



A túlzó árazás kezelése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban

Készítette: Infrapont Kft.
2007. november

Tartalomjegyzék

1	A TÚLZÓ ÁRAZÁS ÁLTALÁNOS ÉRTELMEZÉSE AZ AMERIKAI ÉS EURÓPAI GYAKORLATBAN.....	4
1.1	A TÚLZÓ ÁRAZÁS MEGÍTÉLÉSE AZ EGYESÜLT ÁLLAMOKBAN	5
1.2	A TÚLZÓ ÁRAZÁS EURÓPAI TILTÁSÁNAK INDOKAI ILLETVE MAGYARÁZATA	7
1.3	TÚLZÓ ÁRAZÁS TILTÁSA ELLENI ÉS MELLETTI ELMÉLETI ÉRVEK	10
1.3.1	<i>A túlzó árazás tiltása elleni elméleti érvek.....</i>	<i>13</i>
1.3.2	<i>A túlzó árazás tiltása melletti érvek</i>	<i>15</i>
2	A TÚLZÓ ÁRAZÁSOS VERSENY-ELJÁRÁS LEFOLYTATÁSÁHOZ KAPCSOLÓDÓ ELMÉLETI ÉS GYAKORLATI PROBLÉMÁK	19
2.1	PIAC-MEGHATÁROZÁS, CELOFÁN TÉVEDÉS	20
2.2	A VIZSGÁLAT IDŐTÁVJA	21
2.3	VISZONYÍTÁSI PONT SZÜKSÉGESSÉGE.....	25
2.4	KÖLTSÉGELEMZÉSRE ÉPÜLŐ BIZONYÍTÁSI MÓDSZEREK.....	28
2.4.1	<i>Szükséges-e a költségek indokoltságának vizsgálata?</i>	<i>29</i>
2.4.2	<i>Többtermékes vállalatnál a közös/általános költségek termékek közti felosztása</i>	<i>32</i>
2.4.3	<i>Az előállításához szükséges eszközök megosztásának problémája</i>	<i>36</i>
2.4.4	<i>Eszközök értékének megállapítása</i>	<i>37</i>
2.4.5	<i>Elvárt hozam (normál profit-szint) mértéke, tőkeköltség kalkulációja</i>	<i>39</i>
2.5	A TERMÉK KERESLET OLDALI „GAZDASÁGI ÉRTÉKÉN” ALAPULÓ TESZT	41
2.6	BENCHMARK ALAPÚ TESZTEK	44
3	A TÚLZÓ ÁRAZÁS TILTÁSÁVAL KAPCSOLATOS PROBLÉMÁK LEHETSÉGES KEZELÉSE.....	48
3.1	MILYEN KRITÉRIUMRENDSZERHEZ KÖTHETŐ A TÚLZÓ ÁRAZÁS VIZSGÁLATA.....	49
3.2	SZŰKÍTŐ JELLEGŰ KRITÉRIUMRENDSZER HAZAI ALKALMAZÁSA	52
3.2.1	<i>Szűkítő jellegű kritériumrendszer alkalmazásának jogszabályi lehetősége.....</i>	<i>52</i>
3.2.2	<i>Javasolt kritériumrendszer a GVH számára</i>	<i>53</i>
3.2.3	<i>Automatikus alkalmazásra nem javasolt, de mérlegelési szempontot adó további praktikus kritériumok</i>	<i>54</i>
3.3	A TÚLZÓ ÁRAZÁS ÜGYTÍPUS SZEREPE A SZŰKÍTŐ JELLEGŰ ÉRTELMEZÉS ALAPJÁN	57

MELLÉKLET; EURÓPAI ESETEK BEMUTATÁSA	59
1 BEVEZETÉS	59
2 KÜLFÖLDI TÚLZÓ ÁRAZÁSOS ESETEK.....	61
2.1 A GENERAL MOTORS ÜGYE.....	61
2.1.1 <i>Az EU Bizottság döntése a General Motors Continental (GMC) ügyében</i>	<i>61</i>
2.1.2 <i>Az európai bíróság ítélete a GMC ügyében</i>	<i>63</i>
2.1.3 <i>A GMC eset elemzése</i>	<i>64</i>
2.2 A UNITED BRANDS ÜGYE	66
2.2.1 <i>Az EU Bizottság döntése a United Brands ügyében.....</i>	<i>66</i>
2.2.2 <i>Az Európai Bíróság ítélete a United Brands ügyében.....</i>	<i>68</i>
2.2.3 <i>A United Brands eset elemzése.....</i>	<i>69</i>
2.3 TOVÁBBI KÜLFÖLDI TÚLZÓ ÁRAZÁSOS ESETEK	70
2.3.1 <i>A British Leylands ügy</i>	<i>70</i>
2.3.2 <i>A SACEM ügyek</i>	<i>72</i>
2.3.3 <i>A Napp ügye</i>	<i>74</i>
2.3.4 <i>A Helsingborg eset</i>	<i>76</i>
2.3.5 <i>Holland tagállami túlzó árazásos esetek.....</i>	<i>78</i>
3 HAZAI TÚLZÓ ÁRAZÁSOS ESETEK.....	79
3.1 ANTENNA HUNGÁRIA.....	79
3.2 AZ ÉDÁSZ ESETE	82
IRODALOMJEGYZÉK.....	86

1 A túlzó árazás általános értelmezése az amerikai és európai gyakorlatban

Az Európai Unió versenyszabályozása általánosságban tiltja a túlzó árak alkalmazását. Ezzel élesen szemben áll az Egyesült Államok antitröszt politikája, ahol általában nem csak, hogy nem tekintik károsnak a költségeket meghaladó árak létezését, hanem a verseny szükségszerű feltételének tartják. A kétféle szabályozás mögött eltérő szemlélet és a közgazdasági elméletek értelmezései közti vita is meghúzódik. Ugyanakkor tény, hogy a túlzó árak tiltásával kapcsolatos eljárások igen ritkák az európai gyakorlatban is. Az európai tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy a túlzó árazás tiltásának csak elvétve sikerül bíróság előtt is védhető módon érvényt szerezni (illetve másképpen fogalmazva, a túlzó árazást és annak káros voltát bizonyítani), ráadásul a túlzó árazással kapcsolatos vizsgálatoknak igen komoly hatósági erőforrásigénye van.

Összességében tehát a túlzó árazás tiltásával kapcsolatban:

- egyrészt komoly elméleti kritikák fogalmazhatóak meg,
- másrészt a konkrét megvalósítás gyakorlatilag is problémás, a bizonyítás ritkán sikeres,
- harmadrészt a várhatóan sikertelenül lezárt ügyek lefolytatása meglehetősen költséges.

Fontos megjegyezni, hogy a fent említett három problémakör szorosan összekapcsolódik. Az elméleti megalapozottság hiányosságából, illetve a legfontosabb fogalmak (milyen ár tekinthető túlzónak, illetve károsnak) homályos definiálásából adódnak az objektív bizonyíthatóság gyakorlati problémái. Végül mivel nincs a hatóságok kezében egy elfogadott objektív bizonyítási módszertan, az eljárás és a bizonyítás szükségszerűen nem standardizálható, nehéz és költséges.

A továbbiakban először az amerikai és az európai megközelítés kialakulását mutatjuk be és feltárjuk a kétféle szabályozás mögötti alapvető szemléleti különbségeket. Ezután részben az elméleti irodalom, részben a gyakorlati tapasztalatokból kiindulva azonosítjuk a túlzó ár tiltásával kapcsolatos érveket és ellenérveket.

1.1 A túlzó árazás megítélése az Egyesült Államokban

Az Egyesült Államokban a verseny mindig is többet jelentett egy gazdaságszervezési eszköznél. A versenyzés az amerikai eszményeknek megfelelő „helyes” viselkedési forma. Amikor a 19. század második felében több jelentős iparágban erős koncentrációs folyamat – trösztök kialakulása – zajlott le, a közvélemény és a politika is aggodalommal figyelte a jelenséget. Az aggodalom forrása azonban nem a trösztök magas (túlzó) áraitól való félelmen alapult, hiszen ebben az időszakban a gazdasági növekedés jelentős volt, és az árak sokszor még nominálisan is csökkentek a trösztök által uralt piacokon. Az antitröszt politika kiváltója inkább az a félelem volt, hogy a dominánssá váló szereplők egyrészt képesek tartósan kizárni új szereplők piacra lépését, és így hosszabb távon is megszüntetik a versenyt, másrészt hatalmuk a közhatalmat is befolyása alá hajthatja.

A kialakuló versenyszabályozásnak tehát nem a fogyasztók megvédése volt a célja a magas áráktól, hanem magát a versenyt szerette volna fenntartani.¹ Az amerikai szabályozás a verseny fenntartása érdekében az európai gyakorlatnál sokkal drasztikusabb beavatkozási formáktól sem riadt vissza (például a kötelező szervezeti-tulajdonosi szétválasztás, melyre az amerikai szabályozás történetében a két legnagyobb horderejű példa a Standard Oil és jóval később az AT&T esete), viszont az árak korlátozása az antitröszt politika kialakulásakor nem merült fel.

Az amerikai versenyszabályozás elveit erősen áthatja az osztrák (Schumpeter, Hayek) és a chicagói közgazdasági iskola szemlélete az árak alakulásának és a versenynek a kapcsolatáról. Schumpeter az árak szabad alakulását tartotta a dinamikus gazdasági fejlődés kulcsának. Ezen belül a monopolárat illetve monopolprofitot a verseny sarkantyújának nevezte. Eszerint minden szereplő a monopolprofit reményében versenyez, innovál és kezd új befektetésekbe. A piacokon látható magas árak ugyanakkor jelzik a lehetőségekre vadászó szereplőknek, hogy mely piacokra érdemes belépni, milyen irányokban kecsegtet nagy hozammal új innovációk bevezetése. Schumpeternél tehát a költségeket meghaladó ár a sikeres versenyzők jutalma, ugyanakkor csak átmeneti jelenség; vonzza az új belépőket, így a piaci mechanizmus önkorrekciója automatikusan felszámolja azt.

Hayek ezen túlmenően az áraknak az információsűrítő és továbbító funkcióját emelte ki. A piacokon lévő nagyszámú szereplő között hatalmas mennyiségű információ aprózódik szét

¹ A szabad verseny és az autonóm erős vállalkozók (entrepreneurs) léte a demokrácia és a politikai szabadság biztosítékát is jelenti az amerikai közgondolkodásban.

(előállítási költségekről, piaci erőviszonyokról, a termékeknek a fogyasztók számára nyújtott hasznosságról, kockázatokról, várakozásokról stb.). Az árak (illetve az árrendszer) összegyűjti és egyszerű, könnyen feldolgozható, észlelhető formában továbbítja a döntéseikhez szükséges információt a piaci szereplők felé. Az árak alakulásának minden állami, adminisztratív korlátozása szükségszerűen félrevezeti a piaci döntéshozókat, mivel az árak bürokratikus korlátozója sokkal kevesebb információnak a birtokában van, mint a piaci szereplők együttesen.

Később a közgazdaságtanban egyre nagyobb figyelmet kapott a piac kudarcainak a vizsgálata (Industrial Economics vagy Industrial Organisation). Ezen belül is különösen a természetes monopóliumok eset, amikor az osztrák iskola gondolkodói által felvázolt piaci önkorrekció nem valósul meg. Ekkor egy szereplő hatékonyabban képes ellátni a piacot, mint akár kettő. A monopólium viszont tartósan a költségeket meghaladó árakat képes fenntartani társadalmi veszteséget (a szakterminológia szerint „holtteher-veszteség”) és a fogyasztók megkárosítását (fogyasztói többlet átkerül a termelőkhez) okozva.

Az árak információközvetítő szerepével kapcsolatosan az externáliák okozhatnak gondot; ekkor a döntéshozó nem szembesül azzal, hogy bizonyos döntései káros vagy épp hasznos hatásokkal járnak más szereplők számára – így ez az információ nem épül be az árba. Egy termelő például az optimálisnál kevesebb árut magasabb áron visz a piacra, ha nem érzékeli, hogy termelése pozitív hasznokat okoz olyan szereplőknek is, amelyekkel nem áll kapcsolatban (így nem kap tőlük ezért ellenszolgáltatást).

A chicagói iskola elismeri a piaci kudarcok lehetőségét, de kiemeli az állami beavatkozások költséges, torzító voltát is (kormányzati kudarcok). A piaci folyamatokba történő beavatkozáskor az állami döntéshozó elégtelen információval rendelkezik a piaci szereplőkhöz képest (információs aszimmetria), ezért gyakran rosszul ítélheti meg a helyzetet, gyakran tudatosan vagy tévedésből összekeveri a közérdeket a szabályozásban érdekelt szereplők érdekével (szabályozás pozitív elmélete, fogolyelmélet), rugalmatlanul reagál a környezet változásaira (akkor is fenntartja a szabályozást, amikor már nem lenne rá szükség),

Az Egyesült Államokban a szabályozás alapelvévé vált, hogy csak tartósan fennálló piaci kudarcok esetében érdemes állami szabályozással beavatkozni az árak alakulásába. Ez az ex ante szektorszabályozásnak és az ex post versenyszabályozásnak (antitröszt) szisztematikus szétválasztásához vezet.

Abban az esetben, amikor tartós strukturális okok miatt a verseny nem lehetséges egy piacon, akkor az ex ante szektorszabályozás hatásköre a beavatkozás. Az ex ante szabályozó előzetesen meghatározhatja a piaci szereplők lehetőségeit, működésük feltételeit. Így meghatározhatja a kínálati árat, elérhető profitrátát, a termékek körét, minőségi paramétereit, bizonyos fogyasztók kiszolgáltatását kötelezővé teheti, korlátozhatja a piacra lépést, beleszólhat a tulajdonosi szerkezetbe stb.. Az ex ante szabályozás lehetséges eszközeinek köre tehát igen tág, viszont korlátozott a piacok azon köre, ahol az ex ante szabályozás beavatkozhat.

A versenyszabályozás terepe az összes olyan piac, ahol verseny van, vagy alapvető játékszabályok betartásának kikényszerítésével a verseny biztosítható; ezeken a piacokon a verseny játékszabályainak a betartásán kell örködni (versenytársak piacról való kizárásának, kartelleknek a tiltása, fogyasztóvédelem illetve a vállalati fúziók, felvásárlások előzetes vizsgálata). A versenyszabályozás azonban az Egyesült Államokban alapvetően nem szólhat bele az árazásba, hiszen ennek szabadsága a verseny alapfeltétele. A költségeket meghaladó, akár átmeneti monopolárok önmagukban nem jelenthetnek problémát, sőt a verseny természetes jelenségének tekinthetők. A magas ár lehet valamilyen versenykorlátozó magatartás, például kartellezés következménye, de ez esetben sem a magas ár a büntetendő, hanem az ehhez vezető versenykorlátozó magatartás (hiszen, mint korábban jeleztük, a magas ár elfogadott, hosszútávon hasznos, versenyző magatartásból is eredhet).

A versenyszabályozás vizsgálati köre tehát korlátozott (például nem kérdőjelezheti meg az árak indokoltságát) viszont, a hatáskörén belül igen erős eszközökkel rendelkezik; a kartellezés például büntetőjogi kategória, igen komoly büntetési tételekkel.

Jelen tanulmány célja a túlzó árazásnak versenyhatósági eszközökkel való korlátozásának vizsgálata, ezért nem foglalkozunk részleteiben az ex ante és ex post szabályozás értelmezésével.

1.2 A túlzó árazás európai tiltásának indokai illetve magyarázata

Jelenleg a közgazdasági szakirodalom nem helyez túl nagy hangsúlyt a túlzó árazás versenypolitikai kezelésének elemzésére, az ezzel foglalkozó szerzők jellemzően kritizálják az európai megközelítést. Ehhez képest az Unió alapokmánya egyértelműen tiltja a nem tisztességes (unfair) árak alkalmazását (EKSZ 82.cikkely: „directly or indirectly imposing

unfair purchase or selling prices”). Az európai közösség szabályozásának kialakulása nagyon különböző történelmi alapokról indult, mint az amerikai:

- Az Európai Közösség jelentős protekcionista hagyományokkal rendelkező erős direkt szabályozást megvalósító tagországok összefogását jelentette.
- A szabályozás kialakulásakor nagyon erős volt az inflációtól való félelem (világháborúkat követő hiperinflációk élménye).
- A tagországok piacain sok nemzeti monopólium (domináns szereplő) volt, melyeket a tagországok szabályoztak, de egyben védtek is a külföldi versenytől.

Az Európai Unió ezzel az örökséggel állította fel egyik fő céljának az egységes belső piacok létrehozását. Ugyanakkor az Unió nem kizárólag gazdasági, hatékonysági okból, hanem ezen túlmenően számos politikai és szociális cél érdekében is erőlteti az egységes belső piac létrejöttét. Ennek következtében az uniós szintű szabályozást nem igazán lehet tisztán közgazdasági elvekből levezetni.

A kiinduló állapot alapján, érthető módon a Közösség szabályozásának kialakítói jóval kevésbé bízhattak a piac önkorrekciós mechanizmusainak közösségi szintű érvényesülésében (legalább is rövid-középtávon). Mivel az Európai Közösség létrehozása demokratikus államok politikai vállalkozása volt, az alapítók igyekeztek megtartani a lehetőségét annak, hogy az esetleges rövidtávú, negatív következményeket korigálni tudják (hogy a választóik számára igazolni tudják a közösségi szabályozás hasznosságát), még akkor is, ha egyébként a piac hosszabb távon maga is megoldaná a helyzetet. A túlzó árak alkalmazásának tiltása hosszabb távon az egységes belső piac kialakulásának céljával is inkonzisztens lehet, hiszen csökkenti a tagállamok domináns vállalatainak az ösztönzöttségét, hogy belépjenek egymás piacára.

Most röviden összefoglaljuk, hogy mégis milyen indítékai lehettek-lehetnek az európai szabályozóknak (először a közösségi szintű, végül a tagállami szintű megfontolásokat vetjük fel) a túlzó ár tiltásakor:

- A túlzó árak tiltása illetve büntethetősége átmeneti védelmet adhat a fogyasztóknak addig is, amíg a megfelelő intenzitású verseny ki nem alakul. A tagállamok közti piaci korlátok lebontásának politikai elfogadottságát emelheti az a biztosíték, hogy az esetlegesen emelkedő árakat korlátozni, illetve ex post büntetni lehet (nemzetközi

mobil roaming, távközlési nagykereskedelmi termékek árazásával kapcsolatos nyomásgyakorlás).

- Az árak közti különbségek csökkentése az Unión belül. Ez különösen azáltal a gyakorlat által érhető el, hogy az egyes tagállamokban kialakuló árat benchmarkként használják fel a túlzó árazásos ügyekben. Az „egységes piac” közgazdasági értelemben nem jelent azonos árat! Földrajzilag, időben, minőségi szintenként és fogyasztói csoportonként stb. eltérhetnek az árak, miközben megfelelő mértékű keresleti és kínálati helyettesítés megléte mellett egységes piacon vannak. Ezzel szemben az „*egységes belső piac*” uniós értelmezésekor mintha az egységes, de legalább is, egymáshoz közeledő árakat is elvárnák az európai döntéshozók (habár ez a szemlélet például az United Brands esetében az Európai Bírósági felülvizsgálatánál nem érvényesült).
- Rövidebb távon fellépő elosztási problémák korrigálása. Lehet, hogy a piac önkorrakciója eliminálja, egy idővel a túlzó árakat, de addig is a fogyasztók, vagy egyes fogyasztók rosszul járhatnak a kompetitív állapothoz képest. Még ha hosszabb távon kárpótolja is a piaci önkorrakciós mechanizmus a fogyasztókat, ez a kárpótlás már nem feltétlenül ugyanazokhoz a fogyasztókhöz kerül. Az európai szabályozás sokkal érzékenyebb erre az elosztási hatásra, mint az amerikai (a belgiumi General Motors ügyben fontos érv volt a fogyasztók kárpótlása, holott ez a holtteher-veszteség szempontjából irreleváns). Ennek egyik oka lehet a jövedelemelosztással kapcsolódó általános preferenciákban lévő különbség² vagy az, hogy az átmenetileg nyertes eladó és a rosszabbul járó vevő más-más országhoz tartozik, melyre a konszenzuális beállítottságú európai döntéshozatal érzékenyebb (pl.: nemzetközi mobil és vezetékes hívások végződés). A versenyszabályozásnak, mint minden szabályozásnak vannak jövedelemelosztási hatásai, ugyanakkor persze kérdéses, hogy az elosztási problémákat a versenyszabályozáson keresztül érdemes-e kezelni.

²Rawls azt tekinti igazságos elosztási szabálynak, amelyben a szereplők még azelőtt meg tudnának egyezni, mielőtt kiderülne, hogy a valóságban melyikük, milyen (vesztes vagy nyertes) helyzetbe kerül (tudatlanság fátyla mögötti döntés). Az amerikai szemlélet inkább utilitárista szemléletet tükröz, amikor elfogadhatónak tartja, hogy a fogyasztók egy adott időszakban rosszabbul járnak a kompetitív állapothoz képest, de a piaci folyamatok kárpótlást nyújtanak ezért hosszabb távon. Ennél „kockázatkerülőbb” szereplők azonban érezhetik elkerülendőnek bizonyos csoportok veszteségét, még ha mások ennél nagyobb nyereséghez is jutnak.

- Sokkal kevésbé letisztázott az ex ante és az ex post szabályozás szétválasztása, mint Amerikában. Az ex ante szabályozás jellemzően tagállami hatáskör, arra csak az általános szabályokat lefektető irányelvekkel hat közvetlenül az Unió. Így az ex ante szabályozás kapcsán felmerül a tagállami protekcionizmus veszélye. Az ex post versenyszabályozás kapcsán az uniós intézményrendszernek sokkal nagyobb kikényszerítő ereje van. A tagállami versenyhatósági eljárások esetén is lehet az Európai Bírósághoz fordulni, de a Bizottság saját hatáskörben is indíthat eljárást. Ezért az ex post szabályozás az ex ante szabályozással, illetve az uniós alapokmányban lefektetett elvekkel szembe menő állami beavatkozásokkal szemben is egy korrekciós lehetőség (pl.: Bodson ügy, komprikötőkkel kapcsolatos vizsgálatok, távközlésben nagykereskedelmi hozzáférés árazásával kapcsolatos problémák).

Ugyanakkor a tagállamoknak számos indítéka lehetett, hogy belső hatáskörben is fenntartsák a túlzó árazás tilalmát és az ex post büntethetőségét:

- Az uniós piacnyitás előre nehezen kalkulálható eredményhez, piacszerkezethez vezethet. Elsősorban annak veszélye töltheti el aggodalommal a tagállami szabályozót, hogy külföldi szereplő kerül domináns pozícióba és visszaél erejével. Különösen visszas lehet, ha az új domináns szereplő külföldi állami vállalat, vagy államilag támogatott (lásd illusztrációként a postai vagy vasúti piacok liberalizációs kísérleteivel szembeni tagállami ellenállás érveit).
- Számos termék/szolgáltatás esetében továbbra is nemzeti, vagy még annál is kisebb piacok maradnak domináns szereplőkkel. Ugyanakkor a kis piacok esetében túl nagy fix költséggel járna ex ante szabályozó szervezet felállítása. Ezzel szemben hatékonyabbnak tűnhet az eseti, ex post szabályozás fenyegetésével visszatartani a túlzó árazástól a tartósan domináns szereplőket is (pl.: kis kábeltévé-szolgáltatók).

1.3 Túlzó árazás tiltása elleni és melletti elméleti érvek

Az előző részekben igyekeztünk összefoglalni a lehetséges pozitív, leíró jellegű magyarázatokat arra, miért különbözik az európai és az amerikai szabályozás a túlzó árazás versenypolitikai megítélésében. Jelen rész az elméleti, normatív érveket és ellenérveket igyekszik összegyűjteni.

Először érdemes feltérképezni, hogy milyen helyzetekben merülhet fel a túlzó árazás esete.

A túlzó árazást a piacon már rövidebb távon is piaci erővel rendelkező szereplő (vagy együttesen domináns pozícióba kerülő összejátszó szereplők) képes(ek) alkalmazni. Az összejátszás – még ha hallgatólagos is – egyértelműen tiltott magatartás a versenyszabályozásban, és ez a túlzó árazástól elkülönült témakört alkot. Ezután ezért továbbra is az egyedi szereplő domináns helyzetével és az ezt kihasználó túlzó árazásával foglalkozunk.

Adott piaci szereplő jelentős piaci ereje, illetve domináns pozíciója több fő forrásból táplálkozhat. (A közgazdaságtani szakirodalom a monopólium szót használja, a monopólium azonban egy absztrakt fogalom annak vizsgálatára, hogy nincs a piacon olyan szereplő, amely korlátozná kínálati oldalon a vizsgált vállalatot - monopóliumot, a versenyjogi gyakorlatban a domináns szereplő, az ex ante szabályozásban a jelentős piaci erejű szereplő fogalma használatos. Ezen fogalmak megengedik, hogy legyen a piacon több szereplő, de a domináns, illetve jelentős piaci erejű szereplő magatartását azok érdekében nem képesek befolyásolni, tehát a monopóliumhoz hasonlóan képes viselkedni).

1. A közgazdasági elmélet által „természetes monopóliumként” leírt eset. Ekkor a piacon egy szereplő hatékonyabban képes kielégíteni a keresletet, mint több. Ez lehet a méretgazdaságosság miatt (a kínálati oldalon a kereslet adott szintje mellett egy cég alacsonyabb átlagköltséggel képes termelni, mint több cég kisebb egyenkénti üzemméret mellett), vagy a keresletei oldalon jelentkező hálózati hatás miatt (a fogyasztók többletértéket tulajdonítanak a nagyobb hálózathoz való tartozásnak – ha az egyes szereplők fogyasztóinak hálózatai nincsenek összekapcsolva, akkor a fogyasztók érdeke, hogy egyetlen szereplő, egyetlen hálózatához tartozzanak).
2. A tartósan fennmaradó domináns pozíció alapulhat valamilyen exkluzív jogon, melyet államilag biztosítanak (szabadalmak, koncessziók, állami engedélyek stb.).
3. A domináns szereplő képes kizárni a piacairól a versenytársait egy piaci szűk keresztmetszethez való hozzáférésnek a tartós kisajátítása révén. Ilyen szűk keresztmetszet lehet egy nélkülözhetetlen és ésszerű költségek mellett nem előállítható eszközhöz, nyersanyaghoz, értékesítési csatornához stb. való hozzáférés (legyen az egy információs adatbázis, földrajzi pozíció, hálózati kapacitás stb.). A versenytársak piacról való kizárására számos további magatartás irányulhat (árprés, árukapcsolás stb.), de ezek is lényegében mindig valamilyen szűk keresztmetszethez való korlátozott hozzáféréseken alapulnak. A piacokon folytonosan kialakulnak szűk

keresztmetszetek, amik sokszor gyorsan meg is szűnnek, ugyanakkor a versenytársakat kizáró magatartás révén tartóssá tehető a domináns pozíció.

