazásra.

A holland hatóság, az OPTA 2008 végén notifikált határozatában a szélessávú nagykereskedelmi internet hozzáférés piacán, - amelyet két piacként a magas és alacsony minőségű hozzáférési termékek piacaként azonosított⁵³ - döntött arról, hogy a hozzáférési szabályozást az egyértelmű infrastruktúra verseny ellenére fenntartja. Ugyanakkor nagykereskedelmi szélessávú hozzáférési kötelezettséget az egyébként hurok átengedésre kötelezett optikai hálózatra nem írt elő. Az alacsony minőségű szélessávú hozzáférésre - tekintettel a kábeles oldalról meglévő versenynyomásra - nincs árszabályozás, csak a magas minőségű szélessávú kapcsolatokon.

⁵³ A megkülönböztetés az úgynevezett megosztási arány (*contention rate*) alapján történt. Ez a mutató arra utal, hogy mekkora a statisztikai multiplexálás a hálózatban, azaz egy adott kapacitást hányan használnak egyszerre. Minél nagyobb ez az arány annál jobb minőségű a kapcsolat. Az OPTA a magas minőséget az 1:20-nál jobb arányt mutató szélessávú kapcsolatok esetére érelemezte. A kábeles szolgáltatás emiatt csak az alacsony minőségű piac része, mivel a kábeles internet esetén ez a hányados kisebb, mint 1/20.

9. Az EU szabályozás előírásai és útmutatásai a piacelemzéshez

Az elméleti fejtegetések és a nemzetközi kitekintés után tekintsük át, hogy az uniós szabályozás keretében milyen előírások és lehetőségek vannak a verseny működőképességének vizsgálatára, s a korábban beutatott közgazdasági érvelés figyelembevételére a piacelemzési eljárás keretében.

A piacelemzési eljárás fő szempontjait a Keretdirektíva 16 cikkelye tartalmazza, amely a belföldi piacok esetében kimondja, hogy:

- a hatóságnak azt kell megvizsgálnia, hogy hatékony-e a verseny piacon
- ahol a verseny hatékony, ott nem róhat ki vagy tarthat fenn kötelezettséget, s ahol ilyen érvényben van, ott vissza kell vonnia
- visszavonás esetén az ebben érintett harmadik felek számára megfelelő alkalmazkodási időt kell biztosítani
- ahol nem hatékony a verseny ott azonosítani kell a jelentős piaci erejű szereplő(ke)t
- a jelentős piaci erejű szereplő(ke)kre megfelelő kötelezettség(ek)et kell kirónia

A Bizottság a piacelemzési eljárás lefolytatásához egy útmutatót is adott, ami segíti a szabályozó hatóságot az piacmeghatározás, a piacelemzés és a JPE vizsgálat megvalósításában⁵⁴. A továbbiakban csak a Guideline piacelemzési és JPE azonosítási útmutatásaival foglalkozunk, a piacmeghatározásra és a kötelezettségek kirovására itt nem térünk ki.

A Guideline értelmező része kimondja, hogy:

- piacelemzésnek a versenyjogi megközelítésen kell alapulnia, ugyanakkor azt ex ante megközelítésben kell alkalmazni
- a piaci erő a versenyjoggal összhangban azt jelenti, hogy a vállalkozás a

⁵⁴ 2002/C 165/03

versenytársaktól, vásárlóktól, s végső soron a fogyasztóktól függetlenül viselkedjen

- a hatóságnak a releváns piacokon azt kell vizsgálniuk, hogy a verseny hatékony-e
- megállapít egy kölcsönös ekvivalenciát: hatékony a verseny nincs sem egyéni, sem közös JPE a releváns piacon
- az előretekintő szemléletben, az ésszerűen mérlegelhető időtávon érvényesülő piaci hatások figyelembevételével azt kell megvizsgálni a jelenlegi piaci helyzet alapján, hogy a piac versenyző lesz-e, illetve a hatékony verseny hiánya tartósan fennáll-e
- a hatóságnak diszkrecionális joga, hogy minden tényezőt a maga komplexitásában vegyen figyelembe az érintett piacok és a JPE meghatározásánál
- az ex ante piacelemzésnél a piaci erő leginkább azzal mérhető, hogy a vállalkozás a kínálat visszafogásával olyan áremelkedést képes megvalósítani, ami nem eredményez számára lényeges bevételcsökkenést
- a magas piaci részesedés még nem elégséges a JPE azonosításhoz, ugyanakkor nem valószínű, hogy valaki alacsony piaci részesedéssel JPE lenne
- a domináns pozíciót nem lehet pusztán piaci részesedés alapon megállapítani!

Az alkalmazandó vizsgálati kritériumok, többek között:

- a vállalkozás mérete
- a nem könnyen duplikálható infrastruktúra feletti irányítás
- technológiai előny vagy szuperioritás
- kiegyenlítő vásárlóerő hiánya
- a tőkepiacokhoz/pénzügyi erőforrásokhoz való könnyű vagy kiváltságos hozzáférés
- termék/szolgáltatás differenciálás (pl. csomagképzés, árukapcsolás)
- méretgazdaságosság
- választékgazdaságosság
- vertikális integráció
- fejlett elosztási és értékesítési hálózat
- a potenciális verseny hiánya

- az expanzió korlátai

A belépési korlátok kapcsán a Guideline megjegyzi:

„...a magas belépési korlátok kevésbé relevánsak lehetnek a folyamatos technológiai fejlődéssel jellemezhető piacokon. Az elektronikus kommunikációs piacokon a versenynyomás származhat a piacon aktuálisan jelen nem levő potenciális versenytársak innovatív fenyegetéséből.”