4. A domináns szereplő olyan többletjeljesítményt képes előállítani, amelyet rajta kívül senki más (értve ezalatt akár azt, ha mindenkinél költséghatékonyabb vagy minőségi többletet tud kínálni stb.).

Az első eset egyértelműen az ex ante szabályozás fő terepe. Itt tartósan fennálló piaci problémáról van szó, amikor az eseti, ex post kezelés nem elégséges illetve nem hatékony. (Ugyanakkor az európai gyakorlatban látható, hogy a versenyszabályozás a nem létező ex ante szabályozás egyfajta előfutáraként is viselkedhet; nem létező, vagy nem megfelelő ex ante szabályozást kíván kiváltani vagy generálni vizsgálatával – lásd például a mobil végződtetési díjakkal kapcsolatos eljárást Magyarországon.)

Hasonló a helyzet a domináns helyzet második kiváltó okával – ennek korrekciója elméletileg nem a versenyszabályozás területe, ám lehet a versenyhatóságnak figyelemfelkeltő belépési korlát lebontó szerepe.

A kulcskérdést a 3. és 4. típusú dominancia jelenti az elméleti irodalom számára. Amikor egyes szűk keresztmetszetekhez való kizárólagos hozzáférés tartós, akkor a helyzet ekvivalens a természetes monopólium helyzetével (a természetes monopólium a szűk keresztmetszethez való hozzáférés nagykereskedelmi piacán alakul ki) – tehát az ex ante szabályozás terepévé válik. Sokszor igen nehéz megállapítani, hogy egy szűk keresztmetszet strukturális okokból áll fenn tartósan, vagy valamilyen kizáró magatartáson alapul. A versenyszabályozás által vizsgált számos kizáró magatartás végső hatása mindig a túlzó ár (illetve az ebből fakadó indokolatlan gazdasági profit).

Itt két fő kérdés merül fel:

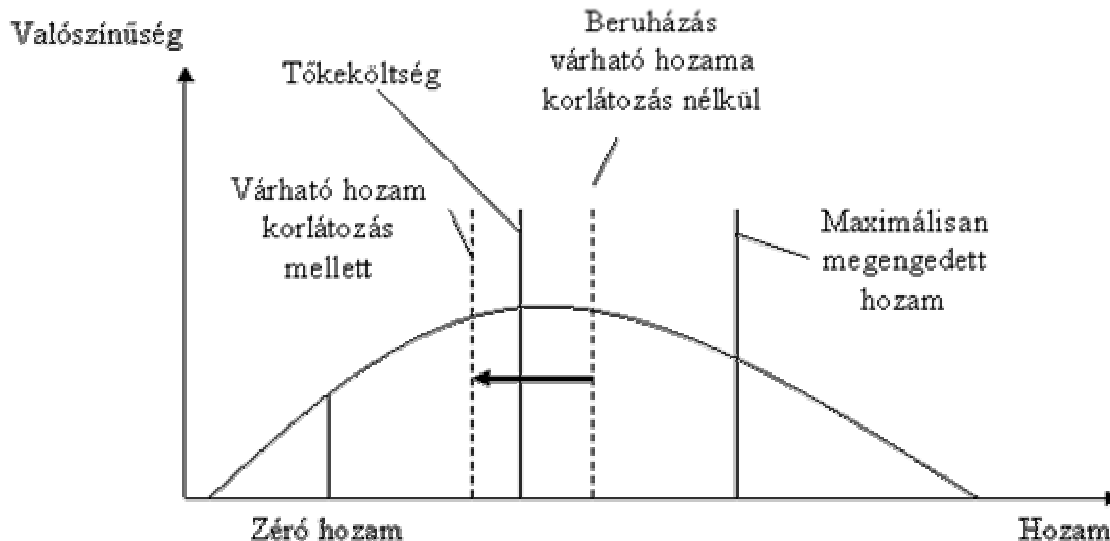
- Ha a dominancia kialakulásához/fenntartásához vezető megannyi kizáró magatartást vizsgálja és bünteti a versenyszabályozás, miért nem teszi azt a végeredménnyel, magával a kialakuló túlzó árral?
- Hogyan lehet megkülönböztetni a versenytorzító kizáró magatartáson alapuló dominancia révén kialakuló túlzó árat a társadalmilag hatékony, többletjeljesítményt (a dominancia 4. oka) nyújtó szereplők költségeket meghaladó áraitól?

1.3.1 A túlzó árazás tiltása elleni elméleti érvek

A túlzó árazás tiltásának versenyszabályozói (ex post) kezelése ellen érvelők szerint a túlzó ár tiltása elméletileg azért nem helyes mert:

1. Csökkenti a beruházási és innovációra vonatkozó ösztönzőket
2. Torzítja az árak információközvetítő, jelző szerepét

Az első ellenérv szerint a költségek feletti ár révén érhető el az a potenciális nyereség, amelyért a piaci szereplők hajlandóak beruházni és innoválni, illetve az ezzel járó kockázatokat vállalni. A piaci szereplők számára minden olyan beruházást érdemes megvalósítani, amelynek a várakozás szerinti hozama nagyobb, mint a beruházás tőkeköltsége. Természetesen előre nem lehet tudni, hogy beruházásaik és innovációik pontosan mekkora hozamot fognak eredményezni. Ezzel szemben azt tudják felértékelni, hogy milyen valószínűséggel lesz sikeres a beruházás, és mekkora hozamot hoz siker vagy sikertelenség esetén (lehetséges természetesen negatív hozam is). Az alábbi ábra mutatja a döntési szituációt:



Az ábra Evans és Padilla, (2004) alapján

Az ábrán a görbe egy beruházás vagy innováció a hozamának előzetes valószínűség-eloszlását mutatja (kisebb valószínűsége van az alacsony és a kimagasló hozamnak, míg az átlagos hozamnak van a legnagyobb valószínűsége). A tőkeköltség a beruházó számára a beruházás kockázata szerint exogén módon adott. A beruházást/innovációt akkor érdemes

megvalósítani, ha a várható hozama nagyobb, mint a tőkekölség. A várható hozam a túlzó árazás tiltásával csökken, mivel a szabályozás kizárja a siker mellett a nagy hozam learatását, viszont nyilvánvalóan senki sem kompenzálja a vállalatot az esetleges kudarc esetén. Így nem fognak megvalósulni olyan a beruházások, amelyeknek szabályozás nélküli várható hozama ugyan a tőkekölség feletti, de a szabályozás melletti már nem. Ez különösen azokat a beruházásokat lehetetleníti el, amelyeknek siker esetén nagy társadalmi értéke lenne (mivel ennek learatását a szabályozás nem engedi a termelőnek profitként realizálni).

A fenti gondolatmeneten alapul a nagy kockázatú (és egyébként utólag könnyen másolható) innovációk szabadalmi védelme. Például a gyógyszerkutatások jelentős része sikertelen és veszteséget okoz, de néhány akkora nyereséget hozhat, hogy mégis érdemes kockáztatni. Ha a szabályozás megtiltja, a sikeres kutatások esetében az extraprofit lehetőségét, akkor senki sem fogja a kockázatokat vállalni. Ezért aztán a sikeres innováció hasznát még a másolástól is érdemes védeni.

A fenti gondolatmenet feltételezi, hogy a szabályozó utólag már nem képes felmérni, hogy a beruházás előtt milyen kockázatot is vállalt a beruházó, így egy referenciaként alkalmazható átlagos iparági tőkekölséggel számol – illetve attól csak valamilyen mértékben eltérő maximumhozamot engedélyez (ez az ábrán viszonylag nagy, ha még inkább közelítene az elérhető maximált hozam a tőkekölséghez a szabályozás mellett a várható hozam még inkább eltolódna negatív irányba). Ez a feltevés a túlzó árazásos ügyek gyakorlata alapján is helytálló, hiszen még maguk a piaci szereplők sem feltétlenül tudják felértékelni utólag, hogy milyen kockázatokat is vállaltak a múltban, pláne nem képes erre egy külső szereplő.³

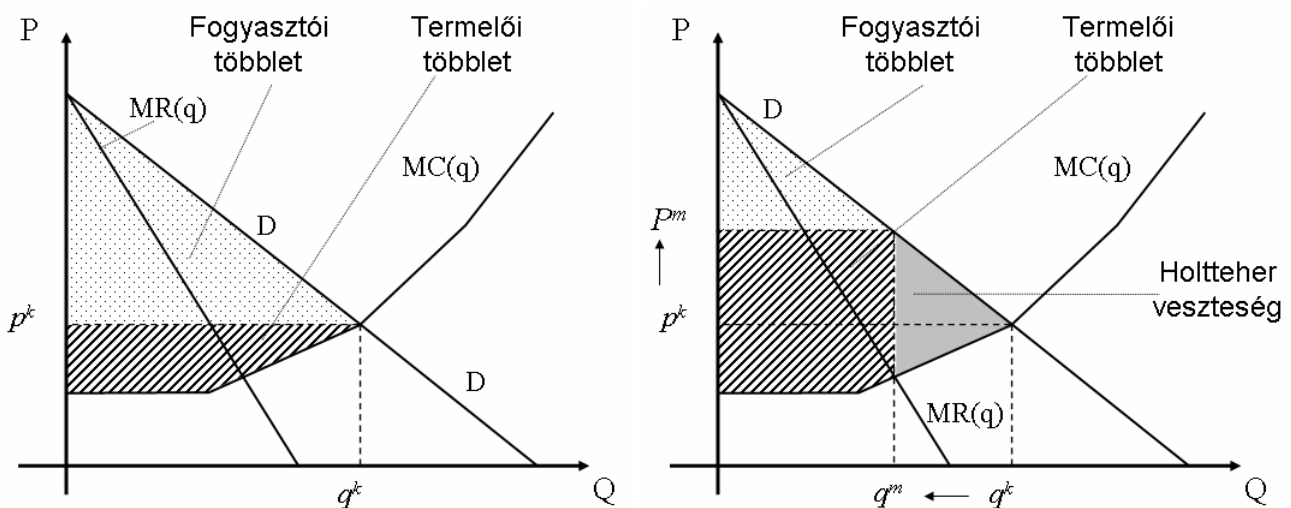
A második ellenérv szerint a piacra potenciális belépők számára a relatíve magas ár mutatja meg a lehetőséget a belépésre. Ez az érv analóg a korábban már idézett osztrák és chicagói közgazdasági iskola érvelésével. Egy szereplő képes felmérni azt, hogy saját maga milyen költséggel lenne képes előállítani egy terméket/szolgáltatást. Ha azt látja, hogy ennél magasabbak az árak a piacon, és kigazdálkodhatóak a belépés költségei (illetve nincsenek egyértelműen kizáró akadályok) akkor megpróbálkozik a piacra lépéssel. A szabályozásnak érdemes letörnie a piacra lépési korlátokat, de az árak felső korlátozása versenyellenes hatású lesz.

³Ugyanakkor, egy ex ante szabályozó számára sokkal életszerűbb (bár a tévedés lehetősége továbbra is nagy), hogy előre beértékeli egyes beruházások a lehetséges kockázatainak mértékét és azt elismeri az előzetesen szabályozott árakban.

1.3.2 A túlzó árazás tiltása melletti érvek

A mikroökonómia monopóliumot elemző alapmodellje szerint a monopólium a kompetitív szintnél alacsonyabb kínálatot visz a piacra, és magasabb árakat határoz meg. Ennek két alapvető hatása, hogy:

- Egyrészt azok a fogyasztók, akik a magasabb áron is hajlandóak vásárolni, rosszabbul járnak – a kompetitív állapothoz képest tőlük jövedelem csoportosul át a monopóliumhoz (fogyasztói többlet egy része termelői többletbe megy át)
- Másrészt bizonyos fogyasztók kiszorulnak a piacról; a magasabb áron már nem éri meg nekik vásárolni. Az ő veszteségük a nettó társadalmi veszteség, közgazdasági terminológia szerint holtteher-veszteség.



A két klasszikus ábra a monopólium magatartását és annak hatásait mutatja be (ahol P az ár, Q a piacra vitt mennyiség, D a keresleti görbe, MC a termelők határkölsége, MR pedig a határbevétele). Az első ábrán a kompetitív piaci egyensúly látható, $MC=p^k$ határkölség alapú ár mellett q^k mennyiség kerül piacra; a pontozott terület a fogyasztói, a csíkozott a termelői többletet jeleníti meg. A monopólium képes visszafogni a kínálatot (q^k helyett q^m -et visz piacra) és megemelni az árat (p^k helyett p^m -re). Ekkor a szürke terület a csökkenő kínálatból fakadó társadalmi veszteséget mutatja, míg a termelői többlet a fogyasztói többlet kárára nő meg (látható, hogy a monopólium hiába kártalanítaná utólag a fogyasztóit visszaadva a p^m-p^k árkülönbséget, a holtteher-veszteséget akkor sem szüntetné meg).

Minden versenytorzító, versenytársat kizáró piaci magatartás végső következménye és célja ugyanaz: túlzó árak alkalmazása és ezen keresztül gazdasági profit elérése. Miközben a versenytorzító, versenytársat kizáró magatartás versenyszabályozási üldözése általánosan elfogadott, akkor miért ne lehetne a végeredményt, magát a túlzó árazást is megtiltani. A korábban bemutatott ellenérvek szerint, amennyiben a dominancia tartósan fennáll, akkor az ex ante szabályozás keretébe kell utalni a kérdést, egyébként viszont a túlzó ár korlátozása piactorzító (visszariaszt a piacra történő belépéstől), és beruházás illetve innováció visszatartó hatású.

A pro érvelés szerint azonban

- a túlzó árak tiltása nem feltétlenül csökkenti, sőt növelheti a piacra lépés valószínűségét,
- a piacra lépés lehetőségének növekedése beruházásösztönző mind a már piacon lévőkénél, mind az új belépőkénél

Az érvelés elsősorban játékelméleti eszközökkel operál, ahol a kiinduló helyzetben egy monopolszereplő (inkumbens) uralja a piacot. A potenciális belépő képes felbecsülni a keresletet, de hiányos információja van arról mennyire hatékony az inkumbens (milyen tényleges költségei léteznek illetve milyen a költségszerkezete – fix és határköltségek).

Az inkumbens költség feletti árakat alkalmaz, de egy esetleges kihívás esetén (új belépő megjelenése) akár képes lehet az árainak csökkentésére – árháború indítására - is.

A potenciális belépő nem az alapján mérlegel, hogy olcsóbban tudná-e előállítani a terméket, mint a belépése előtt megfigyelhető ár, hanem az alapján, hogy a belépése után kialakuló ár mellett is versenyképes lenne-e. Ha a potenciális belépő azt feltételezi, hogy hatékonyabb tud lenni az inkumbensnél, akkor érdemes belépnie, hiszen egy belépése utáni árháborút is megnyerne – ellenkező esetben viszont elveszíti a belépés érdekében eszközölt befektetéseit. A piacon megfigyelhető „túlzó ár” tehát önmagában nem hat semmilyen módon a belépési ösztönzőre. A kérdés ezzel szemben, hogy a potenciális belépők fel tudják-e értékelni az inkumbens hatékonyságát.

Vizsgáljuk meg, hogyan viselkedik:

- egy belépési veszélytől nem tartó inkumbens,
- egy belépést elriasztani akaró nem hatékony inkumbens,
- egy támadható piacon működő hatékony inkumbens.

A belépéstől nem tartó inkumbens természetesen monopolárat fog alkalmazni. Amikor azonban a belépés lehetősége nem áll fenn, akkor ex ante szabályozásra van szükség.

A belépéstől tartó nem hatékony inkumbens célja azonban az, hogy magát hatékonynak tüntesse fel, tehát nem a saját költségei szerinti monopolárat fogja alkalmazni, hanem annál alacsonyabbat – legalább annyit, mint amennyi egy hatékony inkumbens monopolára lenne (Milgrom-Roberts, 1982).

Egy hatékony inkumbensnek is érdemes a monopoláránál lejjebb mennie, mert ezzel hitelesen jelezheti a potenciális belépőknek, hogy ő hatékony – tehát a belépésnek nincs értelme. Amennyiben a belépésnek semmilyen költsége sincs akkor igazán hitelesen csak a kompetitív árákig lemenve képes jelezni saját hatékonyságát – erre épül a Baumol által bevezetett megtámadható piacok elmélete.

Amennyiben azonban léteznek egyszeri belépési költségek és a potenciális belépők bizonytalansággal szembesülnek a tekintetben, hogy milyen belépés utáni árháborúra képes az inkumbens, akkor egy stratégiai játék alakul ki (Tirole, 1988 limit pricing modell).

Amennyiben a nem hatékony inkumbens legalább a hatékony szerinti monopolárig le tud menni (amit a hatékony új belépő is alkalmazna, ha monopóliummá válhatna), és a potenciális belépők eléggé „pesszimisták” akkor az egyszeri belépési költségeket nem fogják vállalni.

Dinamikus játékban az inkumbens maga is befolyásolhatja a potenciális szereplők bizonytalanságát. Időnként a saját profitmaximalizáló (de még elriasztó) ára alá is lemehet, majd a következő időszakban visszatérhet ahhoz.

Ez utóbbi elmélet egyfajta magyarázat lehet arra, amikor inkumbens vállalatok rövidebb távú kedvezményeket meglepően olcsón adnak, ezek akár elriasztó jelzések is lehetnek a potenciális belépők felé arra vonatkozóan, meddig is lennének hajlandóak egy árháborúban lemenni egy esetleges belépés esetén.

A felvázolt modell érdekessége, hogy nem hatékony szereplő (tehát sem természetes monopóliumról, sem piaci többletteljesítményről nincs szó, azaz ex ante szabályozás területére utalt eseteken, vagy a hatékony piaci önkorrekciós mechanizmuson túlmenően is) képes fenntartani nemcsak a piaci dominanciáját pusztán az árazási politikájával, hanem ezzel egyszerre tartósan túlzó árakat is alkalmazhat.

Ebben a modellben a szabadon alakítható (túlzó) ár nem látja el a belépést ösztönző információközvetítő illetve jelző funkcióját. Ezzel szemben, ha a szabályozás előírná, és betartatná (illetve a büntetés szabályozói fenyegetése hiteles) a költségalapú árak

alkalmazását, akkor a potenciális új belépők bizonytalanság nélkül kalkulálhatnának azzal kapcsolatban, hogy hatékonyabbak tudnának-e lenni az inkumbensnél vagy sem.

A bemutatott érvelés azonban csak akkor áll, ha a **„kötségalapú ár” – amihez képest túlzónak és büntethetőnek minősülhet az ár – az inkumbens tényleges költségeihez igazodik.** Tehát nem támasztja alá azt – az egyébként Európában általános gyakorlatot – amikor az ár túlzó voltát egyfajta „hatékony szereplő” költségeihez képest vizsgálják! A versenyhatóság nem kényszeríthet ki egyfajta „hipotetikusan hatékony” árat, mert az már újfent nem közvetítene a piaci szereplők számára releváns információt, sőt ellehetetleníti mind a potenciális belépő üzleti tervét, mind a piacon lévő inkumbenst.⁴

A túlzó árazás tiltásának elméleti támogatói szerint épp a belépési bizonytalanságot csökkentő jellege miatt a tiltás beruházás és innováció támogató hatása is elképzelhető. Adott feltételek mellett a tényleges költségeket fedező ár kikényszerítése (illetve az ezt meghaladó árazás büntetésére vonatkozó szabályozói fenyegetés) azt eredményezi, hogy az inkumbens igyekezzon hatékony lenni, és a belépők merjék leváltani a nem hatékony inkumbenst. Ez mind az inkumbens, mind a belépők oldaláról valós befektetés-ösztönző.

Fontos megjegyezni, hogy a bemutatott pro érvelés támogathatja azt, hogy nem hatékony a túlzó árazás tiltását teljesen száműzni a versenyhatósági eszköztárból, ugyanakkor annak relevanciája csak bizonyos korlátozó feltételek meglétekor igazolható. A modell szerint az elriasztó (de még túlzó) árazás csak akkor tartható fenn, ha az inkumbens tényleges és az új belépők potenciális hatékonysága között viszonylag kicsi a különbség. Ráadásul a befektetés-ösztönző hatás is csak a viszonylag kis kockázatú befektetésekre vonatkozik. Tehát a tiltás melletti elméleti érvek sem általános (minden helyzetre kiterjedő) hatályúak.

⁴ Ez fontos adalék lehet a költségelemzés problémával foglalkozó 2.3.1-es részben.

2 A túlzó árazásos verseny-eljárás lefolytatásához kapcsolódó elméleti és gyakorlati problémák

A korábbi fejezetben pozitív (leíró) és normatív szempontból értékeltük a túlzó ár, illetve a túlzó árazás tiltásának megítélését; láthatóan nem egyértelmű, hogy ez a jelenség egyáltalán vizsgálandó-e a versenyhatóság számára. Az USA versenypolitikai gyakorlata jellemzően az elvi ellenérvekre alapozza, hogy az ex post szabályozás hatóköréből kiemeli ezt az esettípust. Ezzel szemben az európai gyakorlat vizsgálándónak tartja a jelenséget. Mint bemutattuk, ezt főként intézményi indokok, de ezen túlmenően, bár szűkebb értelmezési tartományban általános, normatív érvek is alátámaszthatják.

Az uniós megközelítést sokkal inkább a praktikus problémák kezelése mozgatja. Hiába igazolható ugyanis, hogy egy adott piaci kudarc létezik, ha annak kezelése a potenciális jóléti nyereségnél nagyobb költséggel jár. Persze ez hosszabb távon inkább szakmai-elméleti kihívás.⁵ Azonban ha az adott piaci probléma kezelendő (ezt veti el az amerikai álláspont, de fenntartja az Unió) akkor a kezelés módszertanának kidolgozására kell összpontosítani, a probléma kezelésének általános elvetése helyett.

A jelen fejezetben elfogadjuk, hogy a túlzó árazás ex post alapon is vizsgálendő és kezelendő piaci probléma.

A továbbiakban a túlzó árazással kapcsolatos eljárás lefolytatásának és a túlzó ár bizonyításának elméleti és gyakorlati problémáit tekintjük át (amelyek akár az ügýtípus általános alkalmazásának lehetőségét is aláaknázhathatják, nem tagadva, bizonyos speciális esetekben a relevanciáját).

Elsősorban a túlzó árazásos ügýtípus-specifikus problémákra fókuszálunk. Természetesen a túlzó ár vizsgálatakor is szükséges a piac-meghatározás és elengedhetetlen a piaci dominancia (jelentős piaci erő) létének megállapítása (lásd később). E lépésekkel kapcsolatos nehézségeket nem tárgyaljuk teljes körűen, hiszen azok más ügýtípusnál is felmerülnek.

⁵ A kartellek vagy épp a ragadozó árazás bizonyítása a gyakorlatban ugyancsak komplikált feladatnak tűnt korábban, de erre az a válasz, hogy ki kell dolgozni a módszertant. Ezzel analóg az ex ante árszabályozás problémája is; például a hosszú távú inkrementális költségek meghatározásának módszertanát csak igen komoly erőforrások felhasználásával lehetett kidolgozni – az egyedi esetenként nem is érte volna meg ennek a költségnek a felvállalása.

2.1 Piac-meghatározás, celofán tévedés

A túlzó ár gyanúja a piac-meghatározás kapcsán felvet egy speciális problémát is. Ez a szabályozási kánonban celofán-tévedés néven elhíresült piac-meghatározási hiba.

A szabályozás szempontjából a piac definiálásakor a termékek közti keresleti és kínálati helyettesítés eredő mértékét kell értékelni. Amennyiben a helyettesítések együttesen megfelelő mértékűek, akkor a vizsgált termékeket egy piacon lévőnek kell tekinteni.⁶

A helyettesítés mértéke azonban az esetek döntő többségében árfüggő. A legtöbb termék esetében magasabb ártartományban inkább hajlandó mind a kínálati mind a keresleti oldal helyettesíteni. Ha a szabályozó (akár ex ante, akár ex post) a piaci árak mellett értékeli a helyettesítési viszonyokat könnyen nagyobb helyettesítést találhat (és ebből kifolyólag a helyesnél szélesebb piacokat határoz meg), így alulbecsülheti a domináns szereplő piaci erejét.

Egy tényleges monopóliumnak addig a szintig érdemes emelnie az árait, amíg a termékének már elég erős helyettesítőjévé válnak más termékek. A piac-meghatározáskor tehát épp a túlzó árazás miatt nagyobb helyettesítést figyel meg a hatóság. Így a helyesnél szélesebb piacokat határoz meg, ahol már nem találja dominánsnak a túlzóan árazó szereplőt.

A probléma a celofán tévedés nevet egy híres amerikai versenyügy révén kapta. Ennek során a Du Pont cég celofánpiaci árazását vizsgálták. A Du Pont a celofán-csomagoló anyag egyedüli előállítója volt. A gyanú szerint a „celofán piacon monopólium volt és piaci erejével vissza is élt. A Du Pont azonban azzal vélekedett, hogy a különböző csomagolóanyagok (más műanyagok, karton, papír stb.) egymás erős helyettesítői, a piac szélesebb értelemben vett csomagolóanyag-piac, melyen a Du Pont-nak kicsi a részesedése.

⁶ A szabályozási célú piacdefiníció eszköze a hipotetikus monopolista teszt (HMT angolul SSNIP – small but significant and non-transitory increase in price test). Eszerint azon termékkör alkot elkülönülő piacot, amely monopolizálása esetén a kompetitív árnál magasabb árat lenne képes fenntartani egy monopólium. Más megfogalmazás szerint; más termékek nem korlátozzák eléggé a keresleti és kínálati helyettesítésen keresztül a vizsgált termék áremelését – a valóságban megfigyelhető ár nyilván a piacon belül megvalósuló verseny miatt lehet alacsonyabb, mint a „hipotetikus” monopólium által alkalmazott ár. A HMT egy kvantitatív módon is elvégezhető teszt, amelyhez inputként a termék saját és a közelebbi helyettesítőkkal való kereszt-árrugalmasságának, valamint a fix és változó költségek szintjének ismerete szükséges. A gyakorlati esetekben azonban csak gondolkodási keretként kerül alkalmazásra – sokszor nem is nevesítve – azaz a keresleti és kínálati helyettesítések szisztematikus felmérése történik meg.

2.2 A vizsgálat időtávja

A későbbiekben részletesen is bemutatjuk, milyen módszerekkel lehetséges a túlzó árazás vizsgálata, ugyanakkor mindegyik megoldás esetén alapvető probléma, a vizsgálat időtávjának a meghatározása.

A piaci környezet, így az egyensúlyi kompetitív ár is folytonosan változik, amit a piaci szereplők képtelenek azonnali és tökéletes módon lereagálni. Ráadásul a költségeknek és a bevételeknek a felmerülése időben elszakadhat egymástól. A piaci mechanizmus (intenzív verseny) az áraknak az egyensúlyi szint felé konvergálását biztosítja csak. Ezért elvileg is hibás és a gyakorlatban is megvalósíthatatlan egy adott időpillanatra nézve vizsgálni az ár túlzó voltát. Ezzel szemben a túlzó árazásos ügyek valamely időszakra vonatkozóan kívánják vizsgálni a túlzó árazás létét.

A kompetitív árak hosszútávon fedeznie kell a termelők indokolható költségeit. Domináns szereplő léte esetén a túlzó árazás kimondásának szükséges (de nem elégséges) feltétele, hogy az indokolható költségeken és a jogosan elvárható hozamon túlmenő (gazdasági vagy extra-) profitot nyújtson. Ugyanakkor egy adott termék teljes életciklusán nézve számos olyan, a fogyasztók hasznát is növelő árazási stratégia lehetséges, amikor az ár időlegesen eltér a költségektől, de összességében nem vezet extraprofithoz (a bizonyos időszakban adott árkedvezmények kiegyenlítik a másik időszakban alkalmazott magas árak hatását). Ilyenkor a túl korlátozott vizsgálati időtáv túlzónak minősítheti az árazást adott időtávon, holott az egy korábbi vagy jövőbeli veszteséget fedez (társadalmilag hatékony módon). Ennek fényében sajnos elméletileg sem határozható meg egyértelműen, hogy mi lehetne a helyes vizsgálati időtáv.

A következő esetek példázhatják a társadalmilag optimális, viszont adott időszakban túlzónak tűnő árat.

1. Hálózati hatás léte.⁷

Ekkor társadalmilag optimális lehet, ha az új termék bevezetésekor a költségeknél alacsonyabb – veszteséget biztosító – áron kínálja a termelő a termékét. Az alacsony induló árak hozzájárulnak a fogyasztók számának növekedéséhez – aminek hatására később akár

⁷ Ekkor a fogyasztók számára többletértéket jelent, ha többen fogyasztják az adott terméket.

magasabb (a költségeket meghaladó) árat is hajlandóak kifizetni. Amennyiben a versenyszabályozás megtiltja az utólagos költség feletti árakat (hitelesen fenyeget ezzel) akkor a termelők nem használják ki ezt a társadalmi hasznosságot növelő stratégiát. A gyakorlatban nagyon sok fontos innovatív termék elterjedése alapul ezen az árazási stratégián! A kezdeti kedvezmények teremtik meg a piac kritikus méretét, amelynek egyfajta méltányos fedezete (ez alatt azt az árat értve, amely fedezi a kezdeti veszteséget, beleértve a kockázatvállalás árával) a későbbi magasabb ár.

2. Időbeli árdiszkrimináció.

A fogyasztó kiszolgálásának időpontján keresztül megkülönböztethető a fogyasztók árérzékenyebb része, akiktől beszedett magasabb ár fedezi az árérzékeny fogyasztók kiszolgálásához szükséges alacsonyabb árat.

Sokszor az újdonságot megtestesítő termékért hajlandóak bizonyos fogyasztók többet fizetni a költségalapú árnál, miközben a kezdeti időszakbeli bevételek fedezhetik a később kiszolgálható árérzékenyebb fogyasztói csoport alacsonyabb árát.⁸ Ekkor a kezdeti magasabb ár fedezi a termék előállításának fix költségeit, és a későbbi időszak alacsonyabb árainak csak a termelés inkrementális (határ) költségeit kell fedeznie.

Más piacokon a kevésbé árérzékeny fogyasztók kockázatkerülők. Érdeemes olcsón az árérzékeny fogyasztóknak kínálni a terméket eleinte, arra számítva, hogy ha az beválik a gyakorlatban, a kockázatkerülőbb (de esetleg az árra kevésbé érzékeny) fogyasztóknak a költségeket meghaladó áron is lehet értékesíteni (erre példa a bevezető árak, olcsó próbatermékek stb. gyakorlata⁹).

3. Váltási költségek (switching costs) – a piacért, nem pedig a piacon zajló verseny

Amikor egy piacon előre látható, hogy a fogyasztóikat váltási költség terheli, akkor a termelők joggal számíthatnak arra, hogy legalább a váltási költségek mértékével a versenytársaké fölé emelhetik az áraikat.¹⁰ Ha ezt mindenki felismeri, akkor a jövőbeli

⁸ Nagyon sok technológiai újdonság esetén igaz ez, példa lehet még a divat illetve presztízstermékek, ehhez kapcsolódóan a szezonálisan kifutó termékek (itt a megmaradó árukészlet csak olcsóbban való értékesíthetőségének fedezete épül be az eredeti árba, mely így költségfelettivé válik), gyakori példa a könyvek szellemi termékek piaca, ahol a rajongók biztosítják a szélesebb körű terjesztés fedezetét stb.

⁹ Csak példaként ebbe a kategóriába tartozhat azon termékek árazása, ahol a hibák csak hosszabb távon derülnek ki és korrigálhatóak - frissen bevezetett gyógyszerek, autók – ahol a termékről való informálódás költségekkel jár ezért a kockázatkerülőbbek inkább kívárnak – pénzügyi konstrukciók, de akár új élelmiszeripari termékek is.

¹⁰ Előfordulhat, hogy nincs stabil egyáras egyensúly, minden szereplő a váltási költséggel a versenytársaké felé emeli az árat, így azonban lépésről-lépésre mindenki párhuzamosan a monopol szintig emeli az árat, még kicsi váltási költség esetén is.

fogyasztók jóval értékesebbé válnak (mivel nehezen váltanak magas ár esetén is, többletprofitot hoznak a termelőnek) – a fogyasztók megszerzéséért a termelők elversenyzik a később várható extraprofitot. Tehát ilyenkor a fogyasztók megszerzése érdekében költség alatti árak (engedmények), míg később a nehezen váltó már megszerzett fogyasztóknál költségfölötti árak alkalmazása a helyes termelői stratégia. Ez általánosabban megfogalmazva a „piacért, és nem a piacon zajló verseny” jelenségéhez vezet. Ekkor a piacon a termelők nem kényszerülnek versenyre, extraprofitra tehetnek szert, de a profittal kecsegtető piac megszerzéséért hajlandók azt előzetesen elversenyezni.¹¹

A vizsgálat optimális időtávja lehetne az adott termék teljes életciklusának utólagos elemzése. Ez megnyugtatóan megoldhatná a fent említett problémák kezelését – hiszen ekkor elvileg megfelelően értékelhető az adott kedvezmények és extrabevételek egyenlege. Ekkor azonban már kifutott termékeket vizsgálna a versenyhatóság, így képtelen lenne orvosolni a piaci problémát – társadalmi holtteher veszteség kialakulását, és ha el is tudná vonni a képződött extraprofitot, az már nem kárpótolhatja az optimálisnál többet fizető fogyasztókat.

Amennyiben a termékciklus közepén indul az eljárás, akkor a vizsgálat a múltbeli túlárazás megállapításakor a jövőbeli „hipotetikus, de a piaci folyamatok alapján várható” kedvezményeket is figyelembe kell vennie.

Ez a valóságban eléggé ingataggá teszi a bizonyítási eljárást, hiszen nehezen választhatóak el a piaci folyamatok (versenyhatósági beavatkozástól független) logikájából fakadó jövőbeli kedvezmények, a versenyhatósági eljárás miatt a vizsgálat alá vont vállalat által ígért vagy kezdeményezett akcióktól. Ekkor a ténylegesen túlárazó szereplő a versenyhatósági vizsgálat miatt csökkenti árait – ez az adott piac kapcsán a versenyhatósági cél elérését jelentheti¹², de teljesen aláássa a versenyhatósági, ex post (és ebből fakadóan szükségszerűen szűrőpróba jellegű) eljárás elrettentő (és így ösztönző) erejét. Az Unió eljárásai esetében ugyanakkor számos alkalommal azonosítható az „önkéntes” árcsökkentés kényszerítésének a szándéka a túlzó árazás ügýtípus alkalmazásakor.¹³

A vizsgálati időtáv problémája kapcsán jelenleg nincs elméletileg is megalapozott és védhető zsinórmérték a versenyhatóság kezében.

¹¹ Lásd részletesen a GVH számára készülő váltási költségeket elemző másik Infrapont-tanulmányt.

¹² Eltekintve attól, hogy a korábbi magas árakkal sújtott fogyasztók nem feltétlenül azonosak a jövőbeliekkel.

¹³ A GMC ügyben a Bíróság még csak figyelembe vette az önkéntes árcsökkentést, de például a távközléssel kapcsolatos legutóbbi vizsgálatoknál – nemzetközi roaming, béreltvonal stb. – bizonyos értelmezések szerint kifejezetten ezt célozhatta az eljárás.

A kulcskérdést az jelentheti, hogy meghatározzuk a piaci stratégiák társadalmilag is hasznos körét és az ennek folytatására utaló piaci jeleket.

Amennyiben egy domináns szereplő tartósan költségfeletti árakat nyújt, stabil kereslet mellett, és az innovációnak nincs komoly szerepe az iparágban, valamint a piaci belépést komoly korlátok riasztják el, akkor kizárható a fenti társadalmilag optimális árazási stratégiák léte, és a vizsgálat időtávjával kapcsolatos problémák kevésbé relevánsak.

Minden korábbi kitétel azonban azon feltételezésen alapul, hogy a vizsgált vállalat piaci pozíciója fenntartható! A kezdeti kedvezmények csak annak tudatában adhatóak, ha a későbbi magasabb árak is alkalmazhatóak lesznek – tehát a domináns pozíció akkor is fennáll. A versenyhivatali eljárás szempontjából nem mentheti fel egy korábbi időszak túlzó árazását, ha a domináns vállalat a verseny erősödésére válaszként csökkenti utólag az árait. A versenyhelyzetben történő változáshoz kapcsolódó árcsökkentés ezzel szemben bizonyíték is lehet a korábbi időszaki túlzó árazásra (Ezrachi-Gilo, 2006). Ha az új árak tartósak (nem rövidtávú akcióról van szó), akkor azoknak fedezniük kell a termelés költségeit (nem lehet veszteséges a termelő, különben nem lenne racionális az árcsökkentés). Amennyiben a hirtelen árcsökkentést nem indokolja a költségek csökkenése, akkor a korábbi időszak magas ára a domináns pozíció kihasználásán alapulhatott. A hirtelen árcsökkentés bizonyító jellege különösen akkor merül fel, ha a belépési korlátokat csökkentő szabályozási változás, vagy új szereplők megjelenése idézte elő.

Elméletileg ugyan nem határozható meg egyértelműen a helyes vizsgálandó időtáv, de felállítható egyfajta a szempontrendszer, ami alapján a választott időtáv indokolható. Az érett piacokon, ahol mind a kereslet, mind a költségviszonyok elég stabilak az ex post szabályozás kiemelhet egy rövidebb (praktikusan 1-2 éves) időszakot, amelyen vizsgálhatja a túlzó árazás meglétét. A részletes vizsgálat időszakának a kiterjesztése a vizsgálat nehézségeit, költségeit is jelentősen növelné (több évre elvégezni a költségek elemzését, összehasonlíthatósági problémák stb.). Ugyanakkor a versenyhatóságnak a teljes termék-életciklus folyamatait figyelembe kell vennie ahhoz, hogy a kiemelt vizsgált időtávon az árat túlzónak minősíthesse!

2.3 *Viszonyítási pont szükségessége*

Egy ár csak valamihez képest tekinthető túlzónak, így a túlzó ár megállapítása természetesen valamilyen viszonyítási pontot igényel.

1.

Az elmélet a kompetitív ár szintjét ajánlja viszonyítási pontként. A túlzó ár gyanúja azonban értelemszerűen akkor merül fel, amikor a szabályozó kételkedik abban, hogy a piacon megfigyelhető ár kompetitívnek tekinthető.

Az elmélet azt a piactisztító árat tekinti kompetitívnek, amely mellett a kereslet és a kínálat egyensúlyba kerül intenzív verseny mellett. Ez a kompetitív ár továbbá minimum¹⁴ fedezi a termelés költségeit (különben a termelők hosszabb távon kilépnek a piacról). Túlzó ár alakulhat ki, ha a kínálati oldalon korlátozott a verseny. Ez a tökéletesen rugalmatlan kereslet kivételével a kínálat visszafogását igényeli (a gyakorlatban többnyire az ár felemelése a direkt akció, ennek azonban a kínált mennyiség csökkenése a hatása). Ebből látszik, hogy a túlzó ár lehetősége a piaci dominancián illetve a verseny hiányán alapul, hiszen a piaci kínálatot csak domináns szereplő képes visszafogni (úgy, hogy a kieső kínálatot ne pótolják a versenytársak).

Motta és Streel (Motta-Streel, 2006) a „kompetitív árat” a szabályozás „Szent Gráljának” nevezi, amelynek megtalálása szerintük gyakorlatilag lehetetlen. A túlzó árazásos ügyek épp a tényleges piaci árak a kompetitív szinthez való viszonyítására irányulnak, ebből következik, hogy a tautológia elkerülése érdekében a piacon megfigyelhető árat nem fogadhatjuk el ab ovo kompetitívnek.

A kompetitív ár szintjének becslésére - illetve annak megállapítására, hogy ettől eltér a tényleges ár - alapvetően 3 fő módszertani lehetőség kínálkozik. A felsorolásuk után bemutatjuk, hogy lényegében az európai gyakorlat is ezt a három tesztet alkalmazza – habár vitatott, hogy mikor, melyiket kell használni, elfogadni.

¹⁴ Ennek a kitételnek a lényege a keresletoldali „gazdasági érték” mint viszonyítási alap tárgyalásakor lesz kifejtve.

1. Az árak a költségekhez képest túlzóan magas voltának bemutatása
2. A terméknek a kereslet szempontjából értelmezett „gazdasági értékéhez” viszonyítva túlzóan magas az ár.
3. Benchmark alapú összehasonlítás – ekkor a praktikus cél, hogy a kompetitív árnál magasabb/egyenlő összehasonlító árhoz mérjük a vizsgált árat. Tehát nem az a cél, hogy találjunk egy benchmarkként használható kompetitív árat, elég annak bizonyítása, hogy az összehasonlítási alap nem alacsonyabb a kompetitív árszintnél. A benchmark-elemzésnek 4 fő altípusa lehetséges:

- 3.1. Ugyanazon (hasonló) terméknek egy másik időszakbeli árához képest túlzóan magas az ár a vizsgált időszakban (és ezt nem indokolja a piaci környezetnek – költségeknek, kockázatoknak, keresletnek - a változása, kivétel természetesen a piaci verseny intenzitásának változása).
- 3.2. Ugyanazon (hasonló) termék más földrajzi területen megfigyelhető árához képest magas az ár (és az előzőhöz hasonlóan az összehasonlítási alapot jelentő terület eltérő adottságai nem indokolják azt).
- 3.3. Ugyanazon (hasonló) termék különböző áron kínálása különböző típusú fogyasztóknak (ha a fogyasztók kiszolgálásának körülményei nem indokolják a különbséget).
- 3.4. Ugyanazon területen/időben nyújtott „hasonló” termék árához képest magas az ár (amennyiben a termékek közti különbség – ez esetben ilyen nyilván létezik, különben nem lenne fenntartható a különböző ár – például a minőség, márkázottság, stb. nem indokolja azt).

Az Európai Bíróság a United Brands esetében hozott ítélete egy két szintű tesztet határoz meg, mint a túlzó árazás bizonyításának eszközét:

- (1. szint): *„a feladat tehát annak megítélése, hogy túlzottan magas-e a különbség a ténylegesen felmerült költségek és a ténylegesen fizetett ár között,*
- (2. szint) *és amennyiben a válasz erre a kérdésre igenlő, vizsgálni kell, hogy az alkalmazott ár akár önmagában, akár a versenytársak termékeivel összehasonlítva tisztességtelen-e.”* United Brands ítélet 252. pontja

Felmerülhet a kérdés, hogy ez a kétszintű teszt, hogyan viszonyul az általunk felsorolt 3 bizonyítási módszerhez.

Sajnos a Bíróság kevés támpontot ad a két teszt, és különösen az „ár önmagában való tisztességtelen voltának” értelmezéséhez. Ráadásul későbbi esetek kapcsán a Bíróság nem volt teljesen konzisztens a fenti tesztek elvárásával kapcsolatban; például a SACEM ügyek esetében elegendőnek ítélte más piacok (tehát nem a versenytársak!) áraival való összehasonlítást. A Helsingborg ügyben pedig a Bizottság terjesztette ki a szükséges tesztek körét a keresletoldali gazdasági érték becslésével.

Meglátásunk szerint a 2. szintnél az árak önmagában való értékelésekor a Bíróság álláspontja kétféleképpen értelmezhető (ezek nem zárják ki egymást, hanem párhuzamosan érvényesek):

1. ténylegesen felmerülő költségek számbavételén túl (1. szint) a tőkeköltségek figyelembevételét emeli be a szükséges vizsgálat körébe (ez az értelmezés megegyezik a Versenytanács AH ügyben kifejtett értelmezésével - Vj-27/2005/119 133. pont).
2. a költségeken túlmenően a keresletoldalról is vizsgálni kell a termék gazdasági értékét és annak viszonyát az árhoz, a keresletoldali értéket azonban nem a kínálat oldaláról értelmezhető ténylegesen felmerülő költségek és az alternatív költségek (opportunity cost) összege fejezi ki. Ebben tehát a Versenytanács Vj-27/2005/119 133. pontjában kifejtett értelmezésében tovább lépünk azt állítva, hogy bizonyos feltételek esetén a Bizottság által is tisztességesnek elfogadott ár még az alternatív költségeken túlmenő hozamot is biztosíthat – ennek értékeléséhez a keresletoldali gazdasági érték becslése szükséges.

Végül mind a Bizottság, mind a Bíróság az utóbbi időben kiterjesztette a lehetséges összehasonlítások körét (időben, földrajzi területek, versenytársak, hasonló termékek között).

Összességében tehát kizárólag a tényleges költségek felmérése nem elegendő, a költségek elemzésekor mindig szükséges az alternatív költségek (nevezetesen a tőkeköltség) figyelembevétele is.

Bizonyos esetekben a keresletoldali becslése a gazdasági értéknek a költségelemzésből fakadó kínálatoldali értéknél magasabb is lehet (így a költségeket meghaladó ár is lehet tisztességes). Végül a benchmarkok szélesebb körét alkalmazzák a gyakorlatban, mint ami az eredeti United Brands ítéletből következne.

Ez alapján az alkalmazott tesztek csoportosítására-leírására adott leírásunk megfelel az európai gyakorlatnak is.

2.4 Költségelemzésre épülő bizonyítási módszerek

A tökéletes verseny mikroökonómiai modellje szerint a kompetitív ár hosszú távon a hatékony vállalat átlagköltségével egyenlő. Ekkor a vállalat normálprofitot ér el, tehát az átlagköltsége tartalmazza a tőkeköltséget is. A túlzó árazás bizonyításának egyik direkt módja, ha a vizsgált vállalat költségeiből kiszámítjuk az egy termékre jutó átlagos költséget, és azt hasonlítjuk össze az árral. Ez más megfogalmazásban a termék gazdasági értékének kínálatoldali becslését jelenti.

A költség-ár összehasonlítás annyiban lép túl a profitvizsgálaton (amikor azt vizsgáljuk, hogy a vállalat a normálprofiton túli extraprofitot szerez-e), hogy vizsgálható az egyes költségtételek indokoltsága is.

A költség-ár összehasonlításkor a következő fő problémakörök merülnek fel:

1. A hatékony vagy a vizsgált vállalat költségeit tekintjük mérvadónak – azaz a költségmodell kitérjen-e a költségek indokoltságának vizsgálatára?
2. Többtermékes vállalatnál, hogyan oszthatóak fel a közös költségek az egyes termékek között?
3. A tőkeköltség és az amortizáció kalkulálásához szükséges a vizsgált termékek érdekében használt eszközállomány megállapítása – itt ugyancsak felmerül a többtermékes vállalatok esetében a több termék által közösen használt eszközök megosztásának problémája.
4. Hogyan értékeljük az eszközöket – és milyen leírási kulcsot ismerjen el a modell?
5. Milyen mértékű elvárt hozamot (normál profit-szintet illetve tőkeköltséget) ismerjen el a modell?

A vállalatok szintjén a vezetési gyakorlatban folyamatosan szükséges a fenti kérdések mérlegelése, hiszen ezek alapján lehetséges termékszintű döntéseket hozni (ezek eldöntése szükséges ahhoz, hogy a vezetés lássa, profitábilis egy termék, vagy sem). A fenti kérdésekre azonban nincs standardizálható, elméletileg helyes megoldás! A számviteli rendszer sem képes választ adni ezekre a kérdésekre (nem vizsgálja egy költség indokoltságát, csak elszámolja a felmerülését, az eszközök és közös költségek termékre bontása nem történik meg, az eszközérték az adózási szempontok révén számolt értékcsökkenés miatt elszakadhat a valóságtól, és a tőkeköltséget egyáltalán nem veszi figyelembe stb.)

Számos vezetői információs rendszert dolgoztak ki a vállalatok számára, de ezek mind csak becslő eljárásokat tartalmaznak, és ezeket a rendszereket az adott vállalatra kell igazítani. Nem létezik tehát egy megfelelő modell – csak végtelenül finomítható becslések vannak, ráadásul azokat is egyedileg kell elkészíteni. Mivel a termékszintű költségek egyre pontosabb becslése növeli a modell kidolgozásának és működtetésének költségeit, a vállalatok számára nem a lehető legjobb becslés elérése a cél, hanem a még megfelelő döntéstámogató, de nem túl drága szint megtalálása. Kis vállalat intuitívabb vezetésének például lehet az a racionális választás, ha esetleg egyáltalán nem formalizálja a költségek modellezését (természetesen a kötelező számviteli könyvelésen túlmenően).

A költségek modellezése egyrészt egy leíró, pozitív döntéstámogató eszköz. Ugyanakkor jelentős a normatív ösztönző szerepe is! Például attól függően, hogy milyen alapon osztják a közös költségeket a termékekre (például lehet a bevétel, közvetlen költség vagy eszközérték arányában stb.) más-más üzenetet és ösztönzőt jelent a termelőegységek számára. Ebből kifolyólag a vállalatvezetésnek nem a legjobb leíró modellt kell megtalálnia, hanem a jó leíró és egyben megfelelően ösztönző modellt.

Ez persze természetes is – ezért sem lehet a vállalatvezetést és döntéshozatalt programozni és gépekre bízni, ugyanakkor kellemetlen, ha bizonyítási eljárást akarunk a költségmodellre építeni.

A versenyszabályozás (és részben az ex ante szabályozás sem) tehát nem fog készen kapni a vállalatoktól egy bizonyítási eljárás számára alkalmas költségmodellt – többnyire azt egyedileg kell elkészítenie. A költségek vizsgálatok felmerülő problémák és lehetséges megoldások számbavételekor az általános elemzés után kitérünk annak bemutatására is, hogy az angol Office of Fair Trading számára készült (a profitelemzés versenyjogi célú módszertanát áttekintő) tanulmány¹⁵ milyen ajánlást fogalmaz meg.

2.4.1 Szükséges-e a költségek indokoltságának vizsgálata?

A tökéletes verseny modellje szerint a kompetitív ár a hatékony vállalat átlagköltségét fedezi. Ugyanakkor a versenynek nem kitett vállalat hajlamos lehet indokolatlan költségeket is felvállalni (X-hatékonyság). Ennek egyik oka lehet például a tulajdonosok és a menedzsment közti megbízó-ügynök probléma. A menedzserek jobb információval

¹⁵ Lásd: OXERA: „Assessing profitability in competition policy analysis”, (2003)

rendelkeznek a vállalat működéséről, és képesek elhítni bizonyos költségek szükségszerűségét a tulajdonosokkal.¹⁶ Erre intenzív verseny esetén nem lenne lehetőségük, hiszen akkor veszteséggé válnának és kiszorulnának a piacról, verseny hiányában azonban nincs ilyen nyomás. A menedzsment hajlamos lehet a fogyasztók és a tulajdonos kárára más érintettekhez áramoltatni jövedelmet. Elsősorban persze saját fizetése és juttatásai irányában erős ez a „hajlam”, de a munkahelyi béke érdekében a munkavállalók is kaphatnak indokolatlan juttatásokat, a cégvezetők társadalmi presztízisének emelése érdekében a vállalt pénze elfolyhat indokolatlan célokra stb.. Különösen felmerül ez a típusú hatékonytalanság állami (itt az állam többnyire nem képes kizárólagosan tulajdonosi szerepet felvállalni, hanem komplexebb érdekeket kíván képviselni) vagy gyenge érdekérvényesítő tulajdonos esetében.

Felmerülhet ugyanakkor az is, hogy a tulajdonosok kifejezetten a versenyszabályozás félrevezetése érdekében költségoldalon „veszik ki” a profit egy részét, hogy a túlzó árazás vádját elkerüljék. Erre úgy van lehetőség, ha ugyanazon tulajdonosi csoport más vállalata beszállítója a vizsgált vállalatnak és az inputárak emelésével gyakorlatilag keresztfinanszírozást valósítanak meg. Természetesen ezt nem csak a versenyszabályozás megtévesztése, hanem jellemzően adózási megfontolások is motiválhatják.

Az ex post szabályozás részéről természetes az igény, hogy megvédje elsősorban a fogyasztókat az efféle járadékvadász tevékenység következményeitől, és ne ismerje el az indokolatlan költségeket.

Bizonyos költségekről kimondani és bizonyítani az indokolatlanságot igencsak nehéz a versenyhatóság számára. Amennyiben az indokolatlan költségek eltűrését a menedzsment és a tulajdonosok közti információs aszimmetria teszi lehetővé, akkor ez az aszimmetria még erősebb a versenyhatóság és a menedzsment között – tehát irreális elvárás, hogy ezt az állapotot épp a versenyhatóság tudná korrigálni (abban a pillanatban, hogy a versenyhatósági eljárás elindul már a tulajdonosok is a menedzsment szövetségeseivé válnak, így az információs aszimmetria még tovább nő). Nagyon sok első látásra szükségtelen költségelem indokolt lehet kompetitív környezetben is. Itt csak a leggyakrabban felmerülő három példára szeretnénk kitérni:

¹⁶ Persze ezeket a pluszköltségek emelik az árat is – így részben a fogyasztók fizetik meg, azonban hacsak nem teljesen rugalmatlan a kereslet, akkor nem terhelhető teljes mértékben a fogyasztókra a pluszköltség. Az indokolatlan költségek egy része a profitot csökkenti, tájékozott profitmaximalizáló tulajdonosok ezt nem engednék meg.