A Guideline kimondja azt, hogy:

- ha a releváns piacon hatékony verseny van, az egyenértékű azzal a meghatározással, hogy nincs egyéni vagy közös JPE. Az a megállapítás, hogy a verseny nem hatékony, azonos azzal, hogy egyéni vagy közös JPE van a piacon.
- ha a releváns piacon hatékony a verseny, akkor nem lehet kötelezettséget kiróni. Ha ilyen már hatályban van, akkor vissza kell vonni, s nem lehet újat kiróni.
- ha a releváns piacon nem hatékony a verseny, akkor JPE-t kell találni, s arra legalább egy kötelezettséget kiróni.

A Keretdirektíva és a Guideline által megfogalmazott szabályok és módszertani útmutatások ismertetésére azért volt szükség, mert világosan mutatják, hogy ez a keretrendszer sokkal nyitottabb és előremutatóbb, mint a nemzeti szabályozó hatóságok által alkalmazott gyakorlat. A piac hatékonyságának vizsgálata a piacelemzés keretében a szabályozó feladata. Az uniós szabályozás a fő irányok kijelölése mellett elég tág teret és mérlegelési lehetőséget ad a hatóságnak abban, hogy ezt a feladatot hogyan, milyen tényezők vizsgálatával végzi el, hisz ez a nemzeti szabályozó kompetenciája és felelőssége. Az útmutatás külön felhívja a figyelmet, hogy nem elég a strukturális tényezők vizsgálata, más tényezőket is figyelembe kell venni. Ennek során a hatóság szabadon mérlegelheti, sőt mérlegelnie is kell, hogy mi a költségszerkezet, a különböző gazdaságosságok, az innováció és a fejlesztés, technológiák közötti verseny szerepe. A Guideline külön részletezve nem említi, de következik, hogy a verseny hatékonyságának mérlegelésénél a szereplők viselkedését, a rivalizálás különféle jeleit is vizsgálni kell a felsorolt tényezőkön túl.

10. A magyar szélessávú piaci helyzet

A továbbiakban a magyar szélessávú piaci helyzet elméleti, kvalitatív értékelése során azokat a szempontokat vesszük sorra, amelyek alapján eldönthető/eldöntendő, hogy hatékony-e a verseny a szélessávban egy adott földrajzi piacon. Bár az előírt piacok között a kiskereskedelmi szélessávú piac nem szerepel, itt annak vizsgálatára koncentrálnunk. Ha ugyanis e piacról megállapítható, hogy szabályozás hiányában is hatékony a verseny, közgazdasági szempontból értelmetlen a szélessávú nagykereskedelmi piac vizsgálata.

A szélessávú piacon egyértelműen infrastruktúra és technológiai verseny van. A meghatározó szereplők vertikálisan integráltak a hálózattól a szolgáltatásig. Ezeket a különböző technológiájú integrált megoldásokat nevezhetjük platformoknak, a köztük folyó rivalizáló küzdelmet a fogyasztókért pedig platformközi versenynek. Két meghatározó vezetékes platform létezik jelenleg: a PSTN hálózatra épülő, döntően DSL technológiával szolgáltató telefonos platform és a hibrid optikai és koaxiális kábel hálózatokra épülő kábeltelevíziós platform. Két vezeték nélküli platformot is azonosíthatunk: a GSM/DCS/UMTS mobil hálózatok szélessávú platformját és a korlátozott lokális mobilitást (s esetleg nomaditást) támogató wifi platformot.

A platformok költségjellemzői, szolgáltatásminőségi paraméterei, piaci súlya, technológiai lehetőségei természetesen különbözők. A fogyasztó szempontjából azonban érdemi helyettesítés van közöttük, amit mind keresleti tényezők, mind az árazás jellemzői igazolnak. A platformok közötti verseny úgy jött létre, hogy a különféle integrált szolgáltatók korábban már működtek valamelyik szomszédos piacon, ahonnan aztán a választékgazdaságosság kiaknázására törekedve megjelentek a szélessávú piacon is.

A platformok közötti verseny fő jellemzője, hogy:

- független hálózati infrastruktúrán alapul
- rendkívül erős a technológiai verseny
- meghatározó az innováció és a technológiai fejlesztés
- a platformok ajánlatai erősen építenek a differenciáló tényezőkre

Az ország jó részén, különösen az urbanizált területeken több platform is jelen van ugyanazon a földrajzi piacon, egy piacon egy platformot több szereplő is képviselhet, ezáltal platformon belül is versenyt támasztva⁵⁵. A platformon belüli verseny lehet annak az eredménye, hogy az egyes „hazai” piacokon korábban is több szereplő volt, vagy a szabályozás teremtett lehetőséget a platformon belüli belépésre. Platformon belüli verseny lehet integrált szereplők között, mint a mobil platform esetén, de a szereplők integráltság szempontjából különbözőek is lehetnek, mint a DSL platform esetén. A platformon belüli verseny lehet infrastruktúra vagy szolgáltatás alapú. Infrastruktúra alapú platformon belüli (intraplatform) versennyel a DSL platformon esetében találkozunk, ahol nem integrált alternatív szolgáltatók a helyi hurok átengedést veszik igénybe saját DSL illetve DSL és valamely más (PSTN vagy VoIP telefon, esetleg IPTV) szolgáltatás együttes nyújtásához. Bár e megoldás elvileg szabályozói rásegítés nélkül is működhet, a világon mindenütt döntően a szabályozás nyitotta meg, s tartja fenn, mivel az inkumbens szolgáltatónak erős hajlama van arra, hogy megnehezítse kiskereskedelmi piaci versenytársaként működő nagykereskedelmi fogyasztói helyzetét.⁵⁶

Általában megfigyelhető, hogy a verseny minden fajtája erősebb a sűrűn lakott és fizetőképesség szempontjából vonzóbb területeken. A településméret, előfizető-sűrűség, fizetőképesség dimenzióiban egyre lejjebb haladva csökken a platformok, hálózatok, szereplők száma, s vannak területek, ahol legfeljebb egy szereplő szolgáltató, de van olyan is, ahol egy sem.

A különböző versenyző szolgáltatások választéka széles, minősége, megbízhatósága rendkívül különböző. A szélessávú szolgáltatások szolgáltatási paraméterei közül legfontosabb a sáv szélesség. Fontos ezen kívül a megbízhatóság és rendelkezésre állás, a garantált sáv szélesség, a folyamatosság. A nyújtott szélessávú internet szolgáltatás, ha nem is homogén, mégis eléggé hasonló. A minőség nagyban függ a szolgáltatók

⁵⁵ Ez egyértelmű a mobil platform esetében. Egyes területeken azonban rivális kábeltévé szolgáltatók is működnek átfedő (az iparági szakzsargon szerint „ráépített”) hálózattal. Platformon belüli verseny lehet, bár az üzleti szegmensen kívül nem igazán jellemző a telefon platform esetében.

⁵⁶ Ezt a „hajlamot” kívánják egyes szabályozók megváltoztatni a szervezeti kapcsolatok és ösztönzők drasztikus átalakításával, a strukturális szeparáció bevezetésével. A strukturális szeparáció kérdéseiről lásd az Infrapont (2008) tanulmányát.

stratégiájától és igyekezetétől, az egyes platformok technikai lehetőségei és korlátai azonban nagyban meghatározzák a teljesíthető minőségi paramétereket. Bár nem könnyű a minőségi kontinuum mentén külön kategóriákat képezni, két minőségi szint talán megkülönböztethető a garantált sávszélesség és QoS mutatók alapján. Az egyik az Alapszintű szélessávú internet szolgáltatás, ami böngészést, levelezést, csevegést, fájl letöltést, audió és gyengébb minőségű videó streaming-et, és IP telefont képes támogatni⁵⁷. Egy minőségileg más kategória, az a szolgáltatás, amely ezen felül jó minőségű videó streaming-et, IPTV-t, videó telefont, online játékot is képes akár egyidejűleg támogatni. Ezt a nagy sávszélességű és nagyobb megbízhatóságú szolgáltatást extra vagy Magas kategóriájú szélessávú szolgáltatásnak nevezzük. Míg a Magas kategóriájú szolgáltatás funkcionálisan helyettesíti az Alapot, fordítva ez nem áll. A megkülönböztetésnek az az alapja, hogy a M szolgáltatás egy fogyasztási minőségi ugrás, aminek az A szolgáltatás nem képes megfelelni. Ha csak a sávszélességre koncentrálunk, akkor az A szolgáltatásnak legalább 512kbps vagy inkább 1 Mbps feletti letöltési sávszélességet kell teljesíteni, míg az M szolgáltatás 20 vagy inkább 25 Mbps feletti sávszélességet jelent. A mai hálózati technológiák ismeretében megállapíthatjuk, hogy míg az A minőséget lényegében minden technológia képes támogatnia a mobiltól és a wifitől az optikáig⁵⁸, az M minőségre csak a következő technológiák képesek⁵⁹:

- FTTH: optika (Pon-pont, GPON)
- FTTB: optika+VDSL, optika+LAN
- FTTC: optika+VDSL, HFC Eurodocsis 3.0

⁵⁷ Ha minőségi szempontból nem minden szolgáltatás működik mindig kifogástalanul és zökkenőmentesen, de a hálózat általában alkalmas erre, akkor úgy tekintjük, hogy képes az alapszintű szélessávú szolgáltatás nyújtására.

⁵⁸ Az A szélessávú szolgáltatásra alkalmas Magyarországon használatos technológiák: wifi, 3G HSPA, WiMAX, PMP mikro, ADSL, ADSL2+, HFC Eurodocsis 2.0.

⁵⁹ A 4. generációs mobil technológia, az LTE tényleges képességei még ismeretlenek, ezért óvatosságból eltekinttünk az M kategóriájú szolgáltatások nyújtására való képességre vonatkozó spekulációktól.

A felsoroltak mindegyike legalább részben optikai megoldás az előfizetői szakaszon is. Elvben nem zárhatók ki, a szélessávú vezeték nélküli megoldások sem, de tömeges jelenlétük az M szegmensben egyelőre - az egyébként látványos műszaki fejlődés ellenére - még középtávon sem valószínűsíthető. Az M kategória a mai piacon prémium szolgáltatásnak tekinthető, szűkebb területen érhető el, ugyanakkor ára, éppen a verseny miatt nem extrém magas. Ennek feltehetően az az oka, hogy a szolgáltatók valóban versenyeznek a jó fizetőképességű igényes fogyasztókért, s a vonzó területeken a hálózatok fejlesztése is versengve zajlik. Az M szolgáltatást pillanatnyilag nagykereskedelmi szabályozás nem támogatja, így csak vertikálisan integrált szereplők szolgáltatják.

A két szélessávú szolgáltatási kategóriát piaci szempontból vizsgálva megállapítható, hogy az A kategória esetében Magyarország területének jelentős részén, a lakosság többsége számára érvényesül:

1. a platformok közötti verseny, (3-4 platform: DSL, kábel, mobil, wifi)
2. egyes platformokon belüli infrastruktúra verseny is van (3 mobil hálózat, LLU alapú DSL alternatívok),
3. a DSL platformon belül szolgáltatási verseny is van (bitfolyam hozzáférést használó alternatívok).