1. A különböző szociális juttatások, munkahelyi környezetet javító kiadások rendszere (mondjuk óvoda fenntartása a dolgozók gyerekei számára, vállalati ünnepek stb.). Ennek költségei bérkiadást válthatnak ki; a munkaerőért folyó versenyben ez is csábító lehet a potenciális munkavállalók szemében, ezért alacsonyabb bérért is hajlandóak alkalmazásba állni.
2. Ugyanígy a szervezetfejlesztési, tanácsadói kiadások ugyan lehetséges, hogy nem kapcsolódnak közvetlenül egyetlen termékhez sem, de más elismerhető költségeknek a csökkentésére irányulnak, így az árak fedezetet kell nyújtani ezekre is. Téves lenne például indokolatlannak tartani egy külső tanácsadó költségét, miközben természetesen elfogadná a vizsgálat azt, ha egy belső munkatárs végezné el a munkát (és a közös megosztandó költségeket növelné a munkabére). Ugyanígy tévedés lenne el nem ismerni például egy szervezetfejlesztési program költségét, ha nélküle magasabb szervezeti költségeket elismerné a hatóság.
3. Az indokolhatóság szempontjából klasszikus kérdés, a marketing, vállalati imázshoz, társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolódó kiadások értékelés, különösen domináns vagy monopolszereplők esetében. Ugyanakkor ezek a kiadások áttételesen javíthatják a vállalat pozícióját mind a munkaerő, mind más inputpiacokon, így az előzőekhez hasonlóan más költségelemeket válthatnak ki, vagy csökkenthetnek. Téves tehát az a felfogás, hogy ezeket csak az extraprofitból lehet finanszírozni és indokolatlan a fogyasztói árakban érvényesíteni.

Összességében megállapítható, hogy a legtöbb költség típus indokolatlansága a gyakorlatban szinte bizonyíthatatlan. Szerencsére erős elméleti érvek is szólnak amellett, hogy nem probléma, ha az ex post szabályozás eltekint a „hatékony szereplő” költségeinek a vizsgálatától, és a vizsgált vállalat tényleges költségeit veszi alapul. (Természetesen a költségek indokoltságának vizsgálata annyiban mindenképpen szükséges, hogy más termékek önköltsége ne kerüljön a vizsgált termék költségei közé – itt sem a költség felmerülésének, hanem a modellbeli helyének az indokoltságát kell vizsgálni). A korábbi fejezetben bemutatott normatív érvelés szerint a túlzó ár tiltása erősítheti az árak információközvetítő szerepét (a potenciális piacra lépők egyértelműen képesek az inkumbens költség szintjét megbecsülni és így értékelni azt, hogy tartósan képesek lennének versenyezni az inkumbens belépés utáni (post-entry) áraival versenyezni. Ha a szabályozás egy hipotetikus „hatékony” árszintet kényszerít a vizsgált vállalatra, akkor az ár elveszítené ezt a jelző-funkcióját

(Ezrachi-Gilo, 2006). Ráadásul emelkedne a szabályozás elsőfajú hibájából¹⁷ fakadó potenciális kár is: amennyiben tévesen indokolatlannak nyilvánít bizonyos költségeket, akkor úgy kényszeríthet veszteséges működésre az inkumbenst, hogy a potenciális belépőket is elriasztja. Ráadásul hosszabb távon hatékonytalan költségszerkezet fenntartására kényszeríti az inkumbenst, amely így magasabb (de a rossz szemléletű szabályozásnak megfelelő) végső árakhoz vezet (például minden munkát belső emberekkel végez el az inkumbens akkor is, ha külső tanácsadók hatékonyabbak lennének, magasabb bérköltségekkel váltana ki szociális juttatásokat stb.).

Érdekes azonban a költségek indokoltságának a vizsgálata, amikor keresztfinanszírozás áll fenn. Ekkor sem szükséges az összes költségelem indokoltásának elemzése, ezzel szemben az azonos tulajdonosi csoportok közötti jövedelemáramlásokra kell fókuszálni. Ez a kérdés teljesen analóg a később tárgyalandó közös költségek megosztásával – azzal a különbséggel, hogy itt bizonyos tevékenységek külön vállalatba kerülnek kiszervezésre, de a köztük lévő (elszámoló) árak elfogadása hasonló a közös költségek szervezeten belüli allokációjához.

2.4.2 Többtermékes vállalatnál a közös/általános költségek termékek közti felosztása

Többtermékes vállalatoknál a költségek egy része (sokszor jelentős része) nem rendelhető egyértelműen egyik vagy másik termékhez.

Az „*általános költségek*” jellemzően a vállalati központhoz kapcsolódó, irányítási költségek, a kisegítő-támogató vállalati funkciók költségei (pénzügy, humánpolitika, számvitel stb.). A termék előállításakor és értékesítésekor merülnek fel a „*közös költségek*” (szerviz, közös értékesítési csatorna fenntartása, közösen használt inputok stb.)

A általános/közös költségek felosztásakor erősen felmerül a gyakorlatban is az az általános tudományfilozófiai probléma, hogy a vizsgálat maga is befolyásolja a vizsgálat tárgyát. Ez esetben a közös költségek felosztására választott módszer kihat a szervezeten belüli ösztönzőkre – a költségmodell nem csak egy leíró szintetizáló, hanem befolyásoló, ösztönző

¹⁷ Evans és Padilla (2004) szerint az elsőfajú hiba (nem szándékolt) beruházás, piacra lépés, és innováció visszatartó következményei jellemzően nagyobb társadalmi károkat okoznak, mint a másodfajú hibából (túlzó árazás engedése) fakadó potenciális társadalmi veszteség. Emiatt bizonytalan esetekben inkább a potenciálisan túlzó ár engedése javallható, mintsem a túl szigorú versenyhatósági fellépés.

funkcióval is bír. Ez a vállalatirányítás szempontjából kifejezetten előnyös a vállalati folyamatok feletti kontrollt segítő tulajdonság, azonban az ex post külső vizsgálat számára a kívánt eredményt torzító jellemző.

A közös költségek termékekhez rendelésére négy alapvető szemléleti irányzat különíthető el:

1. Ramsey árazás
2. Inkrementális szemlélet
3. Költség-okozás becslésére irányuló szemlélet
4. Egytermékes vállalatot modellező szemlélet

Ramsey árazás

Az elmélet szerint a közös költségek felosztásának optimális módja, ha a termékek árrugalmasságukkal fordított arányban részesednek a felosztandó költségekből. Eszerint a legkevésbé árrugalmas termékekre kell terhelni a legtöbb közös költséget, így a fogyasztás minimálisan torzul, illetve csökken a határkölség-alapú ideális esethez képest. A gyakorlatban a többtermékes vállalatok minden bizonnyal igyekeznek is a Ramsey elveknek megfelelően kipuhatolni fogyasztóik érzékenységét, és inkább azon termékeik révén próbálják fedezni a közös költségeket, amelyeknél a fogyasztók a legkisebb kereslet-visszafogással reagálnak.

A Ramsey felosztás azonban nagyon nehezen operacionalizálható, különösen külső szereplő által, és ex post módon, hiszen az árrugalmasságok pontos becslése igen nehéz módszertani feladat. A versenyszabályozás szempontjából a másik probléma, hogy az árrugalmasság nem feltétlenül exogén tényező, hanem a vizsgált vállalat piaci ereje és magatartása is hatással van rá. Épp azon termékek árrugalmassága lehet alacsonyabb, melyeknél nincs valós helyettesítési alternatíva a fogyasztók számára.

Inkrementális szemlélet

A közös költségek felosztásakor egy a gyakorlatban kedvelt, de elméletileg nem optimális megközelítés az inkrementális felosztás elvének alkalmazása. Eszerint a vállalatnak meg kell határozni az alaptervékenységét, illetve alaptermékét. Minden közös költséget erre a termékre kell leosztani, amely akkor is felmerülne, ha a vállalat kizárólag ezt a tevékenységet végezné, illetve ezt az egyetlen termékét nyújtaná. Ezután meg kell határozni a termékeknek, illetve tevékenységeknek a fontossági sorrendjét. A többi termékre már csak sorban azok a plusz, inkrementális költségek kerülnek, mely a termékportfólió ezen termékkel való kiterjesztése miatt lép fel. Ez a szemlélet azt jelenti, hogy a választékgazdaságosság kihasználásának

haszna a fontosságban hátrébb sorolt termékek fogyasztóit illeti. Ez a normatív feltevés nyilvánvalóan nem feltétlenül felel meg a fogyasztók érdekének. Az inkrementális szemlélet szerinti költségfelosztás a szabályozás számára azért fontos, mert egy minimumértéket nyújt adott termék költségére vonatkozóan.

Költség-okozatiság becslésére irányuló módszer

Eszerint a módszer szerint a termékek „költség-okozó” jellege alapján igyekszünk a közös és általános költségek megosztására. Ugyan a költség-okozás optimális mérőszámát nem ismerjük (hiszen épp ezért „közös”-ek ezek a költségek) azt valamilyen vetítési alappal mégis lehet becsülni. A becslés annál pontosabb, minél jobban megfelel a vetítési alap a költség-okozás elvének. Bizonyos közös költségek esetén viszonylag jó vetítési alap található (például a humánerőforrás költségei megoszthatóak az egyes termékekkel foglalkozó munkatársak száma alapján – ha nincs túl sok több termékkel is foglalkozó dolgozó), sok közös költségnél azonban nem található ilyen jól megfeleltethető vetítési alap. Ez utóbbi esetben költséghatékonysági megfontolásból olyan vetítési alapot szoktak választani, amelynek számszerűsítése könnyű a termékek szerint. A leggyakrabban a következő megosztási módszereket alkalmazzák:

- a termékekből származó bevételek arányában történő megosztás,
- termékek közvetlen önköltségének arányában történő megosztás,
- közvetlenül a termékhez köthető eszközök értékének arányában történő megosztás.¹⁸

A bevételalapú megosztás általánosan megfelelő lenne, ha teljesül az a feltétel, hogy mindegyik termék a költségei szerint van árazva (de ezen feltételezés hiányában is lehet védhető!). Természetesen épp a túlzó árazás gyanújakor ez a feltételezés sérül. Ez esetben a bevételarányos megosztás körkörös érveléshez vezet: a túlzóan árazott termék bevételaránya az indokoltnál magasabb lesz, így több közös költség kerül ráosztásra, ami miatt kevésbé tűnik a költségektől elszakadónak az ár.

¹⁸ Első ránézésre a költség-okozatiság elve távolabb áll a bevétel vagy eszközarányos felosztás módszerétől, mint a közvetlen költségek vetítési alapként való választásától (hiszen ez utóbbi legalább valamilyen költségfogalomhoz kapcsolódik). A fő kérdés azonban az, hogy a közös és általános költségeket okozó vállalati tevékenységek milyen mértékben kötődnek az egyes termékekhez. Ez az üzleti életben nagyrészt annak függvénye, hogy a végső célhoz, a profitmaximalizáláshoz, mely részcélokra (költségek leszorítása, bevételek növelése, eszközállomány optimalizálása) van nagyobb befolyása a közös/általános költségekért felelős költséghelyeknek. A bevételalapú megosztás mögötti feltételezés például az, hogy a vállalati központ erőforrásait a termékek bevételgeneráló-képessége alapján osztja meg a termékek között. Ahol a vállalat sikerét az eszközök megfelelő menedzselése határozza meg, ott inkább az eszközérték alapú felosztás közelíti a költség-okozatiság szerinti optimális allokációt.

A másik alapvető probléma, hogy az életciklusuk elején járó (vagy innováció-érzékenyebb) termékek (esetleg még a piacra való bevezetés előtt állók) irreálisan alacsony közös költségtömeget kapnak, annak ellenére, hogy jellemzően a vállalati központra relatíve nagyobb erőfeszítésbe kerül az új termékek kezelése (stratégia, fogyasztói, beszállítói kapcsolatok kiépítése, szervezeti alkalmazkodás stb.).

A közvetlen önköltség alapú megosztás akkor lehet kevésbé megbízható, ha a közvetlen költségek aránya az összes költséghez képest alacsony. Márpedig sokszor, például a hálózatos iparágak esetében ez a helyzet.

Az önköltség alapú megosztásnak negatív ösztönző hatása is lehet. A termékért felelős munkavállalók megpróbálhatják a saját hatáskörükben elvégezhető – közvetlenül a termékhez rendelhető költségvonzatú – tevékenységeket is inkább a központra illetve más termékre hárítani (hisz ezzel nemcsak a közvetlen önköltségtől szabadulnak meg, hanem a közös-általános költségből is csökken a rájuk eső rész).

A közvetlenül a termék előállításához szükséges eszközök arányában történő költségmegosztás kapcsán felmerül mindaz, amit a közvetlen önköltség alapú módszernél említettünk. Ezen felül a későbbiekben tárgyalandó eszközértékelési és megosztási problémák is felmerülnek.

Összességében elmondható, hogy nincs egy optimálisnak tekinthető módszer a közös-általános költségek költség-okozás szerinti becslésén alapuló allokációjára. Ilyet pont emiatt a vezetéstámogató rendszerek, és a törvényi előírások sem határoznak meg. A vállalat egyedi jellemzői, sajátosságai alapján lehet választani olyan megosztási eljárást, amely legkevésbé torzító hatású.

Egytermékes vállalatot modellező szemlélet

A közös költségek egész problémája a többtermékes vállalat létéből adódik. Többtermékes vállalatok alapvetően a választékgazdaságosság kihasználása vagy a piaci erő piacok közti hatékony áttétele miatt maradhatnak fenn. Az első alapvetően hatékony a szabályozás által nem tiltandó, sőt támogatandó magatartás. A második esetében az erő áttételének aktusa (keresztfinanszírozás, árukapcsolás, árprés stb.) sokszor könnyebben szabályozható lehet ahelyett, hogy az adott piacokon való árak és költségek szétválasztására koncentrálna a hatóság. Természetesen ettől még fennállhat a túlzó árazás gyanúja bármelyik piacon.

A termékhez kapcsolódó költségszint egyfajta felső becslése lehet, amennyiben a termék indokolható költségét úgy definiáljuk, hogy mennyibe kerülne (átlagköltség alapon) előállítani az adott terméket egy egytermékes vállalatnak. Ez a megközelítés a közös

költségek felosztásának problémáját egyszerűen kikerüli. A közös költségek mindegyik termékénél párhuzamosan elismerhetőek. Természetesen ekkor is érdemes a közös költségeknek azon részét felosztani, amelyhez jól becsülő vetítési alapot lehet rendelni, ez a szemlélet csak arra az „igazán közös” költségtömegre vonatkozhat, ahol már jó (nem nagyon torzító) vetítési alap nehezen található.¹⁹

Természetesen az egytermékes vállalat modellezése a költségfelosztásban nem lehet optimális az adott termék költségének meghatározásához, de fontos szélsőértéket állapíthat meg viszonylag egyszerű módon.

A közös-általános költségek termékek közti felosztására nincs egyértelműen helyes elvi vagy gyakorlati szabály. A felosztási módszertan a vizsgált vállalat (illetve piac) jellemzői alapján választható ki. Az OFT nem nevesíti a Ramsey-elvet a felosztási lehetőségek között, valószínűleg a gyakorlati alkalmazás nehézsége miatt. Az OFT javaslata alapján mindhárom megmaradó módszer szerinti költségallokációt (és a költségokozás szerinti felosztás esetében a bevétel illetve közvetlen költség szerinti felosztás is) el kell végezni – amennyiben ezek hasonló eredményre jutnak, vagy mindegyik alapján igazolható a túlzó árazás, akkor a Hatóság megfelelően robusztus bizonyítást képes felállítani. Amennyiben azonban az eredmények széles skálán mozognak, és a bizonyítandó magatartás szempontjából ellentmondó következtetést támasztanak alá, akkor a Hatóságnak meg van kötve a keze, és érdemes fokozott óvatossággal eljárnia.

Ugyanakkor a vizsgálat módszertani védhetősége szempontjából az „egytermékes vállalat” feltételező módszertan egyfajta felső becslés lehet.

2.4.3 Az előállításához szükséges eszközök megosztásának problémája

A kompetitív árnak fedeznie kell hosszútávon a termék kínálatának hosszútávú költségeit. A termék nyújtásának nyilvánvalóan eszközigenye van (ehhez kapcsolódóan elismerendő amortizációs költség és tőkeköltség is létezik). Az előzőekben bemutatott költségekkel kapcsolatos problémák mindegyike felmerül a termék-előállítás eszközigenyének a meghatározása kapcsán is:

¹⁹ Ez a kategória még mindig jelentős lehet nagyon sok esetben. Ugyanakkor annak modellezése, hogy adott termék mennyibe kerülne az aktuálisan többtermékes vállalatnak, ha csak – és kizárólag - a vizsgált terméket állítaná elő sokkal könnyebb lehet, mint a sok terméke között megosztani az összes közös költségeit.

- Mely eszközök felhasználását (és amortizációs illetve tőkeköltségét) tartsa a termelés szempontjából elismerhetőnek a vizsgálat? Ebben a kérdésben gyakorlatilag a költségek indokoltságának problémaköre jelent pontos analógiát.
- Egyes eszközök több termék előállításához is szükségesek, így a közös-általános költségek megosztásának megfeleltethető probléma ugyancsak felmerül az eszközoldalon is.

Az eszközök oldalán a közösen használt eszközök megosztásának problémája analóg a korábban felvázolt költségfelosztás problémakörével. Az általánosan használt eszközök felosztásakor ugyanazon módszerek alkalmazhatóak, mint a költségek esetében. Ugyanakkor az eszközök felosztásakor indokolható lehet a költségallokációs módszertől különböző módszer választása is. A nagyobb eszköz-beruházások megvalósítása például jellemzően diszkrét döntés (igen-nem típusú), ezért az inkrementális szemlélet alkalmazása mellett az ilyen esetekben erősebb érvek szólhatnak.²⁰ Ennek ellenére érvényes a költségfelosztásnál tett következtetés, miszerint nincs egyértelműen „helyes”, illetve a hatóság részéről „előírható” módszertan.

2.4.4 Eszközök értékének megállapítása

A gyakorlatban az eszközök könyvszerinti értéke könnyen elszakadhat azok valós értékétől, ez természetes is, hiszen a könyvvitel elsődleges célja nem az eszközök közgazdasági értékének számontartása, hanem például a gazdasági társaság adókötelezettségének egyértelmű megállapítása. A könyvvitel természetesen törekszik a valós piaci értékhez való közelítésre, de csak amennyiben más célok emiatt nem sérülnek – így lehetőség van az eszközök átértékelésére, ez azonban törvényileg jelentősen korlátozott. A könyv szerinti eszközérték tehát csak egyfajta becslése az eszközök tényleges piaci értékének.

Az eszközök piaci értékének meghatározása alapvetően háromféleképpen lehetséges (az OXERA által az OFT számára készült módszertani összefoglalónak is megfelelően):

²⁰ Érdekes példa lehet erre a mellékletben bemutatott ÉDÁSZ esete (Melléklet 3.2), ahol a villamos áram elosztásában monopolszolgáltató nyújt ideiglenes áramvételi szolgáltatást. Ennek kapcsán jól azonosítható, hogy csak az inkrementális beruházások értéke terhelheti közvetlenül az adott szolgáltatást, viszont az általánosan használt eszközökből (szélsőséges példa a vállalati székház mint eszköz) való részesedésének megállapításakor már a költségfelosztással kapcsolatos módszerek bármelyike indokolható.

1. helyettesítési értéken²¹ (*modern equivalent asset*, MEA alapon),
2. az eszköz által generált jövőbeli hozamok jelenértéke alapján (*present value*, PV),
3. az eszköz eladási értékén (*net realisable value*, NRV).

A tulajdonosi érték (*value-to-the-owner*) elv alapján az eszköz piaci értéke az alábbiak szerint határozható meg:²²

1. ha $MEA < PV$, akkor az eszközérték a MEA;
2. ha $PV < NRV < MEA$, akkor az eszközérték az NRV;
3. ha $NRV < PV < MEA$, akkor az eszközérték a PV.

Ha mindhárom értékszámítás rendelkezésre áll, akkor versenyjogi esetekben a javasolt mutató a végleges eszközértékre a fenti útmutatás alapján számítható, ami képlettel kifejezve:

Min(helyettesítési érték, gazdasági érték),

ahol

gazdasági érték = Max(jövőbeli hozamok, eladási érték).

A tulajdonosi érték versenyjogi szempontból a piaci ki- és belépésekre való ösztönzőkre való tekintettel a következőképpen értelmezendő. A fenti első esetben érdemes az eszköz tulajdonosává válni, hiszen annak beszerzési értéke (MEA) kisebb, mint az eszköz által megtermelt jövedelem (PV). Itt a helyettesítési érték a legkisebb piacra való belépési költséget adja meg. A tulajdonosi érték elv szerint tehát az első esetben a helyettesítési érték a releváns eszközérték, ennyibe kerül a piacra való belépés (ezen eszközérték megtérülését várhatja el a tulajdonos „jogosan”). Ha ezt az esetet a fenti képletbe helyettesítjük, akkor ellenőrizhetjük, hogy az valóban a helyettesítési értéket adja eredményül.

A másodikban érdemes eladni az eszközt, és kilépni a piacról, hiszen az eladási érték (NRV) nagyobb, mint az eszköz jövedelem termelő képessége (PV). A harmadik eset nem indukál piaci mozgásokat. Ebben az esetben ugyanis az eszközt csak „áron alul” lehetne eladni, és „áron felül” lehetne beszerezni.

²¹ Az a legkisebb érték, amelyen a piacon beszerezhető olyan eszköz, amelyik alkalmas a helyettesíteni kívánt eszköz funkcióinak átvételére.

²² Feltesszük, hogy csak ez a három lehetőség létezik. A MEA ugyanis nem lehet kisebb, mint NRV, különben megérné azonnal eladni az eszközt, és helyettesíteni egy funkcionálisan ekvivalens eszközzel.

2.4.5 Elvart hozam (normál profit-szint) mértéke, tőkeköltség kalkulációja

A termék eladásából származó bevételeknek nem csak az előállítás követlen illetve rájutó közös/általános költségeit kell fedeznie, hanem a befektetett tőke költségét is. Ez a közgazdaságtan terminológiája szerint a normál profittal, vagy elvárható hozammal egyenlő. A vizsgálat során ennek elismerése két egymásnak egyértelműen megfeleltethető gyakorlati megközelítésben is értelmezhető:

1. A költségek és bevételek összevetéséből számítható jövedelmezőséget (belső megtérülési ráta – internal rate of return; IRR) összevetjük az elismerhető tőkeköltséggel (elvart hozammal); amennyiben a jövedelmezőség magasabb úgy megállapítható a gazdasági vagy extraprofit léte és ebből levezethető a túlzó árazás (vagy az extra hatékonyság).
2. A költségek között elismerésre kerül a tőkeköltség is. Amennyiben ezután is pozitív profit marad – úgy az a normál profitot meghaladó gazdasági profit, amely túlzó árak alkalmazásából fakadhat.

A két megközelítés végső soron ugyanoda vezet. A tőkeköltség megállapítása azonban szükséges a túlzó árazás mindkét módszerrel történő meghatározásához.²³

A tőkeköltség meghatározásában vizsgált vállalat, illetve tevékenység súlyozott átlagos tőkeköltsége (weighted average cost of capital; WACC) az irányadó, amely értékelés tisztán pénzügyi feladat, és független attól, hogy a vizsgálat célja éppen valamilyen versenyjogi értékelés.

Szabad be- és kilépéssel jellemezhető versenyzői piacokon a vállalatoknak várhatóan éppen akkora profitot kell realizálniuk, mint amennyit a befektetők minimálisan elvárnak. Ez pedig éppen a *tőke alternatívaköltsége*.

A tőkeköltség az (alternatív)költség elve alapján) egyenlő azzal a hozammal, melyet a befektetők hasonló kockázattal rendelkező beruházásoktól elvárnak. A tőkeköltség tehát a kockázatmentes hozam és a vállalt kockázat függvénye. A tőkeköltség meghatározása a vállalatértékelés általános gyakorlatában is az egyik legneuralgikusabb pont, mivel elvileg sincs egy objektív mértéke, az mindig valamilyen összehasonlításból eredet. A vizsgálat során tehát hasonló kockázat mellett működő vállalatok megtérülési rátája (IRR) adja a vizsgált

²³ Versenyjogi, szabályozói szempontból az a fontos, hogy az ennél magasabb profit új belépésekre ösztönöz, az alacsonyabb profit pedig kilépéseket indukál, tehát a tőkeköltséget tartósan meghaladó profitok piaci erőre, illetve piaci belépési korlátok jelenlétére utalnak.

vállalat tőkeköltségét. Amikor egy piacon sok hasonló szereplő versenyez egymással, akkor viszonylag könnyű meghatározni a tőke alternatív költségét, ekkor azonban ritkán merül fel a túlzó árazás gyanúja. A versenyügylek többségénél az adott piacon nincs más hasonló szereplő, amely az összehasonlítás alapját jelenthetné. Ilyenkor a Hatóságnak más hasonló piac szereplőinek hozamait kell benchmarknak választania.

A tőkeköltség becslésekor két megközelítési mód lehetséges:

1. a tőkeköltség alulról történő felépítése (bottom-up módszer)
2. a benchmark érték módosítása (top-down módszer)

Mindkét módszer a tőkeköltség részelemeinek értékelésén alapul:

A tőkeköltség általános felépítése a következő:

- kockázatmentes hozam (ennyit várnak el minimum a befektetők azért, hogy vagyontukat befektessék, és ne fogyasszák el azonnal) – ezt a hosszú távú állampapírok hozamával szokták megfeleltetni
- piaci kockázati felár (ezt a pluszhozamot a befektetők az alapján várják el, hogy az adott országban tőkeletesen diverzifikált portfólió is bizonyos kockázatot hordoz).
- ipárgspecifikus kockázat (a befektetők csak ennek megtérülése esetén fektetnek az adott ipárgba)
- vállalatspecifikus kockázat (ez az adott vállalattal kapcsolatos kockázat, mely tartalmazza a vállalat termékeinek keresletével, input piaci pozíciójával, a vállalat méretéből vagy a szabályozás hatásaiból fakadó stb. kockázatokat).

A bottom-up megközelítés a fenti elemek számszerűsítését kívánja meg; ez a legtöbb esetben igen nehéz és költséges eljárást jelent.

A top-down megközelítés alapján a Hatóság választ megfelelőnek tűnő benchmark vállalat(ka)t, és azok hozam-értékeit módosítja aszerint, hogy azok mennyiben szembesülnek más kockázattal, mint a vizsgált szereplő (tehát milyen országgkockázatbeli, piaci különbségekből eltérő üzleti ciklusokból stb. fakadó módosításokat ismer el a benchmarkhoz képest).