Az alapszintű (A) szélessávú szolgáltatás piaci helyzete a platform és az infrastruktúra verseny szempontjából

előfizető sűrűség	vezetékes technológia	vezeték nélküli technológia	sávszélesség kínálat A: alacsony)	független vezetékes infrastruktúrák száma	HSDPA mobil hálózatok száma	vezeték nélküli (wifi, PMP) infrastruktúrák száma	önálló infrastruktúrák száma	lehetséges A platformok száma
városi nagyon sűrű (lakótelep)	ADSL/ADSL2+;HFC (Ed 2 és 3); FTTB-Lan;FTTH	3G HSPA, wifi	A	2-3	3	0-1	5-7	3-5
városi sűrű (belváros)	ADSL/ADSL2+;HFC (Ed 2 és 3); FTTB-Lan;FTTH	3G HSPA, wifi	A	2	3	0-1	5-6	3-4
családi házas (kertváros/ kisváros)	ADSL/ADSL2+;HFC (Ed 2 és 3);	3G HSPA?, wifi?	A	1-2	1-3	0-1	2-6	2-4
családi ház (község)	HFC (Ed 2 és 3); ADSL/ADSL2+?	wifi?, 3G?/PMP mikro?	A	1-2	0-3	0-1	1-6	1-4
aprófalvak, szóróvány	ADSL?	wifi?, PMP mikro?	A?	0-1	0	0-1	0-2	0-2

Forrás: Pápai (2009)

Az A piac esetén, olyan helyeken, ahol működik a platform verseny, de legalábbis több független hálózat van, nincs igazán szükség a hozzáférési szabályozásra. A helyzet paradoxona⁶⁰ az, hogy ilyen körülmények között ott lehet még leginkább megindokolni a hozzáférési szabályozást, ahol nincs infrastruktúra verseny, ám ezek olyan távoli és/vagy alacsony fizetőképességű helyek, ahová a DSL alternatívok is kevésbé lelkesen mennek. A szabályozó dilemmája az, hogy fenntartsa-e a vonzó, de egyébként versenyző területeken a hozzáférési szabályozást annak érdekében, hogy a kevésbé vonzó területeken is legyen platformon belüli szolgáltatási alapon versenyző alternatív szolgáltató, vagy vállalja, hogy a nem versenyző területeken a piaci erővel való visszaélés megakadályozása érdekében mondjuk kisker árszabályozást ír elő.

Bár a prémium kategóriát jelentő M piac kezdeményei már látszanak, ez egyelőre még inkább a közeljövő realitása. E szolgáltatás messze nem fedí le az országot, inkább a sűrűbben lakott, városi környezetben, illetve egyedi helyi fejlesztések eredményeként jelenik meg. Az M piac nem más, mint az újgenerációs szélessávú hozzáférés, az NGA piac.

⁶⁰ Pápai (2009)

A magas kategóriájú (M) szélessávú szolgáltatás piaci helyzete a platform és az
infrastruktúra verseny szempontjából

előfizető sűrűség	technológia	sávszélesség kínálat (M: magas)	független infrastruktúrák száma	M platformok száma	vezetékes infrastruktúra verseny	szabályozás legjobb válasza
városi nagyon sűrű (lakótelep)	FTTH; HFC (Ed 3); FTTB-Lan; FTTB-VDSL?	M	2-3	2-3	igen	laissez faire
városi sűrű (belváros)	FTTH; HFC (Ed 3); FTTB-Lan; FTTB-VDSL?	M	2	2	igen	laissez faire
családi házas (kertváros/ kisváros)	HFC (Ed 3); FTTH?	M?	1-2	1-2	talán	laissez faire?
családi ház (község)	HFC (Ed 3); FTTH?		0-1	0-1	nem	támogatás, egyetemes szolgáltatás
aprófalvak, szóróvány	vezetéknélküli?		0	0	0	támogatás, egyetemes szolgáltatás

Forrás: Pápai (2009)

Az M piac perspektivikusan kevesebb szereplős oligopol piac lesz, amiről nem tudjuk, mennyire lesz versenyző. A tanulmány eddigi érvelése alapján jó esély van erre, de ezt csak empirikus vizsgálat alapján dönthetjük el. Mindazonáltal, mivel az NGA piac kifejezetten fejlődő piacnak tekinthető, ezért a szabályozás szempontjából mindenképpen indokolt az óvatos kezelés, mert a túlzott beavatkozás negatívan hat a befektetési ösztönzőkre. Az óvatosság természetesen nem azonos a szabályozó teljes visszavonulásával, hisz szükség esetén, egy piacelemzési eljárás alapján bármikor sor kerülhet indokolt és arányos kötelezettségek megállapítására.

A fenti elméleti, kvalitatív elemzés természetesen egy elvi értelmezési keretet vázolt, s nem pótolja a tényleges piacelemzést, ahol empirikus bizonyítékok alapján kell megítélni, hogy:

- milyen piaci viszonyok állnak fenn az egyes területeken?
- jó-e az előfizető sűrűségre alapozott kategorizálás?
- valóban egy piacon vannak-e a vezetékes és vezetéknélküli platformok?
- közgazdaságilag külön piac-e az A és M szolgáltatás?

11. Javasolt piacelemzési vizsgálati szempontok

Az eddigiek alapján beláthattuk azt, hogy a távközlés oligopol piacain pusztán a szereplők száma és piaci részesedése alapján nem dönthető el, hogy a piacon hatékony-e a verseny, s erre a Guideline is felhívja a figyelmet. A távközlés közgazdasági jellemzői miatt nem zárható ki, hogy egyes távközlési piacokon, s különösen a szélessávú piacon akár két független infrastruktúrát használó szereplő esetén is működő, hatékony versenyt találjunk. A kérdésre a választ a piacelemzésnek kell megadnia, melynek során támaszkodni lehet a jelen tanulmány által felvetett szempontokra. A hatékony verseny esetén a hozzáférési szabályozás nem indokolt, sőt kockázatos, mert rontja a befektetési ösztönzőket, megteremti a nem hatékony versenyzőket is védő szabályozói szerepvállalás keresletét, s a kísértést is ennek kínálatára. Mivel a mai szabályozás kardinális kérdéseiről van szó, nem elégedhetünk meg teljesen a múltbeli elméleti vagy empirikus válaszokkal, ezért szükség van olyan szempontokra, amellyel a mai konkrét földrajzi piacok vizsgálata alapján hozhatunk megalapozott döntést. Erre egy megoldás egy a kanadai gyakorlathoz hasonló egyszerű teszt kialakítása lehet. Ez azonban iparági konzultációt igényelne, s ezután lehetne dönteni az alkalmazásáról. Arról persze külön gondoskodni kellene, hogy mindez megfelelően illeszkedjen az uniós szabályok által kijelölt keretekbe. A másik megoldás az, hogy a szabályozási jelenlegi kereteit kihasználva a piacelemzés során olyan változókat vizsgálunk és értékelünk, amelyek megfelelő tájékoztatást adnak a verseny hatékonyságáról.

Az eddigiek fényében a piacelemzés keretében a hagyományosan is vizsgált változókön kívül az alábbi néhány további strukturális és viselkedési tényező vizsgálata szükséges, illetve kívánatos:

- Független párhuzamos hálózatok illetve párhuzamos platformok száma, amelyek egy adott terület meghatározó hányadát lefedik, s az összkereslet számottevő részét kielégíteni képes kapacitással rendelkeznek
- A különböző platformok költségszerkezete ezek hasonlóságai és különbségei (fix/változó költség arány, új szolgáltatások bevezetésének inkrementális költsége)

- A rivalizáló viselkedés jellemzői (árcsökkenés, akciók, marketing kampányok, minőségjavítás – pl. sávszélesség növelés)
- Innováció (új szolgáltatások, új kombinációk, minőség javulása)
- Fejlesztés (fejlesztő beruházások nagysága, tendenciája)
- Megtérülés vizsgálat

Bár a strukturális elemzés sem igazán egzakt, hisz nincsenek határozott küszöbszámok, csak konvenciók a különböző mutatók értékelésére, a viselkedési változók esetében még ilyen konvenciók sincsenek. Mindez nem jelenti azt, hogy lehetetlen lenne olyan szempontrendszert felállítani, ami alkalmas, különösen, ha az iparág szereplőivel konzultálva került kialakításra. Röviden vegyük sorra a különböző vizsgálati szempontokat, s nézzük meg, milyen adatszolgáltatásra van szükség, s ezek az elemzés során, hogyan értékelhetők.

1. Független párhuzamos hozzáférési hálózatok száma

Település szintű bontásban a hálózatok jelenléte jól vizsgálható. Mindehhez a szolgáltatóktól kell adatot kérni, egy település lefedési arány⁶¹ (%) értékkel. Ezután a megfelelő kritikus paraméter értékek meghatározásával kialakítható egy gyakorlati szempontból is használható számítási rendszer. A független hálózatok összeszámlálásánál a következőképpen lehet eljárni:

Két hálózat akkor független, ha a tulajdonlasi vagy legalább a versenytörvény szabályai szerinti irányítási függetlenség⁶² érvényesül⁶³.

⁶¹ Ennek inkább lakosság aránynak kellene lennie, de ha terület arány érhető csak el, akkor azt is lehet használni. A lényeg, hogy a kettőt ne keverjük össze.

⁶² Ennek indokoltságára jó példa, hogy a Magyar Telekom többségi tulajdonában álló Vidanet felvásárlását a GVH azért nem engedélyezte. Az indoklásban a GVH Versenytanácsa arra hivatkozott így az irányítási függetlenség megmarad, mivel az irányítási jogokat formálisan nem a Telekom gyakorolta. A szabályozó hatóság a vizsgálat során azonban mérlegelheti, hogy a függetlenséget nem csak az irányítás, hanem a tulajdonlás oldaláról is értékeli.

A piacmeghatározás során természetesen eldől, hogy milyen technológiájú szolgáltatások lehetnek részei a piacnak. Ebből egyenesen következik az is, hogy a hálózatok számlálásánál, milyen technológiákat kell figyelembe venni.

Hogy legalább két független egymással átfedő hálózat legyen az adott területen, azt a verseny vizsgálata során szükséges strukturális feltételként kell kezelni. Ez alatt nem azt a közhelyet értjük, hogy minimum két szereplő kell a versenyhez, hanem azt, hogy bizonyos viselkedési jelek esetén a piac – ahol a fix költségek aránya magas az összköltségben, s az innováció és fejlesztés szerepe meghatározó – versenyzőnek tekinthető. Ez a tényező annyira meghatározó lehet, hogy ha három független hálózatot azonosítottunk, akkor biztosra vehető a verseny, sőt még az sem elképzelhetetlen, hogy mértéke a fenntarthatónál nagyobb lesz. hogy a verseny hatékony.

2. A platformok költségszerkezete

A költségszerkezet viszonylag lassan változik, így ennek vizsgálata csak az első alkalommal szükséges, s utána csak akkor, ha ebben érdemi változás állt be. A vizsgálat célja, hogy a költségviszonyok ismertek és összevethetők legyenek. A vizsgálat szempontjából az átlagköltségen belül az átlagos fix illetve változó költség arány meghatározása érdekes. Mivel közismert, hogy a telekom iparágban a változó költség arány – ami ugyan függ a technológiától – viszonylag kicsi, ha szűkös az idő keret, a vizsgálat el is hagyható. A változó költségek tulajdonképpen a volumenfüggő, azaz a forgalommal és az ügyfelek kiszolgálásával, megszerzésével, megtartásával, kapcsolatos költségeket jelentik, míg a fix költségek az összes többi. A platformok költségszerkezete a technológia jellemzőitől függ, s azon belül, hogy a fix költségek szerepe igen nagy, egymástól igencsak eltérő lehet. Platformon belül pedig elsősorban az integráltság függvényében térhet el a költségszerkezet.