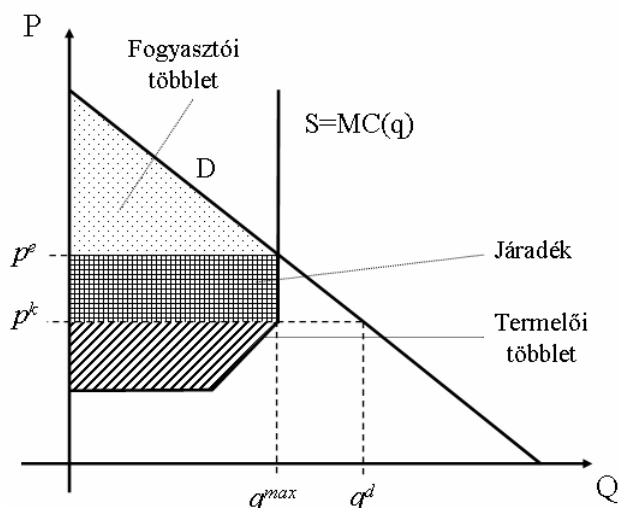
Összességében megállapítható, hogy a tőkeköltség becslésére nincs objektív-támadhatatlan módszertan a versenyszabályozás kezében. Az OFT is arra hívja csak fel a figyelmet, hogy törekedni kell minél jobb összehasonlítási alap megtalálására.

2.5 A termék kereslet oldali „gazdasági értékén” alapuló teszt

A kompetitív ár meghatározására általában a költségek kalkulációja elvileg megfelelő módszertant kínál. Az Unió azonban a Helsingborg esetben ezen túlmenően a termék „gazdasági értékének” keresleti oldalról történő becslését is szükségesnek tartotta. A „gazdasági érték” az egyik leghomályosabban definiált fogalom a túlzó árazásos eseteknél. A közgazdaságtan szerint a termék gazdasági értéke az az egyensúlyi ár, mely kompetitív viszonyok között kialakul. Az egyensúlyi ár az esetek többségében a kínálati oldalról a költségek elemzésén keresztül megállapítható – a kompetitív ár a költségeket és a normál profitot fedezi.

Habár a Helsingborg esetben az Unió nem dolgozta ki érvelésének közgazdasági beágyazását, valóban létezhetnek olyan feltételek, amely esetben a költségalapú megközelítéssel nem becsülhető a kompetitív egyensúlyi ár.

Tökéletesen rugalmatlan kínálat mellett a kompetitív egyensúlyi ár szükségszerűen meghaladhatja a költségek által indokolható szintet. Másképpen fogalmazva; költségalapú árak mellett a kielégíthető keresleten felül még maradnának fogyasztók, melyek az árnál magasabb értéket tulajdonítanak a terméknek. Amennyiben a versenyszabályozás ilyen esetben is a költségalapú árat kényszerítené ki, akkor semmi sem biztosítja, hogy a szigorúan korlátos mennyiségű terméket azok kaphassák, akik számára a legtöbbet ér – nem hatékony elosztási mechanizmusok veszik át ilyenkor az „ár” szerepét például: sorban állás, lobbierő, korrupció vagy sorsolás esetén a vakszerencse stb..



Az ábrán látható, hogy q^{max} -nál nagyobb kínálatot nem lehet a piacra vinni; a kínálat rugalmatlanná válik. Ugyanakkor q^{max} előállításának határkölsége alapján p^k határkölség alapú ár adódna. A p^k költség alapú ár azonban nem egyensúlyi, amellet kielégíthetetlen kereslet maradna ($q^d - q^{max}$). Az egyensúlyi ár (p^e) mellett a kereslet és a kínálat egyenlő, de a termelőknél járadék képződik. (A járadék esetlegesen elvonható a termelőktől például adók révén, de ez nem változtat azon, hogy a „ p^e ” egyensúlyi ár közvetíti hatékonyan a keresleti oldal felé a kínálat szűkösségét, és az árnak az eltérése nem hatékony.)

Talán az gondolhatnánk, hogy a tökéletesen rugalmatlan kínálat csak egy elméletileg elképzelhető, ritka, szélsőséges állapot, amivel a gyakorlatnak nem szükséges foglalkoznia. Azonban a valóságban nem is olyan ritka, hogy egy adott (akár hosszabb) időtávon egy vállalat szempontjából a kínálat ésszerűen, teljesen rugalmatlan!

Erre két szemléletes példát mutatunk be.

1. Az első maga a helsingborgi kikötő esete.

A kikötő földrajzi elhelyezkedése a fogyasztók (komptársaságok) számára olyan többletértékkel bírhat, amelyet nem tud reprodukálni egy más helyen lévő kikötő. Helsingborg elhelyezkedése olyan „gazdasági értékkel” bír, ami miatt a költség alapú kikötési díjak mellett a kereslet meghaladhatja a kínálatot. Az optimális, egyensúlyi ár ekkor meghaladhatja a költség alapú árat. Elvileg ez esetben is elképzelhető lehet a kínálat bővítése, de az költség alapú árak mellett nem lenne gazdaságos.²⁴

²⁴ Gyakran a kínálat nem bővíthető folytonosan, kis egységekkel, ekkor a kínálat releváns szakaszán tökéletesen rugalmatlan, bár a kereslet lényegesen magasabb szintjeinél megérné a kapacitást bővíteni. Helsingborgban talán technikailag lehetséges lenne többemeletes kikötőt építeni zsiliprendszerrel, de az így előálló költség alapú, kikötési díjakat a keresleti oldal fizetési hajlandósága nem érné el. A példa csupán azt kívánja illusztrálni, hogy a

Vegyük észre, hogy a kínálat rugalmatlansága nem jelenti sem a kereslet tökéletes rugalmatlanságát, sem a helyettesíthetőség hiányát! A komptársaságok természetesen bizonyos árak mellett a rosszabb adottságú kikötőket is hajlandóak használni. A helsingborgi kikötési díjaknak azonban annyival magasabbnak kell lenniük a hatékony kimenet és az egyensúlyi helyzet érdekében amennyivel nagyobb értéket jelent Helsingborg elhelyezkedése a helyettesítő kikötőkhöz képest (a fogyasztók szempontjából).

2. A másik példa a televíziós műsorszolgáltatók hirdetési idejének ára.

Egy műsorszolgáltató televíziós műsoridején belül a hirdetési időnek sokszor van egy államilag maximálisan engedélyezett szintje. Még ha nem is lenne ilyen állami plafon, korlátozott számú csatorna esetében akkor is lenne egy hatékony hirdetési idő-szint, ami nem bővíthető (ennél több hirdetés a csökkenő nézőszám miatt már többel rontja a hirdető számára a hirdetési idő „gazdasági értékét”, mint a többlethirdetők használna lenne a hirdetési idő bővítéséből). Amennyiben több párhuzamos műsor illetve műsorszolgáltató lenne, akkor ez esetben sem merülne fel a kínálat rugalmatlansága, de például a frekvencia korlátossága, a műsor egyedisége (egy Super Bowl döntő van egy évben) vagy állami szabályozási korlátok (meghatározott a hirdetési idő aránya a műsoridőn belül) stb. korlátossá teszi a kínálatot és a kereslet adott szintje mellett megvalósul a kínálat tökéletes rugalmatlansága vagy a kínálat rugalmatlanná tétele az optimális megoldás.

Akármilyen okból is, de nem hatékony vagy nem lehetséges a hirdetési idő növelése, akkor a hirdetési időt költségalapú árak mellett nem lehet hatékonyan elosztani (túlkereslet, sorban állás alakulna ki). (GVH 49/2004)

A Helsingborg eset kapcsán az Unió felismerte, hogy a költség-ár összehasonlítás nem feltétlenül elegendő a túlzó árazás bizonyításához. Ugyanakkor a „gazdasági érték” vizsgálata nem váltja ki azt! Ezzel szemben a gazdasági érték vizsgálata az általános, amihez többnyire megfelelő és elegendő elvi alapon a költség-ár teszt. A költségek vizsgálata az esetek többségében (kínálat nem teljesen rugalmatlan) elvi alapon jó becslést adhat a kompetitív árra, de bizonyos feltételek meglétének bizonyítása is szükséges ehhez. A fenti két példa alapján különösen a szerzői jogi esetekben, a termék földrajzi meghatározottsága vagy más

kínálat tökéletes rugalmatlansága nem azt jelenti, hogy nincs technikailag elképzelhető módja a kínálat bővítésének, csak azt, hogy az a kereslet adott szintje mellett társadalmilag nem hatékony – költségalapú árak mellett nem lenne gazdaságos.

miatt kialakuló egyedisége esetén a költség-ár összevető tesztet a gazdasági érték keresleti oldalú vizsgálatával is ki kell egészíteni.²⁵

Ez ugyanakkor nem jelenti azt, hogy rugalmatlan kínálat mellett ne lehetne a túlzó árazást megállapítani! Ehhez azt kell bemutatni, hogy kihasználatlan kapacitások állnak fenn (tehát a kínálat nem is rugalmatlan).

2.6 Benchmark alapú tesztek

A benchmark alapú tesztek minden esetben csak indirekt bizonyítási eszköznek tekinthetők. A direkt bizonyítás arra irányul ugyanis, hogy a vizsgált piacon egy domináns szereplő ténylegesen alkalmazott ára magasabb-e a vizsgált piac kompetitív áránál (kompetitív viszonyok esetén kialakuló egyensúlyi áránál). Tehát mind a vizsgált jellemző (tényleges ár), mind a viszonyítási pont (kompetitív ár) ugyanarra a piacra vonatkozik. Direkt bizonyítási módszerek a költségmodellre, vagy a „gazdasági értékre” összpontosító megoldások. Ezekkel szemben a benchmark-tesztek egy másik piaci árral helyettesítik az eredetileg alkalmazandó viszonyítási pontot (vizsgált piaci kompetitív ár).

Amikor a szabályozó meghatározza a piacokat, akkor a piacok elkülönülhetnek (egymást nem eléggé helyettesítő termékek különböző piacon vannak) több dimenzió szerint:

- időszakok,
- földrajzi kiterjedés,
- fogyasztói csoportok,
- termék jellemzői a kielégített fogyasztói igény.

A benchmark elemzés egymáshoz „közeli”, illetve egymáshoz hasonló piacokat és a piacokon kialakuló árakat hasonlít össze. A piacok-meghatározásakor követendő logika szerint ugyanis az egy piacon lévő termékek árarányait a köztük lévő megfelelően nagy helyettesítés behatárolja – egyik termék árát sem lehet aszimmetrikusan megemelni, mert akkor vagy a fogyasztók váltanak a relatíve olcsóbb termékre, vagy a termelők a relatíve drágább áru előállítására.

²⁵ Persze az, hogy mit nevezünk kereslet vagy kínálat oldalú vizsgálatnak kissé problémás. A bemutatott esetekben is a kínálat rugalmatlansága a döntő feltétel – ezt azonban csak a kereslet adott szintje mellett lehet értelmezni. Így a gyakorlatban ténylegesen a költségoldali teszt keresletoldali kiterjesztéséről van szó, miszerint az adott terméknek a keresleti oldal nagyobb értéket tulajdonít, mint a gazdaságosan nyújtható kínálat melletti költségalapú ár.

Fontos kiemelni tehát, hogy egy piacon nem csak homogén termékek lehetnek, az egy piacon versenyző termékek is különbözhetnek például a minőség (termékjellemzők), fogyasztóik jellemzői, az idő vagy földrajzi dimenzió szempontjából, és e különbözőségek az árakban is lecsapódnak. Amikor két termék egy piacon van, az nem feltételezi az azonos árakat, ezzel szemben annyit jelent, hogy az egyik terméknek csak egyetlen előállítója lenne (hipotetikus monopolista), az sem tudná aszimmetrikusan felemelni az árakat. Így ha egy vállalat bizonyos fogyasztói számára túlzó árat, míg másoknak kompetitív árat képes meghatározni, az definíció szerint azt jelenti, hogy a két fogyasztói csoport külön piacot határoz meg. Ezzel analóg módon, ha ugyanazon terméket egyik földrajzi területen túlzó áron kínálja, míg egy másik területen nem, akkor a túlzó ár mellett ellátott terület és a kompetitív áron ellátott terület külön földrajzi piacot határoz meg. Ezzel analóg az időbeli és a termékjellemző (például minőség) szerinti különbözőség is.

Így tehát a benchmark elemzésnek eleve csak különböző piacok összehasonlításában van értelme. Azonos piacon lévő árak összehasonlítása csak az indokolt árarányok azonosítására vonatkozna (mindkét ár lehet a kompetitív felett, de arányuk ugyanaz, mintha kompetitívek lennének, tehát a benchmark elemzés nem mond semmit ekkor a bizonyítás szempontjából). Más szempontból az azonos piacon lévő árak vizsgálata a direkt bizonyítási eljárások részének és nem benchmark elemzésnek tekinthetőek, aminek során a vizsgálat vagy mindkét ár túlzó szintjét tudja kimondani, vagy mindkét ár kompetitív voltát.

A benchmark elemzés tehát különböző piacokon kialakuló árakat hasonlít össze. Az árak különbözősége alapvetően kétféle tényezőre vezethető vissza:

1. A két piac versenyjellemzői mások; a vizsgált piacon a domináns szereplő erőfölényével visszaélve ér el magasabb árakat, amire a másik piacon nincs, vagy kevésbé van lehetősége.
2. A két piac a versenyjellemzőkön túlmenően különbözik, mások a költség és keresleti viszonyok stb..

A benchmark tesztnek az a lényegi feladata, hogy elkülönítse a kétféle forrását az árak különbségének. Ehhez egyrészt minél hasonlóbb piacot kell találni (ahol a körülmények a versenyhelyzettől eltekintve hasonlóak) és a minden másban hasonló piacok közül olyat kell bemutatni, mely a versenyhelyzet tekintetében kompetitívebb.

Tekintsük át a különböző benchmark lehetőségeket a vizsgálat céljának szempontjából!

1. Az árak időbeli összehasonlítása

A vizsgált időszak árai magasabbak, mint az azelőtti vagy azutáni árak. A benchmark tesztnek ekkor azt kell bizonyítania, hogy az árak változását a versenyhelyzet változása indokolta döntően és nem más piaci körülményeknek a módosulása.

2. Árak összehasonlítása különböző területek között

Az uniós gyakorlatban általános a tagállami piacok árainak összehasonlítása (lásd a United Brands ügyet). Mivel azonban a közgazdasági logika szerint a különböző tagállamok piacai nem olvadtak össze egységes piaccá – függetlenül az uniós céloktól – természetesen az árakban meglévő különbségek – hasonló összehasonlítások természetesen országon belül is relevánsak lehetnek. A benchmark teszt feladata annak bizonyítása, hogy az árkülönbségek a versenyhelyzet különbségéből adódnak és nem más körülményekből, például az inputköltségek, a kereslet szintjének vagy a fogyasztói igények különbségéből.

3. Különböző fogyasztói csoportok számára kínált ár összehasonlítása

Ekkor a benchmark teszt feladata annak bizonyítása, hogy az árkülönbség a különböző fogyasztói csoportokért folyó verseny intenzitásának különbségén alapul. Elképzelhető, hogy egy vállalat domináns több fogyasztói csoport ellátásában is, és az egyik árait a másinál magasabban állapítja meg. Ennek lehet az egyik indokolható oka, hogy a kiszolgálás költségei mások (klasszikus példa a mennyiségi kedvezmények kérdésköre). A másik ok lehet, ha a kisebb árérzékenységű csoportra a közös költségek nagyobb hányadát hárítja (a Ramsey típusú árképzési elvnek megfelelően). Mindkét ok indokolt és hatékony piaci egyensúlyhoz vezet. Egyedül akkor lehet a túlzó árat kimondani, ha az egyik fogyasztói csoport esetében a nagyobb verseny miatt alacsonyabbak az árak (lásd a Napp ügyet).

4. Különböző jellemzővel (például minőséggel) bíró termékek árainak összehasonlítása

Sokszor a termékjellemzők különbségei nem kézzelfoghatóak, a márkahűség, megbízhatóság vagy a hozzáférés könnyebbsége is joggal indokolhat árkülönbségeket. A benchmarkteszt feladata itt is, annak elhatárolása, hogy mi az az árkülönbség, melyet pusztán a versenyhelyzet különbözősége okoz.

A benchmark-tesztek könnyen elvégezhető alternatívának tűnhetnek a túlzó árazás bizonyításakor szemben a költség és gazdasági érték vizsgálattal. Viszont módszertanilag sokszor sokkal problémásabbak, sőt elméletileg nem csak a vizsgált, hanem a viszonyítási alapként használt piacra is el kell végezni a költségek (és általában a piaci viszonyok) elemzését (ezért állíhatta joggal az Európai Bíróság a United Brands ügyében, hogy pusztán különböző piacok árainak összehasonlítása nem bizonyító erejű).

A benchmark-teszt akkor lehet hatékony és erőforrás-kímélő eszköz, amikor a költségek és piaci viszonyok az összehasonlított piacokon könnyen bemutathatóan hasonlóak – például, ha az előállítás egy helyen vagy globálisan azonos költségekkel történik, és a kiszolgálás helyi szinten felmerülő költségei elhanyagolható arányt képviselnek (lásd SACEM ügyet). Vagy amikor egy vállalat hirtelen árváltoztatást hajt végre, ami látványosan a versenyhelyzet megváltozásához kapcsolódik (belépési korlátok szabályozói letörése – piacnyitás vagy éppen új piacvédelemi intézkedés, új piaci szereplő megjelenése vagy eltűnése stb.).

3 A túlzó árazás tiltásával kapcsolatos problémák lehetséges kezelése

Amerikában a túlzó árazás kérdéskörét egyértelműen az ex ante szabályozás hatáskörébe rendelik. Az extraprofitot lehetővé tévő árak alkalmazása eszerint a szemlélet szerint a piac normális, sőt szükséges jelensége. Amennyiben a technológiai fejlődés, egyáltalán a szélesebb körben értelmezett innováció, illetve a piacra lépés lehetősége képes ezt hosszabb távon korrigálni, akkor a túlzó ár tiltása a piaci mechanizmus káros korlátozását jelenti. Az árak, és ezen belül kiemelten a „magas” árak, a piaci információk leghatékonyabb közvetítői; megmutatják a piaci szereplőknek, hogy milyen területen érdemes a piacra betörni, innoválni és befektetni. Azokon a piacokon, ahol a túlzó árakat letörő piaci önkorrekció nem áll fenn, ott az ex ante szabályozás terepe kezdődik.

Az Európai Unió szabályozási keretrendszerében a túlzó árazás ex post korrekciójának intézménye fennmaradt. Ez bizonyos korlátozott értelemben indokolható is! A piaci önkorrekcióra építő érvelés például nehezen tudja kezelni az ex post és ex ante szabályozás közti intézményi átmenet problémáját, amely Európában a közös intézmények alkalmazkodási problémái miatt sokkal fajsúlyosabban merül fel.

Ezzel együtt is a kérdéskör elvi megítélése kapcsán leszögezhető, hogy a hosszú távon hatékony piacok érdekében a túlzó árazás magatartásának tiltása-büntetése általánosan nehezen védhető, ennek csak korlátozott körben, bizonyos feltételek fennállása esetén lehet társadalmi haszna.

A túlzó árazás megállapíthatósága kapcsán bemutatásra került, hogy milyen széleskörű problémákkal szembesül a versenyszabályozó. Evans és Padilla odáig megy ezek értékelésében, hogy egy „lehetetlenségi tételt” fogalmaz meg. Eszerint a túlzó árazás bizonyítására szolgáló tesztek egyike sem felel meg az objektivitás és a hatékonyság kettős céljának.

A 2. fejezetben bemutatott gyakorlati problémák elemzése valóban azt mutatja, hogy nem létezik objektív módszertan a túlzó árazás precíz bizonyítására.

Ezek alapján mind az ügýtípussal szemben általánosságban felmerülő ellenérvek, mind a bizonyíthatóság elméleti és gyakorlati problémái miatt a túlzó árazás vizsgálatának korlátozott, csak az extrémítások kiszűrésére és az ex ante szabályozás intézményi hibáinak korrigálására összpontosító megközelítése javallható.

3.1 Milyen kritériumrendszerhez köthető a túlzó árazás vizsgálata

Az elvi ellenvetések és a gyakorlati bizonyíthatóság problémái kapcsán azonosítható, hogy milyen kritériumok megvalósulása esetén valószínűsíthető, hogy:

- a magas „túlzó” ár megléte sem csökkenti a társadalmi jólétet, a szabályozói beavatkozás nem szolgálja a közérdeket,
- a túlzó ár megállapítására kicsi esély mutatkozik, a bizonyítási eljárás jelentős költségei minden valószínűséggel nem állnak arányban a kétséges és kismértékű fogyasztói hasznokkal, mely az esetlegesen sikeres bizonyításból fakadnának.

A korlátozó megközelítés megalapozására európai példák is adottak. Az angol Office of Fair Trading állásfoglalása szerint (OFT 414) a túlzó árazást nem kell vizsgálni (tiltani-büntetni) ahol:

1. a költséget meghaladó árak csak rövidtávon álltak fenn
2. a magas árak valamilyen technológiai vagy minőségi többleten alapulnak
3. azokon a piacokon, ahol az innováció szerepe jelentős és tartós.

A francia versenyhatóság a Conseil de la Concurrence kinyilvánította, hogy nem szükséges a túlzó ár kezelése, ahol magas és tartós belépési korlátok nem állnak fenn (Motta-Streel alapján), illetve a domináns szereplő nem valamilyen megkerülhetetlen erőforrás (essential facility) birtokában tartja fenn dominanciáját.

Az elméleti szakirodalom frontján egyértelműen defenzívába szorulnak azok, akik azt keresik, milyen esetekben van egyáltalán értelme a túlzó árazás vizsgálatának. Az általános álláspont inkább a szűkítő feltételekre hívja fel a figyelmet, vagy az ügýtípus teljes elvetése mellett foglal állást. Amíg azonban az Unió fenntartja, hogy a túlzó árazás vizsgálata szükséges, a tagállami hatóságok számára nyilvánvalóan az az érdekes kérdés, hogy mely területeken van ennek tényleges értelme, társadalmi haszna.

Motta és Streel javaslata szerint négy feltételnek kell egyszerre megfelelnie, annak a piacnak, amelyen érdemes lehet a túlzó ár tiltása, büntetése érdekében versenyhatósági eljárást indítani:

1. Nagy és tartós be és kilépési korlátok léte,
2. A vizsgált szereplő olyan monopólium (vagy monopol-közeli helyzetű) szereplő legyen, amely pozíciója exkluzív vagy speciális jogokon alapul (jellemzően állami, törvényi biztosítékkal). Tehát a pozíció biztosan nem innováción vagy teljesítményen alapul, illetve innovációval vagy beruházásokkal a potenciális versenytársak nem tudnák megszüntetni azt.
3. Nincs hatékony eszköz a versenyhatóság kezében arra, hogy a belépési korlátokat megszüntesse.
4. Nincs szektor-specifikus szabályozó.

Evans és Padilla egy 3 elemű kritériumrendszert állított fel, a három feltételnek ez esetben is együttesen kell teljesülnie:

1. A vizsgált szereplő monopol (vagy ahhoz közeli) pozícióban van, amelyet nem beruházásai, vagy innováció eredményeképp nyert el, illetve a belépési korlátok azt tartósan fenntarthatóvá teszik.
2. Az alkalmazott árak jelentősen meghaladják az összes költséget.
3. Az alkalmazott magas árak más (új) termékek megjelenését akadályozzák a piacon.

Motta és Streel első két feltétele megfeleltethető Evans és Padilla első feltételének (azzal a plusz kikötéssel, hogy a piaci pozíció exkluzív vagy speciális jogokon alapul).

Motta és Streel másik két feltétele intézményi oldalról közelíti meg a problémát. Alapvetőnek tételezi, hogy a szektorszabályozó jelen van ott, ahol szükséges és „jól” látja el feladatát. Evans és Padilla 2. feltétele alapvetően praktikus oldalról közelít, a bizonyíthatóság nehézségéből indul ki (a „túlzóság” extrém voltát kívánja meg az eljárás elindításához, hiszen ekkor az könnyebben bizonyítható, és a elsőfajú hiba – nem kezeljük a túlzó árat, holott kellene – költsége sokkal nagyobb). Sokkal nehezebben értelmezhető a 3. feltétel, mely a túlzó ár káros voltaához kapcsolódó normatív érvelés elvetéséhez vezet! Eszerint önmagában a túlzó ár nem probléma csak, ha a versenytársak kizárására irányuló magatartások egy eszköze. Eszerint a túlzó ár akkor kezelendő, ha valamilyen kizárási magatartás épül rá (jellemzően árprés vagy keresztfinanszírozás).

Az Unió oldaláról is elfogadottnak tűnik a túlzó árazás vizsgálatának leszűkítő értelmezése, ugyanakkor a bemutatott két kritériumrendszer többi elemét nem fogadja el.²⁶ Emil Paulis és Philip Lowe (DG Competition) is kiáll a jelentős és tartós be-, kilépési korlátok feltételül szabása mellett. E. Paulis azonban nem fogadja el a többi kritériumot! Szerinte nem lenne hasznos, ha a túlzó ár vizsgálatának körét leszűkítenék arra az esetre, ahol nincs szektorspecifikus szabályozás, illetve ahol kizárólagos, vagy speciális jogokon alapul a domináns pozíció. Ezen túlmenően Paulis és Lowe is kiáll a túlzó ár vizsgálандóságá mellett, és elveti Evans és Padilla praktikus okokból támasztott 3. és 4. kritériumának (a negyedik feltétel, mint bemutattuk azért jelentős elvi következményeket is felvet) automatikus elfogadását is.

Motta és Streel valamint Evans és Padilla is az amerikai és az európai megközelítés különbségének elvi-elméleti alapján kiindulva az uniós szintű gyakorlat normatív kritikájára irányul (még ha az uniós esetek elemzésével illusztrálja is azt). Ugyanakkor nem vizsgálja, hogy ezen ügýtípus fenntartásának a versenyhatósági körben milyen valós indokai lehetnek Európában. A kritériumrendszerük figyelmen kívül hagyja az európai intézményi környezetet; ahol egyáltalán nem biztosított az ex post és az ex ante szabályozás közti hatékony „feladatátadás”, sem a hatékony (csak piaci mechanizmus által indokolt különbségekkel jellemzett) közös piac léte. Ezzel együtt is nyilvánvalóan relevánsak következtetések az uniós szabályozás hosszútávú kialakításának szempontjából, habár nincs válaszuk arra a kardinális kérdésre, hogyan válik egy túlzó árazásos probléma az ex ante szabályozás által kezeltté. A piacokon megvalósuló „káros” jelenségek első körben a versenyszabályozó számára kerülnek észlelésre. Nincs hatékony intézményi „híd” arra, hogy ezek kezelését az ex ante szabályozás (a maga hivatali-szervezeti következményeivel) átvegye. Ez a probléma különösen releváns, amikor az ex ante szabályozás kialakítása az Unióban jelentős intézményi korlátokkal jár, és a közösségi verseny torzulhat egyes tagállami szabályozás révén.

Mindezek miatt a hazai versenyhatóság számára kritériumrendszerük nem lehet elfogadható automatikusan.

²⁶ Geradin, 2007 alapján

3.2 Szűkítő jellegű kritériumrendszer hazai alkalmazása

Számos gyakorlati példa és elméleti javaslat létezik arra, hogy a túlzó árazás per se tiltásának megszüntetése nélkül a versenyhatóság önkorlátozó módon határozza meg, hogy milyen feltételek megléte esetén nem tartja indokoltnak – a közérdeket szolgálónak - az eljárás lefolytatását.

3.2.1 Szűkítő jellegű kritériumrendszer alkalmazásának jogszabályi lehetősége

A szűkítő jellegű kritériumokat a GVH a Versenytörvény eljárás elindításának feltételeit meghatározó részével kapcsolatban veheti figyelembe²⁷:

„70. § (1) A vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely e törvény rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.”

A 71. § alapján az eljárás beszüntetésének indoka lehet ezen túlmenően, ha az „*eljárás folytatásától sem várható eredmény*”.

A Versenytörvény hivatkozott részeinek értelmezése kapcsán a Versenytanács is határozott álláspontot fogalmazott meg (Vj-27/2005/119):

„89. A Tpv. 71. § (1) bekezdése szerint versenyfelügyeleti eljárás hivatalból akkor indítható, ha annak lefolytatását a közérdekek védelme is szükségessé teszi. Az eljárást elrendelő határozat ellen jogorvoslattal élni nem lehet, vagyis a Gazdasági Versenyhivatal mérlegelhet, hogy mely vélelmezett törvénysértés esetében tartja indokoltnak – a közérdek védelmére tekintettel – az eljárás megindítását. A mérlegelési jog indoka az, hogy a Tpv. rendelkezéseibe ütközhet formálisan olyan magatartás is, amely csekély jelentőségénél fogva

²⁷ A bejelentésre történő eljárás elindítása kapcsán is ugyanezen feltételeknek kell fennállnia: „43/H. § (8) A bejelentés beérkezésétől számított hatvan napon belül a vizsgáló

a) a 70. § (1) bekezdése alapján végzéssel vizsgálatot rendel el, vagy

b) végzéssel megállapítja, hogy a bejelentésben foglalt, illetve a bejelentés alapján lefolytatott eljárásban beszerzett adatok alapján a versenyfelügyeleti eljárás megindításának a 70. § (1) bekezdésében meghatározott feltételei nem állnak fenn.”

szankcionálást nem tesz szükségessé, mire tekintettel indokolatlan a Gazdasági Versenyhivatal korlátos vizsgálói kapacitását, illetve pénzügyi erőforrásait az adott ügyre fordítani.”

„91. Az előzőek alól speciális kivételt képez, ha a Gazdasági Versenyhivatal már az eljárás során jut arra a következtetésre, hogy a vélelmezett jogsértés bizonyításának erőforrás igényét és a vélelmezett jogsértés súlyát (lehetséges következményeit) összevetve nem indokolt az eljárás folytatása.”

Ezek alapján a GVH számára lehetőség van az eljárás elkezdésének és lefolytatásának mérlegelésére illetve ezen mérlegelést alátámasztó kritériumrendszer megfogalmazására.

A szűkítő jellegű kritériumok a „közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi”, illetve az eljárástól várható eredmény feltételek kapcsán releváns. Ahogy azt korábban kifejtettük, és alátámasztottuk az árazás túlzóságának vizsgálata a megfogalmazott kritériumok teljesülése esetén nem kecsget a közérdek védelmét támogató eredménnyel, illetve a bizonyítás erőforrásigénye várhatóan aránytalanul nagy lenne.

3.2.2 Javasolt kritériumrendszer a GVH számára

Az elméleti irodalom és a gyakorlati tapasztalatok tanulságaként, a következő kritériumrendszer állítható fel és javasolható (védhető) a magyar versenyhatóság számára.

A túlzó ár tiltása így az eljárás végig vitele sem kecsget társadalmi haszonnal:

- 1. Ahol egyértelműen egy rövid időszakra áll fenn a túlzó ár, és ahol az árak a szabályozói beavatkozás nélkül is jelentősen csökkennek.**

A túlzó ár vizsgálata praktikusán néhány évre terjedhet ki, mivel például egy részletesebb költségelemzés elvégzésének költsége az időtáv növelésével rendkívül megnőhet. Ugyanakkor a Hatóságnak a termék teljes életciklusát kell figyelembe vennie. Tehát értékelnie kell a korábbi, sőt a jövőbeli időszakok várható eseményeit is. Így a túlzó árak a részletesen vizsgált időtávon való esetleges megállapítása esetén is mérlegelni kell, hogy az esetlegesen csak a normál piaci viselkedésnek megfelelő ciklusokba illeszkedik (tehát korábbi veszteségek, árengedmények vagy a vizsgálat utáni várható költségek, kockázatok fedezésére szolgál).

2. **Ahol az innovációalapú verseny szerepe jelentős (a magas ár valamilyen sikeres innováció „jutalma”), a piacon versenyző technológiák, üzletmodellek vannak jelen.**
3. **Ahol beruházások révén a potenciális versenytársak képesek piacra lépni, tehát a piaci önkorrekció lehetősége fennáll.**

Összességében, ahol nem azonosítható jelentős és tartós piacra lépési korlát, vagy a belépési korlát csak a már piacon lévő szereplő kiemelkedő teljesítményén, innovációján alapul.

4. **Kizárható a túlzó árazás vizsgálati köréből azon piac, ahol a vizsgálandó szereplő kapacitásai nem bővíthetők gazdaságosan, miközben nincsenek kihasználatlan kapacitásai.**

Ennek kapcsán lásd a gazdasági érték tesztjével foglalkozó részt. Ekkor a költségeket meghaladó ár nem a kínálat visszafogásán, kizsákmányoló magatartáson alapul, hanem a szűkös erőforrás hatékony elosztásának szükségszerű következménye.

5. **Nem szükséges a túlzó ár vizsgálata, ahol habár a piacon nincs intenzív verseny, de korábban a piacért hatékony verseny folyt.**

Ebben az esetben a piac strukturális jellemzői miatt korlátozott a szereplők hatékony száma, a piacra való belépésért azonban hatékony verseny folyik (ez esetben a potenciális túlzó árak profittartalmát a piacon lévő szereplők a belépésért már elversenyezték. Ilyen helyzet állhat fenn, amikor a működési engedélyét az állam versenyeztetés keretében osztja ki. hasonló a helyzet, amikor a fogyasztó(k) hosszú távú szerződést kötnek a termelőkkel és a szerződés megkötése előtt versenyeztetik azokat (ilyenkor indokolatlan lenne utólagosan túlzó árazást büntetni utólagosan akár a költségek/kockázatok utólagos csökkenésére hivatkozva, akár egy rövidebb időszak kiragadása alapján).

3.2.3 Automatikus alkalmazásra nem javasolt, de mérlegelési szempontot adó további praktikus kritériumok

Ezen általánosan korlátozó feltételeket egészíthetik ki a következő praktikus feltételek. Ugyanakkor ezek alkalmazásának nagyon erős elvi korlátai lehetnek, ezért ezeket részletesen elemezzük a következőkben:

1. Ahol a túlzó árazás összefonódik versenytársakat kizáró magatartással, ott inkább az utóbbi vizsgálatára kell összpontosítani.
2. Ahol viszonylag könnyen hozzáférhető benchmark-ok alapján az ár „túlzósága” várhatóan nem jelentős, ott nem éri meg az eljárás lefolytatása.
3. Relatív kis piacok esetében nem hatékony a bizonyítási eljárás lefolytatása.

Az első praktikus kritérium-javaslat szerint a Hatóságnak az esetlegesen felmerülő, **inkább a kizáró magatartás vizsgálatára kell összpontosítani, ahol ilyen is van.** A túlzó árazás minden esetben a dominancia (és az ezt biztosító magas be- illetve kilépési korlátok) következménye. A Hatóság számára sokszor sokkal könnyebb feladat a dominanciát biztosító, kizáró magatartás megállapítása, kezelése. Az okok feltárása ráadásul hosszabb távon hasznosabb is, mint a következmény tüneti kezelése. Ugyanakkor a kizáró magatartás bizonyítását, illetve annak súlyának érzékeltetését segíti az ár túlzóságának vizsgálata. Ezzel együtt is egyértelmű, hogy a „túlzó árazás ügýtípus” a lényegtől vonja el a Hatóság figyelmét, és látva a túlzó ár bizonyításának problémáit, nem is hatékony erre összpontosítani. Ugyanakkor a túlzó árazás és a versenytársakat kizáró magatartás sokszor összefonódó egységes piaci problémát alkot, melynek érdemes minden elemét, így a túlzó árat is vizsgálni, hiszen előzetesen nehezen becsülhető, hogy mely oldalról sikerül a Hatóságnak az ügyet felgöngyölítenie. Egyes esetekben a túlzó ár vizsgálatának oldaláról könnyebb a kizáró magatartást is bizonyítani (ilyen lehet a keresztfinanszírozás, vagy esetenként az árprés bizonyítása). Ezért ez a praktikus feltételt nem lehet általános kritériumként elfogadni.

A második praktikus szempont lehet, hogy ahol a **könnyen hozzáférhető benchmarkok (a benchmark elemzés mélységi lefolytatása előtt) szerint az ár (esetenként az árrés) nem halad meg bizonyos szintet,** ott nem érdemes a részletes vizsgálatot lefolytatni.²⁸ Természetesen egy ilyen előzetes gyorsesztet esetében sokszorosan felmerülnek a benchmark elemzés bemutatásakor említett problémák. Mégis mérlegelendő a vizsgálat,

²⁸ Az uniós és tagállami eljárások épp a bizonyíthatóság korábban elemzett problémái miatt is a talált benchmarkokhoz képest minimálisan 100%-kal magasabb árról mondták ki annak túlzó voltát! Ez persze inkább a bizonyíthatóság gyengeségét mutatja, semmint azt, hogy ne lépne fel akár jelentős társadalmi jóléti veszteség az ennél kisebb mértékű túlárazásnál. Ösztönző szempontból is káros lenne egy nyilvános threshold-mérték nyilvánosságra hozatala a versenyhatóságok részéről, természetesen ennél lényegesen kisebb mértékű túlárazás is érdemes lehet büntetni ex post, de az eljárás elindításáról való döntésnél érdemes valamilyen (belső) hüvelykujj-szabályt alkalmazni arra, hogy az árak „túlzóságának” milyen szintű extrémítása esetén érdemes a hatóságnak a részletesebb vizsgálat módszertant alkalmaznia.

6. amikor például egy egyszeri áremelés kapcsán merül fel a túlzó árazás vizsgálatának igénye, miközben a korábbi árral kapcsolatban a túlzó ár gyanúja nem merült fel, és az áremelés viszonylag kis (10-20%-os) mértékű,
7. amikor jól dokumentált más, helyi piacokon (akár országon belül, akár más európai országokban) az árhoz vagy árréshez (egy esetben valamilyen árrés mértékére is található megfelelő benchmark – ez különösen akkor lehet így, amikor valamilyen nagykereskedelmi termék árai is jól megfigyelhető – például mert szabályozott, vagy globálisan egységes) képest a különbség a vizsgált piacon nem jelentős.

A piac méretével kapcsolódó lehetséges, praktikus kritérium azon alapul, hogy a túlzó árazás bizonyítása az egyik legnehezebb, jelentős erőforrásokat igénylő versenyhatósági feladat. A közérdek védelmének elve szerint nem indokolt olyan szabályozás bevezetése, amelynél a szabályozással együtt járó (a vizsgálat lefolytatásához kapcsolódó részben a hatóságnál, részben a piaci szereplőknél felmerülő) költségeket nem fedezi a sikeres eljárás várható társadalmi haszna (hosszútávon). Természetesen egy eljárásnak lehetnek tovagyrűző hatásai, a kisebb kihatású ügyek precedensjellegűknél fogva messze túlmutathatnak a vizsgált piacon elérhető társadalmi hasznosságon (egy kirívó példaként lásd a General Motors Continental NV (GMC) esetét, ahol 5 db gépkocsi üzembe helyezési engedélye kapcsán alakult ki precedensértékű, uniós szintű eljárás). Ezért ugyan **praktikus szempontból kérdéses lehet egy relatíve kicsi piac vizsgálatának haszna a vizsgálat nagy erőforrás igénye miatt**²⁹, a Hatóság azonban igen nehezen képes egy ügy magán túlmutató (precedens jellegéből fakadó) hatását felmérni.

A kis piacméret a praktikus érvek ellenére sem ajánlható vizsgálatot kizáró kritériumként. A GVH értékelheti egy potenciális ügy kivizsgálásának várható költségeit és a bizonyítás valószínűségét. Ugyanakkor a tovagyrűző hatásai egy ügynek sokkal kevésbé láthatóak, és kis piacméret esetén is jelentős negatív hatásai lehetnek egyes fogyasztók számára – lásd Bodson ügy.

²⁹ Jelenleg egyértelmű, hogy a GVH a kis értékű piacok esetében sokszor nem végez el mély elemzéseket, csak hüvelykujj-szabályokra (például, ne emelkedjen indokolatlanul az inflációnál jobban az ár stb.) összpontosít, de ezeket is inkább arra használja, hogy az elmarasztaló határozatok hiányát megindokolja. Ez teljesen racionális, hiszen a túlzó árazás ügytípus esetében nem létezik könnyű, objektív bizonyíthatóság – az érintett kis (még ha helyi szinten domináns is) szereplő számára azonban megéri a részletes bizonyítási módszertan számonkérése a bíróság előtt.

A praktikus alapokon nyugvó, szűkítő kritériumok értékelése kapcsán egyértelműnek tűnik, hogy automatikus szűkítő kritériumként nem állíthatóak fel, habár mérlegelésük hasznos lehet az eljárás elindításáról való döntés, illetve a mélyebb elemzési eljárásokba való belevágás előtt.

3.3 A túlzó árazás ügýtípus szerepe a szűkítő jellegű értelmezés alapján

A korábbi részben bemutattuk, hogy az elvi-elméleti és a gyakorlati tapasztalatok alapján milyen esetekben nem indokolható a túlzó árazás vizsgálata, illetve büntetése. Bemutattuk azt is, hogy léteznek a felállított általános kritériumok mellett praktikus szempontok is, amelyeket azonban nem szabad automatikus kizárási feltételként meghatározni; csak mérlegelési szempontként alkalmazhatóak. A GVH oldaláról nyilvánvaló igény lehet a kérdés másik oldalról való megvilágítása is: milyen esetekben lehet szerepe a túlzó ár vizsgálatának.

A kérdés vizsgálatakor alapvető szempont, hogy az uniós versenyhatóságok és a GVH is kinyilvánította, hogy nem kíván árhatóságként szerepbe belecsúszni. E. Paulis a DG Competition munkatársa ezzel kapcsolatban határozottan állást foglalt. Érvéle szerint, ha a versenyhatóság megállapítja egy domináns szereplő áráról annak túlzó voltát (a költségei, benchmarkok és a gazdasági érték mérlegelése után), akkor idővel az adott domináns szereplő folyamatosan visszatérhet a hatósághoz azzal az igénnyel, hogy az mondja ki miszerint a túlzónak minősített ár szintje változott a körülmények változása miatt.³⁰ Így egy egyszeri ex post vizsgálat folyamatos ár-felülvizsgálati igényt támaszt, mely az árhatósági („kvázi-szabályozó”) szerepkörbe kényszerítheti a versenyhatóságot. Ennek elkerülése miatt álláspontja szerint a túlzó ár vizsgálata és büntetése csak legvégső esetben alkalmazandó eszköz („enforcement actions against exploitative conduct in my view should only be taken as a last resort”³¹). Ugyanakkor az uniós szintű versenyszabályozás eszköztárában a túlzó árazás alkalmazását se E. Paulis, se P. Lowe nem kívánja automatikusan korlátozni a szakirodalom által ajánlott (Motta és Streel illetve Evans és Padilla) kritériumok szerint. A hivatkozott

³⁰Emil Paulis Article 82 EC and exploitative conduct – 12th EUI Competition Law and Policy Workshop – A reformed approach to Article 82 EC, Florence 2007 június 8-9. A kiadott anyag 3. oldalán: „intervening against excessive pricing may entail the risk of a competition authority finding itself in the situation of a semi-permanent quasi-regulator. The authority may have to come back time and again to the pricing of the dominant firm when cost or other conditions change in the industry,”

³¹ ugyanott

szerzők kritériumrendszerének elfogadását jelen tanulmány sem ajánlja, ahelyett az előző részben egy általánosabb, de ugyancsak szűkítő jellegű kritériumrendszert javasol.

Ezek után tekintsük át, hogy milyen esetek kezelésére szolgálhat társadalmilag hasznos módon a túlzó árazás tiltása, illetve versenyhatósági vizsgálata:

- Kirívóan túlzó árazás tiltása (akár kis piacokon is!).

Különösen kisebb helyi piacok esetében ex ante szabályozás kiépítése nem feltétlenül hatékony, még ha tartósan magas belépési korlátok is teszik a túlzó árazást lehetővé. A versenyhatóság praktikus szempontokból; egyrészt a bizonyíthatóság miatt, másrészt a folyamatos árhatósági szerep elkerülése miatt, jellemzően csak a kirívó, extrém esetek kezelését vállalhatja magára. Ekkor a vizsgálat után sem várható a piaci környezetben (például a költségek szintjében) olyan mérvű változás, ami a túlzó árral kapcsolatos visszatérő felülvizsgálatát indokolná (tehát elkerülhető Paulis fentebb bemutatott félelme az árhatósági szerepkörbe való belecsúszástól).

- A versenyhatóság feltárhat a túlzó árazás bemutatásával piaci problémákat az ex ante szabályozás számára, illetve bemutathatja az ex ante szabályozás szükségességét olyan piacon, ahol az korábban nem volt.

Erre az egyik leglátványosabb példa a mobil végződtetés esete hazánkban (de más európai országban is), ahol a versenyhatósági túlzó árazásos ügy előzte meg a piac ex ante szabályozását.

- Túlzó árazásos ügýtípus irányulhat államilag (ideértve ez esetben az önkormányzatokat, szabályozókat vagy a törvényhozást is) biztosított exkluzív vagy speciális jogok (illetve bármilyen belépési korlát) fogyasztókat károsító hatásának bemutatására.

Ez a szerep alapvetően arra az esetre irányulhat, amikor az exkluzív vagy speciális jogokat illetve a piaci jelenlét lehetőségét nem árversenyben szerezték meg a dominánssá váló szereplők. Európai szintű precedenst erre a típusra a Bodson ügy szolgáltat.

Melléklet; európai esetek bemutatása

1 Bevezetés

Az Európai Unió jogeseteiből levezethető, hogy egy olyan árszint meghatározása, amelyik túlzottan magas a mögöttes gazdasági értékhez viszonyítva, már önmagában is versenyellenes magatartás lehet.³² Az ilyen árazásra hivatkoznak úgy, mint túlzó árazás. Ugyanakkor ritka az olyan eset, amelyikben a bíróság túlzó árazásos ügyben valóban elmarasztaló ítéletet hozott volna, mert a túlzó árazás tényét a bíróság előtt nehéz bizonyítani.

A tilalom alapja az EK Sz 82. cikke, amely tiltja az erőfölénnyel való visszaélést, és így a túlzó árazást is. A túlzó árazás olyan előnyökhöz juttatja a domináns piaci szereplőt, amely előnyökhöz versenykörülmények között nem juthatna hozzá.³³ Továbbá a túlzó árazás megkárosítja a többi érintett szereplőt, mind a közvetlen piacon, mind pedig közvetett módon, a kapcsolódó piacokon. Ez az érvelés implicite arra a feltételezésre épül, hogy létezik valamiféle tisztességes ár, amelyik akkor alakulna ki, ha verseny lenne a piacon, és amely árszintet egy külső szereplő, mint például bíróság, képes meghatározni. Csakhogy, mint azt az alábbi esetekből látni fogjuk, egy efféle ár meghatározása igen nehéz, hacsak nem lehetetlen feladat. Vannak ugyanakkor közvetett módszerek a túlzó árazás felderítésére, amelyeknek köszönhetően nem teljesen reménytelen a probléma jogi kezelése.

Az alábbiakban áttekintjük azt a néhány túlzó árazásos ügyet, amelyekben a Bizottság vagy az Európai Bíróság formális döntést hozott, és amelyek hasonló ügyekben azóta is precedensként szolgálnak. A legkorábbi esetek a General Motors és a British Leylands, amelyeknél azonban a piacintegrációs folyamatok akadályozása volt a hangsúlyos, nem pedig maga a túlzó árazás. A két ügy bizonyos vonatkozásokban hasonló, ezért az egyiket, a General Motors esetét, mint legelsőt, részletesebben tárgyalunk, a British Leylands esetére pedig rövidebben térünk ki.

³² Lásd Judgment of the Court of 13 November 1975. - General Motors Continental NV v Commission of the European Communities. - Case 26-75., 12. bekezdés.

³³ Lásd Judgment of the Court of 14 February 1978. - United Brands Company and United Brands Continental BV v Commission of the European Communities. - Chiquita Bananas. - Case 27/76., 249. bekezdés.

Ezeket időben a United Brands ügye követte, amely esetében azonban a túlzó árazás problémája hangsúlyosabb szerepet kapott, így leginkább ez az ügy szolgált a későbbi, túlzó árazásos esetek precedenseként. A túlzó árazásnak a Bizottság által ebben az ügyben meghatározott definíciója irányadó volt a későbbiekben (a mögöttes gazdasági érték és ár viszonya), továbbá az alkalmazott módszertan is jelentős hatással volt a későbbi vizsgálatokra. A Bizottság itt az árak és költségek különbségét vizsgálta, amelyben a realizált profit objektív meghatározását tűzte ki célul, valamint a piacok közötti ár-összehasonlításos módszert alkalmazott. A bíróság azonban később hiányolta a költségek részletes, független elemzését, és utalt arra, hogy ennek hiányában a pusztán ár-összehasonlítás nem elegendő a túlzó árazás megállapításához. Ezzel ugyancsak fontos precedenst teremtett a későbbi ügyek számára.

Később, a SACEM ügyekben azonban, a korábbival némileg ellentmondásban, a piacok közötti ár-összehasonlítás módszerét önmagában is elegendőnek találta a túlzó árazás megállapításához.

Bár a túlzó árazást az esetjog egységesen a túlzott mértékű profit realizálásával köt össze, egyik eset sem ad explicit iránymutatást arra, hogy milyen nagyságú profit tekinthető még elfogadhatónak.

Tovább bonyolítja a túlzó árazásos esetek megítélését az, hogy – amint azt az angol tagállami Napp ügyében látható – bizonyos esetekben több részpiac együttes vizsgálata szükséges, amely lehetővé teszi, hogy a vállalatok árazási magatartásának stratégiai vonatkozásait is figyelembe vegyük. A túlzó árazás összemosódhat más versenyellenes magatartással, mint például a versenytársak kiszorítására irányuló törekvéssel.

A túlzó árazásos esetek kulcsfogalma a vizsgált termék vagy szolgáltatás mögöttes gazdasági értéke. Ennek jelentőségét mutatja, hogy az ilyen típusú eseteknek ez a fogalom a kiindulópontja. Abban azonban nincs egyetértés, hogy milyen módszerrel állapítható meg a mögöttes gazdasági érték. Ehhez jellemzően a költségek alapján meghatározott érték szolgált alapként, ami azonban egyoldalúan a piac kínálat oldalára támaszkodik. A közgazdaságtan fogalomrendszerének egyik lényegi eleme azonban az az állítás, mely szerint a mögöttes gazdasági érték mérésére nincs jobb módszer, mint az egyensúlyi piaci ár. Ennek meghatározásában pedig a piac kínálati és keresleti oldala egyaránt fontos szerepet játszik, még akkor is, ha a versenymechanizmus egy adott piacon valami miatt nem működik. A Helsingborg eset ennek a problémának jogi tisztázatlanságára hívja fel a figyelmet.

2 Külföldi túlzó árazásos esetek

Az alábbiakban áttekintünk néhány a szakirodalomban leginkább precedensértékűnek tartott uniós és nemzeti szintű túlzó árazásos ügyet. Túlzó árazásos ügyekben viszonylag kevés formális döntés született, ráadásul az Európai Bizottság és az Európai Bíróság megközelítése is többször összeütközésbe került. Az esetek segítségével nyomon követhető az ilyen típusú jogviták fejlődése, az elfogadott fogalmi és módszertani apparátus kialakulása, jelentősége.

2.1 A General Motors ügye

A General Motors ügy volt az első, amelyben túlzó árazásos ügyben formális döntés született, igaz, a hangsúly inkább az európai piacintegrációs folyamatot akadályozó magatartáson volt. A túlzó árazás legfontosabb fogalmi és módszertani precedensei későbbi ügyekben fogalmazódtak meg. Ez az eset rámutat arra, hogy jól meghatározott fogalmi és módszertani háttér nélkül milyen nehéz a túlzó árazás kezelése, és csupán nyilvánvaló és kirívó esetekben lehet megállapítani a túlzó árazás tényét.

Ez a probléma a későbbiekben sem szűnik meg, de a fogalmi és módszertani háttér kidolgozása fontos szerepet játszik majd a jogi viták tisztázásában.

2.1.1 Az EU Bizottság döntése a General Motors Continental (GMC) ügyében

Belgiumban a személygépkocsik forgalomba helyezéséhez kötelező műszaki engedélyt 1973. márciusától nem állami szervek adták ki, hanem a gépkocsi gyártók ügynökei, importőrei. A General Motors csoporthoz tartozó gyártók belgiumi ügynöke a General Motors Continental NV (GMC) volt. Ez azt jelentette, hogy ha egy belgiumi személy vagy kereskedő külföldön vásárolt új Opel gépkocsit, akkor kizárólag a GMC-től kaphatott műszaki engedélyt. Az engedélyezésért a GMC, a többi gyártó ügynökeihez hasonlóan, díjat számolt fel.

A GMC korábban is nyújtott hasonló szolgáltatást, de miután 1972. szeptemberében szigorodtak az előírások, és drágult az eljárás, díjat szabott ki a párhuzamosan, más kereskedők által importált gépkocsik műszaki engedélyezéséért, előbb 2500, majd 5000 belga frankot.