Mivel a költségszerkezeti jellemzők alapvetően nem helyfüggők abban az értelemben, hogy nem konkrét településhez, hanem technológiához kötődnek, valójában a különböző

⁶³ Világos, hogy a hálózat jogi értelemben vett tulajdonlása nem szigorú feltétel. A döntő a tekintetben, hogy valaki önállóan működik-e. A hálózatot akár bérelni is lehet, s önállóan számít, ha ez a bérlet kellőképpen hosszú távra szól.

technológiák költségviszonyait kell tisztázni. Ezt azonban olyan módon lehet differenciálni, hogy figyelembe vehetőek legyenek a működés eltérő földrajzi és szocio-demográfiai adottságai.

További vizsgálható és a különböző platformok esetén összevethető költségtényező az új szolgáltatások bevezetésének átlagos inkrementális költsége⁶⁴. A szolgáltatás bevezetés inkrementális költsége mutatja a különböző platformok egymáshoz viszonyított költségelőnyét, illetve hátrányát, ami közvetve utal a relatív versenypozícióra is.

3. A rivalizáló viselkedés jellemzői

A viselkedési mutatók közül ez a leghangsúlyosabb és egyben a versenyző magatartást leginkább demonstráló tényező. A rivalizáló viselkedés nyilvánvaló formája az árcsökkentés. Azt árcsökkentés lehet átmeneti és tartós. Az átmeneti árcsökkenés nyilvánvalóan kampányszerű, s döntően az új előfizetők megszerzésére irányul, s lehet, hogy csak egy csatlakozást követő átmeneti időszakra vonatkozik. Alkalmazására gyakran a váltási költségek csökkentése érdekében kerül sor. Nem utal igazán hatékony versenyre, ha a fogyasztók a váltás eredményeként nem tartós előnyt kapnak, azaz, ha a szolgáltatás ára és egyéb feltételei lényegében alig különböznek a riválisétól, s javulási tendencia is csak minimálisan érvényesül. A tartós árcsökkenés azt jelenti, hogy az új vagy a szerződést módosító régi ügyfelek a korábbinál kedvezőbb áron jutnak a szolgáltatáshoz, vagy esetleg ugyanolyan áron jobb minőségű (pl. nagyobb sávszélességű) szolgáltatáshoz jutnak hozzá. Az árcsökkenés esetleg nem csak új szerződéskötés vagy módosítás útján jut el a fogyasztókhoz, hanem automatikus is lehet. Ebben az anyagban most nem cél a részletes tipológia kialakítása, hiszen árcsökkentő megoldásból is sokféle van még (pl. időszaki akciók, csomagon belüli kedvezmények, stb. Az árcsökkenés előnye, hogy jól mérhető, grafikonon ábrázolható, a rivális szereplők árpolitikája jól összevethető. A

⁶⁴ Az egy fogyasztóra jutó bevezetés költsége. Pl. egy adott területen az IPTV szolgáltatás bevezetésének egy telekom előfizetőre vetített költsége, pontosabban költségfüggvénye, a szolgáltatás penetrációjának függvényében. Itt nem csak a technológiai, azaz a létesítési költségeket lehet vizsgálni, hanem a fogyasztók megszerzésének költségét is, ha ebben érdemi eltérés van.

versenyző termékek jelentős és vagy folyamatos árcsökkenése nyilvánvaló erős versenyre utal.

A rivalizáló viselkedésnek vannak más technikái, amelyek nem az árral operálnak. Ilyenek a különböző promóciós technikák (pl. nyeremény). Az értékesítés változatos személyes és nem személyes technikái szintén jelen vannak a versenyző értékesítésben. Ide sorolhatjuk a reklám és marketing tevékenységet, a személyes eladást és egyéb technikákat. A rivalizáló viselkedés része lehet a fogyasztók számára jól érzékelhető minőségjavítás is⁶⁵.

A rivalizáló viselkedésnek tehát rengeteg megvalósulási formája van, ezek csak részben tipizálhatók, hisz a verseny lényege épp abban áll, hogy a versenyző szereplők igyekeznek valami „új” megoldással előállni.

A rivalizáló viselkedést, ha a verseny fokmérőjeként akarjuk használni, nem vizsgálhatjuk elszigetelten, hisz épp a versenytársak akció-reakció lépései mutatják, hogy valóban mennyire intenzív versenyről van szó. Piacelemzési célból arról kell információt szerezni, hogy az elmúlt időszakban milyen akciók és válaszreakciók voltak a piacon. Egyrészt az egyértelmű tendenciákat lehet vizsgálni, mint az árcsökkenés és a minőségjavulás), másrészt az egyéb eszközök intenzitását, célzottságát, eredményességét.

A rivalizáló viselkedés fontos mutatója a piaci részesedések *dinamikájának* az alakulása. Magas inkumbensi piaci részesedés mellett is erős versenyre következtethetünk, ha az inkumbens piaci részesedése folyamatosan csökken. A piaci részesedések fluktuációja szintén erős versenyt jelez, míg a változatlan részesedések, még ha kiegyenlítettek is utalhatnak a verseny hiányára. Természetesen a részesedések lehetnek erős verseny estén is állandóak.