1972 januárjától augusztusáig 12 Opel gépkocsi engedélyeztetésére kaptak megbízást, amelyeket még díjmentesen teljesítettek. A díjak bevezetése után, 1972. szeptembere és 1973. márciusa között egyetlen engedélyezési kérelmet sem kaptak. Miután 1973. márciusában bizonyos típusokra, különösen Opelekre, a műszaki engedélyezésben a GMC kizárólagos jogot szerzett, az engedélyeztetési igények megnövekedtek, 1973-ban márciustól az év végéig 36 Opelt vizsgáztattak le. 1974-ben augusztusig további 30 engedélyeztetési igényt kaptak. 1973. márciusától az Amerikából, a GM csoporttól importált gépkocsik esetén is jelentősen növekedett az engedélykérelmek száma: míg 1972-ben még csak 24, 1973-ban 760 kérelem érkezett a vállalathoz.

Az adatokból látható tehát, hogy a GMC szolgáltatása nem volt különösen keresett, hiszen miután díjat kértek érte, de még nem volt kizárólagos jogosultságuk, nem volt érdeklődés iránta. A kereslet a kizárólagosság megszerzésétől kezdve növekedett jelentősen.

1973. márciusa és júliusa között a GMC öt esetben egy-egy Opel engedélyért annyit kért, mint egyébként az Amerikából importált típusokért, 5000 frankot (plusz ÁFA)³⁴, miközben más Opelek engedélye 1973. június-júliusában csak 1000 frankba került, áfával együtt.

1973. augusztusától azonban a GMC új árazási sémát vezetett be, amelyben visszatért a korábbi, származási hely szerinti megkülönböztetéshez. Eszerint az európai gyártású gépkocsik engedélyezése 1250 frankba került, az Amerikából importált GM modellek engedélyezése pedig 5300-7000 frank volt (a várható import mennyiségétől függően).³⁵

A fent említett öt kirívó esetben az 5000 frankos díj egy részét a GMC 1973. augusztusában visszatérítette, ami két esetben 4900, három esetben 4425 frankot jelentett.

A többi, hasonló tevékenységet folytató vállalkozás – saját állítása szerint – európai gyártású gépkocsik engedélyezéséért egyszer sem kért 2500 franknál többet.

Az esetről az Európai Bizottság megállapította, hogy a GMC bizonyos típusú gépkocsik belgiumi importját követő műszaki engedélyeztetésben szerzett kizárólagos joga következtében jelentős piaci erővel rendelkezett, mely domináns helyzettel a GMC 1973. márciusa és júliusa között visszaélt.

A Bizottság megítélése, és a tevékenység költségszerkezetének vizsgálata szerint az amerikai modellek engedélyezése drágább, hiszen az európai Opelek esetén nagyobb importált mennyiségre is lehet számítani, így az utóbbi esetben az általános költségek több egyedi

³⁴ A korábbi gyakorlatban az európai modellek engedélyezése olcsóbb volt, mint az amerikaiaké. Utóbbiakat rendszerint kisebb tételben importáltak a belga piacra, ami miatt az egy gépkocsira jutó költségük magasabb volt.

³⁵ A Belgiumban újdonságnak számító típusok esetén a díj 30000 frank volt.

gépkocsi között oszthatók fel, tehát az egyes Opel gépkocsik engedélyezési díja alacsonyabb kellene legyen, legfeljebb az amerikai típusok díjának fele. A GMC által később bemutatott költségszámítások alapján az Opelek engedélyezésének egységköltsége 123 frank volt, míg az amerikaiaké 3654, bár ez a költségszámítás nem tartalmazott a szolgáltatáshoz kapcsolódó további, például adminisztratív költségeket. A Bizottság szerint az 5000 frankos díj túlzó volt, ráadásul azok, akik nem voltak hajlandók ezt kifizetni, megkapták az engedélyt csupán 1000 frankért.

Továbbá a többi, hasonló tevékenységet folytató vállalkozás 2500 frankot, vagy kevesebbet számolt fel, a Bizottság pedig nem látta indokoltnak a tevékenység költségjellemzői alapján a GMC esetén az ilyen jelentős eltérést. Korábban az állami engedélyezettők is csupán 1140 frankos díjjal dolgoztak. Ebből is arra lehet következtetni, hogy az eljárás során nem elsősorban a költségek önálló elemzése a hangsúlyos, hanem a más, hasonló tevékenységet végző vállalkozások áraival való összehasonlítás, kiegészítve az azokhoz viszonyított, kellően indokolt költségkülönbségekkel.

A végső következtetés tehát, miszerint a GMC visszaélt domináns piaci helyzetével, két állításra alapul:

- Egyrészt a GMC domináns piaci helyzetben van, amit a szabályozás biztosított számára
- Másrészt a költségeket jelentősen meghaladó díjakat számolt fel. Bár a költségek pontos értéke nem ismert, de feltételezhető, hogy hasonlóak más engedélyezettő vállalkozásokéhoz, akik pedig jelentősen alacsonyabb díjat számolnak fel szolgáltatásukért.

A magatartás káros következményei pedig:

- Ily módon a független Opel importőrök jelentős hátrányba kerültek a GMC által kijelölt Opel kereskedőkkel szemben, akik nem kellett kifizessék ezeket a magas díjakat, csupán azt a legfeljebb 123 frankot, ami az alacsony egységköltségeket fedezte.
- Az ilyen gyakorlat akadályozza, illetve torzítja a tagállamok közti kereskedelmet.

2.1.2 Az európai bíróság ítélete a GMC ügyében

A Bizottság fenti döntésével szemben a GMC fellebbezett a bíróságon, melyben a döntés érvénytelenítését kérte. Indoklása egyrészt arra alapul, hogy az engedélyeztetési piac nem önálló piac, hanem a szélesebben vett gépkocsi piac járulékos része. Másrészt azzal érvelt, hogy az említett öt hónapos időszakban az engedélyezési feladatok a korábbiaktól eltértek, nem képezték a szokásos üzleti folyamatok részét. Hirtelen váltást kísérő, egyedi esetekről volt szó, így az amerikai modellekkel megegyezően magas díjak akkor nem tűntek túlzottnak. Ráadásul a későbbi, vállalaton belüli költség-felülvizsgálatot követően csökkentették díjaikat, sőt, az említett öt kirívó esetben visszatértették az újonnan meghatározott, alacsony díjak fölötti részeket.

A bíróság ezek alapján úgy ítélte meg, hogy bár érthető a Bizottság határozott fellépése az erőfölénnyel való visszaéléssel gyanúsított esetekben, mégis a GMC esetében, annak magatartását is figyelembe véve, árazásának nem volt célja a piaci erővel való visszaélés. Bár a domináns szerep létezését helybenhagyta a bíróság, az azzal való visszaélés, a túlzott árazás vádja alól felmentette a GMC-t.

2.1.3 A GMC eset elemzése

A GMC ügyében mind a Bizottság, mind a bíróság az árak időbeli, illetve keresztmetszeti, azaz versenytársakkal való összehasonlítására alapozta döntését. A mögöttes feltételezés pedig – külön költségelemzés hiányában – az volt, hogy az említett időszakban semmi sem indokolta a költségek jelentős változását, illetve az egyes vállalatok tevékenysége között nincs olyan érdemi különbség, sem minőségben, sem technológiában, ami indokolná a jelentős költségbeli különbségeket.

Jelen tanulmány konklúziójaként kapott kritériumrendszer alapján a Bíróság felmentő ítélete indokolható. Eszerint ugyanis nem kell elítélni a túlzó árazást, amennyiben:

- a túlzónak vélt, magas árak csak rövid ideig érvényesek,
- az innováció szerepe az adott piacon jelentős,
- potenciális versenytársak beruházások révén piacra tudnának lépni,
- nem bővíthetőek, miközben kihasználták a kapacitásokat,
- a piacért folyó versenyben „elversenyzik” a szereplők a túlzó árból származtatható profitot.

Részletesebb elemzés nélkül, megállapítható, hogy az 5 kritériumból az utolsó négy nem teljesül, viszont az első igen. A „rövid időszak” meghatározása nem objektív, ez nyilván az iparágtól, technológiától, a piaci körülményektől is függ. Ebben a konkrét esetben az öt hónapos időszakot a Bíróság kellően rövidnek tartotta. Ez az OFT kritériumával is egybe vág (aszerint a rövid időtávot még az innováció nagy szerepe, és az egészíti ki, hogy az árkülönbségek valós értékbeli különbségekkel magyarázhatóak (OFT, 1999 és 2004)).

A Bíróság szerint további enyhítő körülménynek volt tekinthető, hogy csak kevés (5) fogyasztó károsult, és a GMC kárpótolta utólag őket, még az eljárás elindítása előtt. Ezeket az enyhítő körülményeket azonban közgazdaságilag nem lehet teljes mértékben elfogadni, hiszen a kis piacmérettől független az eset precedensjogi hatása. Az utólagos kárpótlás pedig nem nyújt megoldást a holtteher veszteségre (azon fogyasztók kárára, amelyek a magas árak miatt nem is igényelték a szolgáltatást). Persze ezen utóbbi probléma az időtáv viszonylagos rövideje miatt kevésbé nagy.

A domináns piaci helyzet megítéléséhez érdemes kitérnünk arra is, hogy milyen belépési korlátokkal szembesültek a valós, vagy potenciális versenytársak. A General Motors esetében könnyű dolgunk van, hiszen a kizárólagosságot számára a szabályozás biztosította: az Opel, és néhány más, a GM csoporthoz tartozó, új autó importjához a GMC jogilag is kikerülhetetlen szereplő lett.

A túlzó árazás mértékével kapcsolatban ad némi támpontot az eset. Ha GMC 5000 frankos díját összehasonlítjuk a korábban állami szereplők díjával (1140), valamint a többi, hasonló tevékenységet folytató vállalkozásokéval³⁶ (legfeljebb 2500 frank), akkor kiderül, hogy legalább száz százalékos túlárazásról van szó. Ezt a szintet tehát a Bizottság elegendően nagyra tekintette ahhoz, hogy csupán öt gépkocsi esetében is foglalkozzon az ügygel.

Külön érdemes megjegyezni, hogy a GMC esetében a diszkriminatív magatartás vádja a túlzó árazásnál sokkal élesebben felmerülhetett volna, hiszen amint azt az esettanulmány megjegyzi, a GMC a saját kereskedőinek sokkal olcsóbban nyújtotta szolgáltatását, mint más szereplőknek. Ez a probléma azonban nem merült fel, sem a Bizottság, sem a Bíróság döntésében.

³⁶ Azért nem nevezzük versenytársnak, mert abból indultunk ki, hogy a GMC engedélyezettési tevékenysége önálló piacot alkot.

2.2 A United Brands ügye

A GMC esetében tehát az eseti jog a túlzó árazással kapcsolatban csak annyi állít, hogy a túlzó árak elszakadnak a termék valós gazdasági értékétől, vagyis magas profitot biztosítanak. Nem ad támpontot azonban ahhoz, hogy mennyi a még megengedhető, indokolt profit szintje, illetve mi a valós gazdasági érték.

A United Brands kapcsán azonban sokkal részletesebb, módszertanilag is megalapozottabb választ kívánt adni az eljárás. Ebben az esetben a Bíróság kimondta, hogy a túlzó árazás vizsgálatában az eladási ár és az előállítási költségek összehasonlítása jelenti a megfelelő, objektív kritériumot.

2.2.1 Az EU Bizottság döntése a United Brands ügyében

A United Brands Company (UBC) egy amerikai vállalat,³⁷ amelynek szerteágazó tevékenységei közül Európában a banánforgalmazás kiemelkedő. Ezen a területen a UBC egy vertikálisan erősen integrált vállalat, a banán termesztésében, szállításában, érlelésében, forgalmazásában, reklámozásában egyaránt érdekelt. A világ banán exportjának mintegy egyharmadáért felelős, Európában a banán forgalmazásában a holland, dán, belga, luxemburgi és német piacokon mintegy 40-50%-os részesedéssel rendelkezik, ahol elsősorban a Chiquita márkanév alatt forgalmazza termékét. Más országokban is jelentős, közvetlen vagy közvetett piaci részesedése van a forgalmazásban, Franciaországban 20%-os, Olaszországban és az Egyesült Királyságban 40%-os, amihez az érlelési piacon egyharmados részesedés társul. A UBC az EU-n belül ugyancsak jelentős forgalmazó Ausztriában és Svédországban is.

Az EU Bizottság érvelése alapján azonban, az egyes országok banán importtal kapcsolatos szabályozásai, valamint a UBC országokon belüli, banán érlelőkkel kötött szerződéses kapcsolatai miatt a Benelux államok, Dánia és Németország piacait együttesen indokolt kezelni, a többi EU-s piactól pedig elkülönülten.

A piac-meghatározás eme sajátos módját a Bizottság részletesen indokolja. Ezekkel a részletekkel itt nem foglalkozunk, bár fenntartjuk, hogy a piac-meghatározás elemi része a

³⁷ Az eset 1975-ös, a jelen idő itt az 1970-es évek közepére vonatkozik.

döntésnek, és egy szélesebb piacdefiníció alapján más döntés születhet. Ebben a konkrét esetben azonban a Bizottság piacdefiníciós érvei meggyőzőek voltak, a Bíróság számára is.

Számunkra inkább az árazási kérdések érdekesek. A kérdéses országokba a UBC ugyanazokról a Dél- és Közép-Amerikai területekről, ugyanolyan költségekkel szállítja a nyers banánt Rotterdam vagy Bremerhaven kikötőibe. Innen átadja a szállítmányt vevőinek. Az itteni f.o.r. árak tehát összehasonlíthatók a holland, dán, belga, luxemburgi és német piacokon.

Az írországi szállítmányok annyiban különböznek, hogy azokat ezekből a kikötőkből tovább szállítják, és a dublini cif árakon értékesítik. Ha az utóbbiakból kivonjuk a Dublinig tartó szállítás költségeit, akkor összehasonlítvá válnak a rotterdami és bremerhaveni f.o.r. árakkal. Az összehasonlítások azt mutatják, hogy az írországi árakhoz képest a többi említett ország árai sokkal magasabbak. A belga piacra szánt banán például átlagosan 80 %-kal drágább, a legnagyobb eltérés pedig az ír és a dán piac között volt, 138 %-os.

Mindeközben a Bizottság állítása szerint a UBC egy levelében azt állította, hogy az ír piacon, a termék piacra való bevezetése érdekében, a banánt sokkal kisebb árréssel kínálta, mint más tagállamokban.

Az UBC-vel szembeni vádak másik jelentős eleme, hogy a UBC megtiltotta vevőinek a nyers banán továbbadását másoknak. A UBC szoros kapcsolata az érlelőüzemekkel részben annak köszönhető, hogy maga is jelentős tőkeberuházásokkal járult hozzá a drága, de fejlett technológiát alkalmazó, új érlelőüzemek kiépítéséhez. Az így kiépített, explicit vagy implicit vertikális integráció következtében – a Bizottság álláspontja szerint – jelentős piaci erőre tett szert a vállalat. A banán sajátos tulajdonsága, hogy nyers állapotban jól tárolható. Mielőtt azonban a boltok polcaira kerülne, speciális érlelőüzemekben érlelik. Érett állapotban azonban a banán gyorsan romlik, tehát napokon belül el kell adni. A banán tovább értékesítésének tehát szinte kizárólag nyers állapotban van értelme, az érett banán másodlagos piaca jelentéktelen.

Továbbá azt is kiemeli a Bizottság, hogy a banán értéklánca a termeléstől a kiskereskedelemig bonyolult folyamat, jelentős technológiai, beruházási igényekkel. A UBC sok tekintetben versenytársai előtt jár az értéklánc szinte minden elemében. Nagy termőterületekkel rendelkezik, övé a legnagyobb és legkorszerűbb banánszállító flotta, jelentős az előnye a korszerű érlelőüzemek terén. A Chiquita márkanév alatt forgalmazott termékének van hozzáadott értéke: a fogyasztók sokra értékelik annak folyamatosan jó minőségét, állagát,

színét, megjelenését. A folyamatosan jó minőségű termék nagy mennyiségben, időre való leszállítását a versenytársak nehezen, vagy egyáltalán nem tudják biztosítani.

A Bizottság döntésében négy okból találta úgy, hogy a UBC visszaélt piaci erejével:

- megtiltotta vásárlóinak a nyers banán továbbértékesítését,
- a Chiquita márkanév alatt forgalmazott banánt különböző vevőknek különböző áron adta,
- egyes vevőinek tisztességtelenül magas áron kínálta a Chiquita banánt,
- teljesen visszautasította egy dán vásárló kiszolgálását egy adott időszakban.

A tisztességtelen árazás megszüntetéséhez a Bizottság legalább 15 %-os árcsökkentést várt el.

2.2.2 Az Európai Bíróság ítélete a United Brands ügyében

A fellebbezés után az Európai Bíróság a fenti négy pontból hármat helybenhagyott, a túlzó árazás vádjá alól azonban felmentette a UBC-t. A helybenhagyó döntésekkel nem foglalkozunk, számunkra itt a túlzó árazás érdekes.

A Bíróság szerint a Bizottság a túlzó árazás tényét arra alapozva állapította meg, hogy összehasonlította az írországi, szállítási költségekkel korrigált árakat a többi országbeli árakkal, valamint a UBC nyilatkozata alapján, amelyben a UBC kijelentette, hogy az ír piacon jelentősen kisebb árréssel kínálta termékét.

Csak hogy ezekből még nem következik, hogy az ír árakhoz képest a többi piacon érvényesített magasabb árak az árkülönbséggel arányos profitot biztosítottak. A UBC-nek ugyanis, mint később igazolta, veszteségei voltak az ír piacon.

A Bíróság szerint tehát nem szabad messzemenő következtetéseket levonni az ír piaci alacsony árazás alapján, amely egyrészt csak néhány hónapig volt érvényes, másrészt az ottani mennyiség az érintett piac teljes mennyiségének csupán 1,6 %-át teszi ki.

Ehelyett – a Bíróság állásfoglalása szerint – egy megalapozott ítélethez szükséges a UBC költségeit feltáró átfogó elemzése, ami a szóban forgó piacon nem is tűnik különösebben nehéz feladatnak, tekintve, hogy erről a piacról szakmai szervezeteknél már rendelkezésre állnak különféle ár és költségelemzések.

Egy ilyen költségelemzés hiányában nehezen támadható például a UBC azon állítása, miszerint a banán 1956 és 1973 között 50 %-kal csökkenő ára miatt valójában éppen ellenkezőleg, alacsony profitra tett szert a vizsgált piacon.

A Bíróság ítéletében elismerte, hogy a UBC domináns szereplő a releváns piacon, és ilyen helyzetben előfordulhat a piaci erővel való visszaélés, tisztességtelenül magas árak érvényesítése révén. Ugyanakkor a UBC esetében a Bizottság nem gyűjtött össze elegendő információt ahhoz, hogy a költségek és az árak objektív összehasonlítására lehetőség lenne. A versenytársak hasonló termékeivel való összehasonlításból pedig az 1970-1974 közötti időszakra átlagosan csupán 7,4 %-os eltérés adódik a UBC javára, ami azonban indokolható lehet minőségi és egyéb különbségekkel. A Bíróság kiemeli, hogy bár a UBC által felmutatott dokumentumok az írországi és a többi piacon realizált profitjával kapcsolatban talán megbízhatatlanok, de a Bizottságnak akkor is kötelessége lett volna bizonyítani a tisztességtelenül magas árazás tényét.

2.2.3 A United Brands eset elemzése

A vizsgált piacon a belépési korlátok jelentősnek mondhatók, tekintve, hogy a termelési, szállítási, érlelési kapacitások költségesek, a vertikális kapcsolatok kiépítése pedig időigényes. Ezek a tényezők megerősítik a UBC piaci pozícióját, amiből az következik, hogy van lehetősége a versenyzőinél magasabb árak érvényesítésére.

A UBC esetében a túlzó árazás megállapításához használandó módszertan már egyértelműen kiolvasható a bírósági állásfoglalásból: átfogó költségelemzés szükséges, hogy az árak és a költségek objektív módon összehasonlíthatók legyenek. Az elvárást a Bíróság annak fényében tartotta indokoltnak, hogy a banán esetében a költségek elemzése elérhető célkitűzés.

Ezzel párhuzamosan a Bizottság a földrajzi és a keresztmetszeti ár-összehasonlítással élt. A földrajzi összehasonlítás esetén a 100 % fölötti áreltérést már elegendőnek tartotta ahhoz, hogy a tisztességtelen árazás tényét megállapítsa. A versenytársakkal való összehasonlítások pedig nem mutattak nagy különbségeket. Jelentős eltérések csupán a márkanévvel rendelkező és az azzal nem rendelkező banántermékek között adódtak (40%), de ez az összehasonlítás nem releváns, hiszen különböző minőségű termékekről van szó.

A Bíróság felülbírált a Bizottság döntését, mert az összehasonlítási alapként szolgáló ír árak túl rövid ideig voltak érvényben, a piac egészének túlságosan kis részét tették ki, és ráadásul nem egyértelmű, hogy az ír piacon a UBC pozitív profitot realizált. A Bíróság tehát nem állította, hogy a UBC árai nem túlzóak, csupán azt, hogy a Bizottság bizonyítása nem elegendő.

Jelen tanulmány kritériumai alapján megkérdőjelezhető, hogy az UBC elleni eljárás túlzó árazásra irányuló része indokolt volt-e:

- A túlzónak tekintett árkülönbözet (az ír piachoz képest) meglehetősen rövid ideig állt fenn, mely az UBC állítása szerint az ír piacon alkalmazott bevezető árak átmeneti (néhány hónapos) jellege miatt volt.
- Az UBC esetében azonosítható az innováció szerepe (elsősorban az érlelőüzemekkel és a vertikális lánc újszerű megszervezésével kapcsolatosan)
- Ugyan jelentős beruházásokat igényelt, a piacra való belépés tartósan nem volt korlátozott, tehát túlzó árak esetén a piaci önkorrekciónak lehetősége adva volt.

Ehhez kapcsolódóan az OFT három kritériuma alapján is indokolható a bírósági felmentés.

Az eset legfontosabb tanulsága, hogy rávilágított a benchmark alapú bizonyítás jelentős korlátaira. A Bizottság hiába használt több típusú benchmarkot is: azok egyike sem állt meg önmagában perdöntő erővel a túlzó árazás bizonyítékaként.

2.3 További külföldi túlzó árazásos esetek

A korábban részletesen bemutatott két klasszikus eset után a továbbiakban csak a tanulmány szempontjából érdekes tanulságokat emeljük ki a következő ügyekből.

2.3.1 A British Leylands ügy

A British Leylands esetében a Bizottság túlzó árazásban hozott ítéletét a bíróság is helybenhagyta. A British Leylands brit autógyártó vállalat, amelyiknek – a General Motors belgiumi vállalatához hasonlóan – kizárólagos joga volt saját gyártású gépkocsijainak műszaki engedélyeztetéséhez Nagy Britanniában. Az engedélyeztetés a gépkocsi adatainak

ismeretében pusztán egy adminisztratív művelet, amelyért a vállalat kezdetben 25 fontot számolt fel.

A vállalat a brit piacon forgalmazott jobbkormányos autókön kívül kontinentális piacra is szállított balkormányos autókat. Azonban a kontinentális piacon forgalmazott járművek olcsóbbak voltak, így érdemes volt azokat visszaimportálni Nagy-Britanniába, majd kisebb módosításokkal forgalomba állítani őket. Az ehhez szükséges átalakítás nem befolyásolja a műszaki engedélyeztetést.

A British Leylands által kijelölt brit kereskedők érdekét sértette az olcsó vissz-import, ezért a vállalat több eszközzel is igyekezett akadályozni a folyamatot. Például szándékosan és szabálytalanul visszautasította egyes balkormányos modellek brit műszaki engedélyeztetését.

Külső nyomásra azonban változtatott magatartásán, és folytatta a balkormányos modellek engedélyeztetését, de a szolgáltatásért már 150 fontot kért. Mivel az engedélyeztetés ugyanabból az adminisztratív műveletből állt, mint korábban, a Bizottság vizsgálatot indított a túlzó árazás gyanújával. A vizsgálat során kiderült, hogy korábban egyének számára ingyenes volt a szolgáltatás, kereskedőknek pedig 25 fontba került, függetlenül attól, hogy az autó jobb- vagy balkormányos volt.

Miután a balkormányos autók beáramlása miatt a vállalat kijelölt kereskedői panaszkodtak az anyavállalatnál, a balkormányos autók engedélyeztetésének kereskedői díját 150 fontra emelték. Eközben a jobbkormányos autóké, valamint az egyének számára kirótt díj (bal- és jobbkormányos kivitelnél egyaránt) 25 font lett. Később a balkormányos autók kereskedői és egyéni díját egységesítették, és mindkettőt 100 fontban állapították meg.

A British Leylands gyakorlatilag kizárólagos joggal rendelkezett a szolgáltatás elvégzéséhez. Létezett ugyan olyan lehetőség, amelyik a vállalat megkerülését lehetővé tette, de annak 20.000 £-os költsége miatt ez az alternatíva nem számított relevánsnak. Volt továbbá egy 800 fontos lehetőség is, de ahhoz szükség volt a British Leylandtól bizonyos információkra, amelyeket azonban a vállalat nem adott ki az igénylőknek. Így tehát a domináns pozíció vitathatatlan volt. A túlzóan magas díjak továbbá tartósan érvényben voltak: összességében egy hároméves időszakra van szó, amiből a 150 fontos díj csak három hónapig volt érvényben, a 100 fontos díj viszont hosszabb ideig. A bíróság kijelentette, hogy a három hónapos időszak valóban rövid, de ez a túlzó árazás tényét nem befolyásolja, legfeljebb enyhítő körülményként veendő figyelembe.

A 25 fonthoz képest hatszorosan magasabb 150 fontos díj a Bizottság szerint domináns piaci pozícióval való visszaélésnek számít, hiszen ez a költségeknél jelentősen magasabb összeg, különösen, mert

- az emelés időben egybeesett a kereskedők panaszával, ami a balkormányos autók visszimportjának erősödésére vonatkozott,
- amikor a kereskedők díját 150-ről 100-ra csökkentették, akkor az egyének díját 25-ről 100-ra emelték, ami a Bizottság véleménye szerint megerősíti, hogy nem a költségek határozták meg a döntést.

A Bizottság több mint kétszázezer fontos büntetését végül az Európai Bíróság is helybenhagyta. Elfogadta ugyanis a domináns pozíció létét, valamint úgy találta, hogy a kiszabott díjak indokolatlanul különböztek a bal- és a jobbkormányos autóknál, szintjük pedig egyértelműen elszakadt a szolgáltatás valós gazdasági értékétől. Itt meg kell jegyezni, hogy nem az aszimmetrikus díjazás miatt büntették meg a vállalatot, hanem annak tényét felhasználták a túlzó árazás bizonyításában.