A rivalizáló viselkedés mértékére utal – még állandó piaci részesedések mellett is – a fogyasztók elvándorlása a *churn*. A szolgáltatóváltás mértéke és dinamikája a verseny mértékének fontos jellemzője lehet. A nagymértékű szolgáltatóváltás hiánya ugyanakkor nem feltétlenül jelzi a verseny gyengeségét. Előfordulhat, hogy a szolgáltatók éppen a riválisok miatt „kényszerülnek” a fogyasztók megtartását célzó akciókra. Ha ez sikeres, az alacsonyan tartja a váltások szintjét. A szolgáltatóváltás mértékét ezért célszerű a

⁶⁵ Ez nem csak a szolgáltatásra vonatkozhat, hisz ide tartozhat az ügyfélszolgálat minőségének javítása, vagy új fizetési megoldások bevezetése, stb.

fogyasztói elégedettséggel együtt vizsgálni. Komoly versenyt persze a szolgáltatóváltás akkor jelez, ha a váltás tartós előnyökkel is jár a fogyasztó számára. Ebből is látszik azonban, hogy a rivalizáló viselkedést csak a szereplők interakciója és a kontextus alapján, s inkább csak komplexen minősíthetjük. Szerencsére azonban nem kell minden részletre figyelnünk, csak a főbb momentumokra, mivel egyes piaci eredményváltozók – különösen az ár, illetve fajlagos ár⁶⁶ – alakulása is jól mutatja a verseny hatását. Elemzési szempontból érdekes, hogy a verseny mértéke a hatékony szintnél is nagyobb lehet. Ilyen mértékű verseny már káros, abban az értelemben, hogy veszélyeztetheti a piac stabilitását. Minden ilyen helyzet átmeneti, és szükségképpen a versenyzők számának csökkenéséhez vezet⁶⁷. Ilyen jelenség könnyen előfordulhat a hálózatos iparágakban, különösen akkor, ha valamilyen új piac születik, s az induláskor az optimálisnál nagyobb mértékű belépésre kerül sor. A verseny ideájához és logikájához illő megközelítés lényege azonban, hogy a piacralépés kockázatát mérje és vállalja fel a belépő (kivéve, ha a helyzet teljesen egyértelmű, mert pl. természetes monopóliumról van szó), de akkor azt is tudomásul kell vennie, hogy a versenyben nem minden szereplő marad fenn.

4. Innováció

A verseny hajtóereje az új termék/szolgáltatás megjelenése és a régiek előállításának folyamat során alkalmazott újítás. A rivalizáló viselkedés egyik eleme a versenyző szereplők által mutatott innovativitás. Az innováció természetéből adódóan nem igazán tipizálható, ezért az értékelésre nemcsak hogy nem érdemes, hanem lehetetlen is jó receptet adni. A verseny értékelése szempontjából azonban fontos megfelelő súllyal figyelembe venni a piaci szereplők innovativitását.

5. Fejlesztés

⁶⁶ Az ár alakulása mellett az árrés, illetve a Lerner index alakulását is lehet figyelni. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy a magas fix költségek miatt az árrés tartósan jelentős mértékű lehet.

⁶⁷ Az a tény, hogy a verseny túlzott mértékű is lehet, rávilágít annak a vulgarizált verseny értelmezésnek a tarthatatlanságára, ami verseny erősségét a szereplők számával akarja mérni.

Az innovációnál sokkal jobban mérhető és sokkal inkább összevethető a fejlesztő beruházási politikája. A beruházások tárgya egyértelmű stratégiai változó a piaci szereplők számára jövőbeli szolgáltatások alapjainak megteremtése és a jövőbeli fogyasztók kielégítése céljával. A fejlesztés persze néha a versenytársak kiszorításának, a potenciális belépők elrettentésének, azaz a jövőbeli verseny csökkentésének vagy ellehetetlenítésének céljából történik, ám ez semmit nem von le abból, hogy verseny eszközről van szó. A fejlesztő beruházások tartalma is nagyon érdekes és beszédes lehet, ám a versenytársak fejlesztő beruházásai tartalmukat tekintve mégiscsak nehezen összemérhetők. Mérhető és összevethető azonban a beruházások nagysága és ennek alakulása. A magas beruházási szint erős tényleges vagy potenciális versenyre utalhat. Az adatgyűjtés során épp ezért fontos felmérni a beruházások alakulását, a szolgáltatóktól tájékoztatást kérve annak nagyságára és fontosabb megvalósulási formáira.

6. Megtérülés vizsgálat

A piaci versenyzők teljesítményét a megtérülés vizsgálatával értékelhetjük. Ez az elemzés kiegészítő jellegű a rivalizálás gyakorlati megvalósulásának vizsgálatához képest. A profitabilitás vizsgálat szolgáltatói adatokra épülhet. Nehézséget jelent azonban, hogy a vállalatok rendszerint többféle szolgáltatást nyújtanak, s egy vizsgált piaci szolgáltatásra vetítve megfelelő számviteli szétválasztási szabályok előírása nélkül a mutatók nem mindig határozhatók meg egyértelműen. A DSL inkumbensekre vonatkozóan azonban ez a vizsgálat elvégezhető.

Fontos látni, hogy egy-két szereplő tőkeköltséget meghaladó profitja nem feltétlenül a verseny hiányának a következménye. Sokszor épp a szereplő innovativitásának, kiválóságának bizonyítéka. Persze ez lehet valamely kedvező árú input monopolizálásának következménye is. A lényeg, hogy gyakran mégis valamilyen versenyelőny van mögötte. Az pedig világos, hogy a versenyelőny nem mindig valami teljesítmény jutalma, lehet, hogy szerencse, a méretből adódó költségelőnyök, esetleg versenyellenes magatartás következménye, de az is lehet, hogy innovativitás, sikeres piaci stratégia eredménye. A profitabilitás miatt önmagában azonban senkit nem marasztalhatunk el a kontextus ismerete nélkül.

Ha a piacon minden szereplő tőkeköltséget meghaladó profitot realizál, a látszólag erős rivalizálás ellenére, akkor arra következtethetünk, hogy mégsem elég erős a verseny. Ha viszont sok szereplő csak tőkeköltség alatti eredményt képes elérni, ez azon túl, hogy az illető szereplő gyengeségére utal, akár azt is jelezheti, hogy túlzott mértékű verseny van a piacon. Egy ilyen piac mindaddig igen volatilis marad, amíg a helyzet nem tisztul.

12. Összegzés

A tanulmány célja az volt, hogy bemutassa, oligopol, sőt duopol piacokon is lehet hatékony verseny, ha ennek közgazdasági feltételei fennállnak. A távközlési piacokat jellemző technológiai sokféleség, a méret- és választékgazdaságosság, az innováció meghatározó szerepe mind olyan tényezők, amelyek nem igazán kedveznek az egyéni piaci erő kialakulásának vagy az összejátszásnak. Önmagában az a tény, hogy kevés szereplők száma, nem zárja ki, hogy erős rivalizálás legyen közöttük, s ráadásul a fogyasztók is részesüljenek e verseny áldásos hatásaiból. Mindez rávilágít arra, hogy a strukturális feltételek vizsgálata nem elég annak eldöntésére, hogy a megfelelő verseny hiányát megállapíthassuk. Mivel a túlszabályozás is káros, s versenytorzító hatású, ezért a piaci erő, vagyis a verseny hatékonyságának vizsgálatára olyan eszközöket kell használni, amelyek alkalmasak arra, hogy kizárják az indokolatlan szabályozás megjelenését. Ez a jelenleg használt piacelemzési módszerek finomítását igényli. E korszerűsítés döntő eleme az, hogy a strukturális tényezőkön túl a viselkedési jellemzők és a piaci eredmények vizsgálatára is érdemben sor kerüljön.

A piaci verseny komplex értékelésére nehéz egyértelműen jó útmutatást adni. Egy konkrét piacon, a mérhető és értékelhető piaci jelenségek ismeretében azonban ki lehet dolgozni olyan tesztet, amely viszonylag egyszerű, s alkalmas arra, hogy a hatékony vagy (szabályozási szempontból) elégséges verseny kérdésben vízváltó legyen. Egy ilyen módszertan alkalmazását segíti, elfogadottságát növeli, ha kialakítására egy konzultációs folyamat keretében kerül sor.

Források

Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., Howitt, P. (2005): Competition and Innovation: An Inverted U Relationship. *Quarterly Journal of Economics*, May 2005, 701-728.

Baumol, W. J., Panzar, J., Willig, R. D. (1986): *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. Harcourt Brace and Jovanovitch.

Baumol, W. J. (2002a): Towards the microeconomics of innovation: Growth engine hallmark of market economics, *Atlantic Economic Journal*

Baumol, W. J. (2002b): *The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism*, Princeton University Press.

Brennan, T.J. (2008): Skating toward deregulation: Canadian developments, *Federal Communications Law Journal*, Vol. 60, No.2, 335-367

Carlton, D.W., Perloff, J.M. (2003): *Modern piacelmélet*, Panem

Clark, J.M. (1940): Toward a concept of workable competition, *American Economic Review*, Vol. 30, No2, 241-256

Clark, J.M. (1961): *Competition as a dynamic process*, The Brookings Institution, Washington D.C.

Comments on the Commissioner of Competition Telecom Policy Review, 08.15-2005

Commission guidelines on market analysis and assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002/C 165/03

Crandall, R.W. (2005): Telecom Public Notice CRTC 2005-2: A Two-facilities Bright-Line Test for Forbearance, Appendix 2 to comments of Telus Communications Inc. PN 2005-2

de Bijl, P.W., Peitz, M. (2008): Innovation, convergence and the role of regulation in the Netherlands and beyond, CPB Discussion Paper

Hausman, J. (2003): Regulated Costs and Prices in Telecommunications, in: Madden, G. (ed.): International Handbook of Telecommunications Economics, Vol 2, Emerging Telecommunications Networks, Edward Elgar Publishing

Hayek, F.A. (1948): Individualism and Economic Order, University of Chicago Press,

Infrapont (2007): A strukturális illetve a szervezeti vagy funkcionális szeparáció kérdése és megvalósításának hatása a versenyre és az iparági működésre a hálózatos iparágakban, különös tekintettel a távközlésre

Kahn, A.E. (2005): Economic Justification for TELUS' Two-Facilities Bright-Line Forbearance Test, Appendix 3 to comments of Telus Communications Inc. PN 2005-2

Kahn, A.E. (2006): Telecommunications: The transition from regulation to antitrust, Journal on Telecommunications and High Technology Law 159-188.

Muraközy B. (2009): Verseny és Innováció, Café Babel, megjelenés alatt

Pápai Z. (2009): A parciális dereguláció paradoxona és a szolgáltatási verseny értelme: stratégiai dilemmák a szélessáv szabályozása kapcsán, prezentáció

Schumpeter, A.J. (1942): *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper and Row

Tardiff, T.J. (2007): Changes in industry structure and technological convergence: Implications for competition policy and regulation in telecommunications, *International Economics and Economic Policy*, No 2, 109-133

Tardiff, T.J. – Weisman, D.L (2009): The “dominant firm” revisited: the case of telecommunications *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 5, No 3, 517-536

Telecom Policy Review Panel, Final Report (2006)

Weisman, D.L. (2005): Principles of economic regulation and forbearance, Appendix 1 to comments of Telus Communications Inc. PN 2005-2

Weisman, D.L. (2006): When can regulation defer at competition for constraining market power: complements and critical elasticities, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol 2, No 1, 101-112