2.3.2 A SACEM ügyek

A SACEM ügyek a francia zenei szerzői jogokat adminisztráló szövetség (SACEM) és a franciaországi szórakozóhelyek közötti vitáról szólnak. Az utóbbiak állítása szerint ők a SACEM-nek túlságosan magas jogdíjakat kötelesek fizetni a lejátszott zenés számokért, jóval magasabbakat annál, mint ami más tagállamokban szokásos, illetve amit a franciaországi rádió és televízió csatornák fizetnek (földrajzi és azonos területen lévő különböző fogyasztói csoportok közti összehasonlító teszt). Ráadásul a szövetségnek csak a teljes zenei kínálatért egyben fizetve lehet hozzájutni a jogokért, annak ellenére, hogy a szórakozóhelyek a zenei kínálatnak csupán kis részét használják fel.

Az ügyben eljáró francia bíróság kérdésekkel fordult az Európai Bírósághoz, melyek közül a számunkra érdekes kérdés arra vonatkozott, hogy más tagállamokban hasonló tevékenységet végző társaságok díjazásával való összehasonlítás alapján meg lehet-e állapítani a túlzó árazást.

A SACEM-nél a Bíróság kimondta, hogy – amennyiben a domináns pozíció egyértelmű, mint ahogy a SACEM esetében az, akkor – ha a különböző piacokon tevékenykedő, hasonló tevékenységet végző vállalatok kellő körültekintéssel összehasonlított árai jelentősen eltérnek,

akkor az elegendő ahhoz, hogy a túlzó ár gyanúját felvesse ('*comparative market test*'). Ebben az esetben pedig a bizonyítási kényszer már a vállalatot terheli.

Ez a megállapítás szemben áll a *United Brands* esetével, ahol a Bíróság a Bizottság feladatának tekintette a kellően alapos költségelemzés elvégzését, és ezen keresztül a túlzó árazás bizonyítását.³⁸ További érdekessége az ügynek, hogy a Bíróság szerint a túlzó árazás indoklásaként az összehasonlításban szereplő többi vállalathoz képest túl magas költségekre való hivatkozás nem mentesség. Álláspontja szerint ugyanis a többiekénél magasabb költség éppen a domináns pozícióból, a verseny hiányából származik, amely szereppel való visszaélést a túlzóan magas költségekből is ki lehet mutatni (a költség itt a szerzők díja, miközben a SACEM a szerzők ügynöke, tehát a költség esetében inkább hozamként értékelendő).³⁹ Ilyen esetekben Gal (2004) szerint a költségek alapos vizsgálata költségsökkentésre, hatékonyságjavításra ösztönzi a monopóliumokat.⁴⁰

A fő kérdés, hogy mi alapján védhető a Bíróság korábbi állásfoglalásaival ellentétes álláspontja. A szerzői jogokhoz kapcsolódó esetek külön, jelentős problématerülete a potenciálisan túlzó árazásos ügyeknek. A szerzői jogokkal kapcsolatos termékeknél a benchmark-elemzés erejét növeli, hogy a termék előállítása egyszeri, annak különböző piacokon való értékesítése már nem vett fel további költségeket; tehát a különböző piacok összehasonlítása esetében, amikor ugyanaz a termék, akkor a költségviszonyok különbözőségének veszélye kevésbé áll fenn (szemben a korábban elemzett banánpiaccal). A benchmark-elemzés ez alapján valóban elfogadható lehet bizonyítékként.

A szerzői jogokkal kapcsolatos termékeknél alapkérdés a jelen tanulmányban is felvázolt kritériumrendszer értelmezése. A SACEM esetében a belépési korlátok tartósan magas szintje valószínű (bár ez főként abból fakad, hogy nem „fogyasztásarányos” árazási szisztémát alkalmaztak, különben a szerzői jogdíjat nem kérő szerzők a magas SACEM díj esetén könnyebben tudnának a szórakozóhelyek repertoárjára kerülni).

Minden szerzői joggal kapcsolatos terméknél természetesen, hogy a termék maga innováció (különben nem vonatkozna rá a szerzői jog). Ugyanakkor a SACEM tevékenységében az innováció szerepe már elhanyagolható. Az innováció és a SACEM tevékenysége közti kapcsolat a lényeges kérdés az eljárás szempontjából. Ezesetben a kérdést nem válaszoljuk

³⁸ Lásd Judgment of the Court of 13 July 1989. - *François Lucazeau and others v Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM) and others.* - Joined cases 110/88, 241/88 and 242/88, 25. bekezdés, valamint Gal (2004), 33. oldal.

³⁹ SACEM, 29-30. bekezdés.

⁴⁰ Lásd Gal (2004), 34. oldal.

meg, mindenesetre Alapvető szempont az árazás szerkezete, mely szerint az egyedi innovációk jutalmazása a SACEM üzletmodelljén keresztül mennyire érvényesül (mennyiben lehet az egyedi innovátorok ügynökeként kezelni a SACEM-et, vagy ezzel szemben az innovátor és a fogyasztó közti közvetítői tevékenységet monopolizáló, és erőfölényével visszaélő szervezetnek tekinthető).

2.3.3 A Napp ügye

Az Egyesült Királyság versenytörvényének (mely a túlzó árazás tekintetében lényegében megfelel az uniós direktívának) végrehajtásával kapcsolatban az Office of Fair Trading (OFT) irányelveket adott közre, amely szerint egy ár túlzó, ha magasabb annál, mint ami versenykörülmények között kialakulna, és egyértelmű, hogy az ebből eredő magas profit belátható időn belül nem fog új piaci belépéseket kiváltani. Így a túlzó ár megállapításához be kell bizonyítani, hogy egyrészt magasabbak annál, mint amit versenykörülmények között várnánk, másrészt nem látszik kialakulni olyan kellő nyomás a versenytársak részéről, ami a későbbiekben leszorítaná az árakat.⁴¹

Az angol versenytörvény szerinti első túlzó árazásos eset a Napp gyógyszergyártóé, amelyben azzal vádolták a vállalatot, hogy visszaélt piaci erejével, többek között túlzó árakat érvényesítve egyes fogyasztóival szemben.⁴²

A kérdéses gyógyszer eladásában a Napp részesedése 96%-os. A gyógyszernek alapvetően két külön, de egymásra hatással lévő piaca van: az egyikén csak a kórházak a vevők, a másik piacon az összes egyéb fogyasztó (akkor is domináns a Napp, ha a vizsgált gyógyszer teljes eladását egy piacon lévőknek tekintjük, de az eset megítélése alapvetően attól függ, hogy a két fogyasztói csoport elkülönült piacot határoz meg, vagy sem!). A kórházak megkülönböztetése azért fontos, mert az angol gyógyszerpiacok egyik sajátossága, hogy a kórházak piacán elért részesedés sok esetben meghatározza a többi piacon elérhető részesedést is.

Az eljárás során megállapították, hogy a kérdéses gyógyszert a Napp átlagosan 40%-kal drágábban kínálja, mint versenytársai (akik hasonló hatóanyagot tartalmazó, de más

⁴¹ Idézi Napp Pharmaceutical Holdings Ltd. v. Director General of Fair Trading (Competition Commission Appeals Tribunal, 2002. január 15.), 56. bekezdés.

⁴² Az esetet részletesen tárgyalja Evans és Padilla (2005), 105-107. oldal.

márkanéven forgalmazott gyógyszert kínálnak). A fellebbviteli bíróság is elismerte ugyan, hogy a gyógyszeriparban a sikeres gyógyszerek magas profitja finanszírozza a sikertelen kutatások költségeit, de kijelentette, hogy a tartósan 96%-os piaci részesedés, amely a szabadalom lejárta után is fennmarad, nem magyarázható ezzel. A bíróság nem fogadta el azt sem, hogy a márkanév indokolna 40%-os különbséget.

Igaz ugyan, hogy a gyógyszer ára a szabadalom lejárta előtt is magas volt, de ez az ár nem reagált a szabadalom lejártát követő új piaci belépésekre, ami arra utal, hogy nincs kellően erős külső versenyzői nyomás. Ugyanakkor a gyógyszer kórházi piacon érvényes ára jelentős csökkenéssel reagált az új piaci belépésekre, olyannyira, hogy a Napp árai a két piacon tízszeres különbséget mutattak.

Megvizsgálták továbbá a Napp és versenytársainak profitrátáit a kérdéses gyógyszer forgalmazásában, és azt találták, hogy a Napp 80% fölötti profitrátáját a legprofitábilisabb versenytárs 70% alatti profitrátája követi, amiből ugyancsak azt a következtetést vonták le, hogy a Napp nem szembesül kellően erős versenyzői nyomással.

A vizsgálatok alapján arra a következtetésre jutottak, hogy a Napp a kórházak piacán ragadozó árakat érvényesít, hogy kiszorítsa versenytársait a piac többi részéről, amely nagy profitot biztosít.

A versenytanács döntése a fellebbezést követően is érvényben maradt.

Ebben az esetben tehát mind a költségek és árak közötti különbséget, mind pedig az abszolút árszintet összehasonlították a versenytársakéval. Az előbbinél a 80% fölötti profitrátája állt szemben a második legjövődélmezőbb versenytárs 70% alatti profitrátájával, míg az utóbbinál a versenytársakéinál 33-67%-os, átlagosan 40%-os árkülönbséget állapítottak meg.

Jóllehet ezek a különbségek önmagukban nem tűnnek kiugrónak, a teljes piac működési mechanizmusának megértése, valamint a kórházi és nem kórházi árak közötti tízszeres árkülönbségek fényében már erősebb lábakon áll az ítélet. Nem önmagában a túlzó árazás volt a vád, hanem a versenyellenes magatartás egy összetettebb megnyilvánulása.

Ez az eset rávilágít annak jelentőségére, hogy a vizsgált terméket, annak árazását szélesebb kontextusban kell vizsgálni. Éppen ez az, amiért nehéz az ilyen típusú visszaéléseket jogilag részletesebben szabályozni.

A javasolt kritérium rendszer alapján a Napp ügyének vizsgálata nem egyértelműen megítélhető. Az innovációhoz kapcsolódó kritérium alapvetően nem sérül. Ugyan a gyógyszeriparban a tudományos innováció szerepe igen erős, ezt a szabadalmi védelem rendszere már kellőképpen jutalmazza. Ezen túlmenő piaci innováció szerepe valószínűleg nem olyan jelentős. Ugyanakkor a felvázolt szituációban fellelhető a piacért és nem a piacon folyó verseny jelensége. Az OFT szerint a Napp a kórházak részére ragadozó árat alkalmazott, ennek célja azonban nem az volt, hogy a későbbiek során az árat ezen a piacon felemelhesse, hanem hogy ezzel biztosítsa a domináns pozícióját (és túlzó árának fenntarthatóságát) egy kapcsolódó másik piacon (a gyógyszer más fogyasztók részére való eladásának piacán). Az ajánlott kritériumok szerint tehát önmagában a túlzó árazás vizsgálata nem lett volna indokolható (hiszen az esetleges profitnak a piacért folyó versenyben való elversenyzésének jelensége fennállt). A túlzó árazás tehát kritériumrendszerünk szerint csak a másik piacon folytatott ragadozó árazással és az elversenyzés mértékének értékelésével együtt volt megállapítható (ennek megfelelt az OFT eljárása).

2.3.4 A Helsingborg eset

A 2004-es a Helsingborg eseténél a Bizottság azt a módszert követte, amelyet az Európai Bíróság korábban, a United Brands esetében javasolt: a költségek vizsgálata és az árakkal való összehasonlításuk (ezt egészítette ki a benchmark-ok vizsgálata).

Az eljárásra azért került sor, mert két kompjártokat üzemeltető hajózási vállalat 1997-ben túlzó árazás miatt panaszt tett a svédországi Helsingborg kikötőjét üzemeltető vállalat ellen. A Bizottság a túlzó árazás megállapítása érdekében költségvizsgálatot rendelt el, majd a költségeket összehasonlította az árakkal, továbbá összehasonlította a kérdéses árakat ugyanazon kikötő más áraival, illetve más kikötők áraival.

A kompjártatokhoz kapcsolható költségek becslése nehéz feladat, mert a kikötő összköltségének döntő részét fix költségek teszik ki, míg az egyes hajók kikötésével, azok szállítmányának nagyságával összefüggő költségek ezekhez képest elhanyagolhatók. Nincs tehát objektív alapja a fix költségek szolgáltatások közötti felosztásának.

A vizsgálatból eredő hozzávetőleges eredmények azt mutatták, hogy a kompjártatok kiszolgálása a kikötő számára nyereséget termel, míg a többi szolgáltatása veszteséges. A panaszt tevők szerint a kikötő ezen szolgáltatásán realizált profitja több annál, mint ami

ésszerűen elvárható lenne, amiből következik, hogy a kikötő túlzó árazást alkalmaz velük szemben.

Ezzel szemben a Bizottság szerint a magas profit önmagában nem jelenti azt, hogy az ár túlzóan magas, illetve hogy a 82-es cikkely szerint a kikötő visszaélt piaci pozíciójával, feltéve, hogy az ár nem szakad el a szolgáltatás mögöttes gazdasági értékétől.

Ezután pedig már azt vizsgálta a Bizottság, hogy az ár túlzóan magas-e önmagában nézve, vagy más, hasonló szolgáltatások árával összehasonlítva. A lényegi kérdés továbbra is az volt, hogy az ár elszakad-e a szolgáltatás gazdasági értékétől.

A helsingborgi kikötő többi szolgáltatásának árait, valamint más kikötők árait vizsgálva a Bizottság megállapította, hogy az összehasonlítás nehéz, mert mind a szolgáltatások, mind pedig az árazási sémák jelentősen különböznek. Következtetése szerint nincs elegendő bizonyíték arra, hogy az ár-összehasonlítások alapján ki lehessen mondani a túlzó árazást.

A Bizottság indoklásában azt is kifejtette, hogy bár a mögöttes gazdasági érték meghatározásában jó kiindulási alap a költség, plusz az indokolt profit, ezzel a módszerrel mégsem lehet kellően meggyőző eredményre jutni. Egyrészt a költségek nehezen meghatározhatók, az indokolt profit szintje pedig kérdéses, hiszen számos bizonytalansági és egyéb tényező van, ami ezt befolyásolja. Másrészt viszont a gazdasági értéket nem helyes pusztán a költségekből kiindulva, csak kínálati oldalról vizsgálni.

A gazdasági értéket a keresleti viszonyok is meghatározzák, amelyeknek pedig nincs köztük a költségekhez. A kikötő kiváló elhelyezkedése például kedvező az utazóknak, ami azonban növeli a kikötői szolgáltatás gazdasági értékét, miközben a költségeket nem feltétlenül érinti. Ezek alapján a Bizottság nem talált meggyőző bizonyítékot arra, hogy a kikötőt üzemeltető vállalat olyan árat kér, amely elszakad a szolgáltatás tényleges gazdasági értékétől.

A Helsingborg eset kapcsán a Bizottság helyesen érezte, hogy a kínálat illetve költségoldali vizsgálata a „gazdasági értéknek” nem elegendő, hiszen a kikötő földrajzi elhelyezkedése értelemszerűen nem duplikálható, a kínálati görbe a kapacitások kihasználtsága esetén rugalmatlanná válik. Ez azonban önmagában még nem elegendő a költségeket meghaladó árak elfogadásához. Ehhez a kapacitások kihasználtságát is vizsgálni kellett volna! Ezzel szemben a Bizottság inkább csak más kikötők árainak benchmark-ként való használata ellen vetette fel a keresletoldali gazdasági érték különbségének jelentőségét. Mivel a költségek helyes felosztásával kapcsolatban nem kívánt állást foglalni (ez megfelel tanulmányunk

költségfelosztással foglalkozó részében indokolt óvatosság követelményével) a túlzó árazást nem találta megállapíthatónak (de nem zárta ki annak létét). Meglátásunk és ajánlott kritériumrendszerünk szerint a Bizottsági álláspont megalapozottságához szükséges lett volna a kapacitás-kihasználtság vizsgálata is.

2.3.5 Holland tagállami túlzó árazásos esetek

A túlzó árazásos ügyek kapcsán felmerülő választás, miszerint a versenyhatóság elsősorban a verseny feltételeinek megteremtésére szorítkozik, avagy felvállal szűkebben vett árhatósági szerepkört, Hollandiában inkább az utóbbi felé hajlik, szemben az óvatosabb EU bizottsági hozzáállással.

Mint ahogy azonban Hordijk (2001) összefoglalójából kiderül, ez a választás nem vezet feltétlenül szigorúbb ítéletekhez a túlzó árazásos ügyekben. A holland hatóság ugyanis bátrabb az explicit, normatív elvárások megfogalmazásában, számszerűsítésében, ugyanakkor ennek e szerepkör felvállalását szigorúan érvényesített módszertani alaposággal igyekszik alátámasztani. Gyakorlatában pedig pontosan azokkal a nehézségekkel szembesül, amelyek a többi, EU-s vagy nemzeti ügy kapcsán felmerülnek, és amit a 2. fejezet részletesen bemutatott. Ezek megoldására következetesen igyekeznek alkalmazni az OFT tanulmányban vizsgált módszertant, és politikájukat az alapos költség- és profitelemzés határozza meg.

A Hordijk (2001) által hivatkozott holland esetekben sorra azonosíthatók azok a módszertani nehézségek, amelyeket részletesen tárgyaltunk; ezek főként az eszközértékeléshez, a tevékenységek közötti költségfelosztáshoz és a tevékenység szintű tőkeköltség meghatározásához kapcsolódnak.

A KLM egyes járatainak árazását vizsgálva például alapos költség-összehasonlítást végeztek olyan járatokkal, amelyek versenyző piacokon működnek, és arra a következtetésre jutottak, hogy a költségkülönbségek alapján indokolt lehet az eltérő árazás. Ugyanezt a következtetést támasztotta alá a tevékenység becsült hozamának és vállalati súlyozott tőkeköltség összehasonlítása.

A Schiphol repülőtér esetében az általános repülőtéri költségek és a több tevékenység által is igénybevett eszközök költségeinek tevékenységek közti felosztási nehézségei miatt nem tudtak túlzó árazást megállapítani.

A határozott, ármeghatározástól sem visszariadó hozzáállás tehát nem feltétlenül eredményesebb, amennyiben az ármegállapító döntés nagyobb felelősségéhez, kockázataihoz hozzáillő szigorúbb, körültekintőbb módszertani megalapozás mellett köteleződnek el.

3 Hazai túlzó árazásos esetek

A hazai versenyhatósági esetek közül több is érintette a túlzó ár kérdéskörét. Két eset azonban egyértelműen kiemelkedik ezek közül, egyrészt mert a Versenytanács messzebbre mutató álláspontokat fogalmazott meg ezek kapcsán több alapvető kérdésben, másrészt az Antenna Hungária esetében a GVH eljárása olyan mélyen megalapozott költségelemzést végzett, melynek kapcsán számos általános tanulság levonására van lehetőség.

3.1 Antenna Hungária

A GVH 2005 februárjában indított eljárást az Antenna Hungária (AH) ellen (fogyasztói bejelentésre) túlzó árazás vizsgálatára. A vizsgálat az országos televíziós műsorszórás és – szétosztás szolgáltatásokra vonatkozott. A vizsgálat a műsorszórás tekintetében az analóg technológiára szorított, de ezt a technológiasemleges piac-meghatározás elvére hivatkozva vitatta az AH, és a Versenytanács is elfogadta, hogy a digitális technológiára való átállás költségeinek egy része elismerhető.

Az eljárás másfél évig tartott (a GVH kétszer hosszabbította meg a vizsgálat kiterjedését 180 nappal), a GVH jelentős erőforrásokat mozgósított egy részletes és megalapozott költségelemzés lefolytatására (külső szakértők igénybevételével). Az AH által benyújtott anyagok 1000 oldalt közelítő hossza is mutatja, hogy milyen jelentős költségei lehettek az eljárás alá vont oldalán is az ügynek. Végül a Versenytanács az eljárás megszüntetéséről döntött 2006 júliusában. Ezzel együtt is az ügy tanulságai messzire mutatnak. A módszertanról és az elméleti megfontolásokról szóló részletes szakmai vita, a Versenytanács számos alapvető kérdésben tett határozata jelentős precedensalkotó erővel bír (bár természetesen az eljárás alá vontat ez nem kárpótolja).⁴³

⁴³Az eljárás egybeesett a kereskedelmi műsorszolgáltatók licenszének (verseny nélküli) meghosszabbításával, a szolgáltatók AH-val kötött hosszabb távú szerződéseinek újratárgyalásával és az AH privatizációjával is.

Az országos műsorszórás szolgáltatás televíziós műsorszolgáltatók adásának fogyasztókhöz való eljuttatását jelenti földfelszíni sugárzás révén a lakosság jelentős része számára (a legkisebb elérhetőség 86%-os volt). A szétosztás szolgáltatása a műsorszolgáltatóktól a műsorjel átvitelét jelenti a szóró adókig. A piacon a keresletet 3 vevő jelenti: MTV1, TV2, RTLklub műsorok szolgáltatói. A vevők körét az ORTT és a közszolgálati adó tekintetében a Médiatörvény egyértelműen meghatározta az átvitelhez szükséges frekvencia szűkössége alapján (a kereskedelmi adók esetében pályázati verseny döntött a szolgáltatók kilétéről). Az AH szolgáltatásaiért a műsorszolgáltatók fizetnek, a tv-nézőkkel az AH nincs kapcsolatban. A bejelentést tevő kereskedelmi műsorszolgáltatók az AH szolgáltatását a nézettség növelésének és ezen keresztül hirdetési bevételeik maximalizálásának érdekében veszik igénybe.

Az AH díjainak maximuma szabályozott. Évente kellett benyújtania díj-felülvizsgálati kérelmét, melynek alapján az illetékes minisztérium határozta meg az érvényes díjmaximumot. Az AH a lehetséges maximum alatti árakat alkalmazott.

Az ügy tanulságai:

1. Vizsgálható-e a szabályozott ár túlzósága?

A Versenytanács kimondta, hogy az AH esetében a Versenytörvény nem alkalmazható, mivel az árak szabályozottak voltak. Amennyiben a Miniszter túlzóan magas árat határozott meg, úgy az az Ártörvénnyel lenne ellentétes. Ugyanakkor a Hatóság az ügyet ennek ellenére vizsgálhatja mégpedig az Európai Közösség Szerződése (EKSz) alapján:

„140. Az EKSz. alkalmazhatósága tekintetében az Európai Bíróság az Internationale Handelsgesellschaft¹⁵ és Consorzio Industrie Fiammiferi¹⁶ (CIF) ügyekben hozott döntésében kifejtette, hogy a közösségi jog elsőbbségének elve és az EKSz. 10. cikkébe foglalt kötelezettség együttes alkalmazásból következően az EKSz. 3. cikkely g) pontja szerinti közösségi aktussal ellentétes tagállami jogszabály alkalmazásától a tagállami hatóságoknak el kell tekinteniük (inapplicable de plein droit elv).”⁴⁴

Persze ez jelentősen megnöveli az ügy kihatásait, illetve a GVH felelősségét, hiszen amennyiben kimondja, hogy a szabályozott ár túlzó, úgy az azt is jelenti, hogy az árat szabályozó hatóság vagy minisztérium törvénysértően állapította meg az árat (így az ügy érintetteinek köre kibővül a szabályozásért felelős hatóságra vagy állami szervre is).

⁴⁴ „A CIF ügyben kifejtettek szerint azonban ilyenkor a tagállami versenyhatóságnak a bírság kiszabása során figyelembe kell vennie, hogy a jogsértő vállalkozás magatartásában a nemzeti jog közrehatott.”

2. A költségelemzés kapcsán felmerülő tanulságok

A GVH által végzett költségelemzés, számos felmerült általános és közös költségételt indokolatlannak nyilvánított, illetve tagadta, hogy azokat az árban jogos lenne érvényesíteni.

A vita 3 fő költségtípus értelmezése körül forgott:

- Munkavállalóknak nyújtott természetbeni juttatások, illetve szolgáltatások,
- Szervezetfejlesztéshez, -átalakításhoz kapcsolódó szakértői díjak,
- Marketingköltségek.

A Versenytanács elfogadta az AH érvelését, miszerint ezen költségek más költségeket váltanak ki, így legalább a kiváltott költségek mértékéig azokat figyelembe kell venni. A Versenytanács megközelítése álláspontunk szerint helyes, hiszen ha a természetbeli juttatások helyett bérköltségek, a szakértői díjak helyett belső munkatárs alkalmazásának költségei stb. merültek volna fel, akkor azt a GVH is elfogadta volna (márpedig a versenyhatóságnak nem szabad nem hatékony költséggazdálkodásra szorítania a vizsgált vállalatot). A marketing kapcsán a Versenytanács elfogadta, hogy monopólium esetében is indokolható bizonyos mértékű marketing-tevékenység.

Általános tanulságként megfogalmazható, hogy a ténylegesen felmerült költségek indokolatlanságának bizonyítása ex post vizsgálat esetén rendkívül nehéz.

A közös/általános költségek felosztási módszertanával kapcsolatban a Versenytanács korábbi döntéseivel összhangban újra leszögezte, hogy nincs olyan módszer, amelyet a GVH a vizsgált vállalat álláspontjával szemben megkövetelhet.

152. pont: *„az adott szolgáltatásokhoz közvetlenül nem hozzárendelhető (közvetett) költség tekintetében nincs olyan felosztási elv, amelytől való eltérés jogsértésre alapot adó, és így versenyjogi eszközökkel kikényszeríthető lenne. A közvetett költségek felosztása ugyanis minden esetben becslés jellegű,„*

Ez a megközelítés megfelel az OFT által megkívánt óvatosságnak, melyet részletesebben a Többtermékes vállalatnál a közös/általános költségek termékek közti felosztása 2.4.2 rész foglalkozik.

Végül a versenytanács egyértelműen állást foglalt amellelt, hogy amennyiben megállapítható az eszközök piaci értéke, akkor azt kell használni szemben a könyvszerinti értékkel. (Ez megfelel a 2.4.4 részben leírtaknak.)

Általánosságban megállapítható, hogy az AH ügy példát mutatott arról, hogy a túlzó árazás bizonyítása mennyire nehéz, problémás feladat. A GVH vizsgálat az AH számára leginkább hátrányos módszertan alkalmazása mellett is maximum 25-35%-os túlzó árazást valószínűsített (ezt csökkentette, a piaci érték figyelembe vétele, a költségfelosztás AH által javasolt módszertanának elfogadása, az indokolatlannak ítélt költségek egy részének beemelése a vizsgálatba stb.).

Az uniós tapasztalatok alapján sokkal extrémebb túlárzás esetén lehet érdemes a túlzó árazás bizonyításába belefogni (az extrémebb eltérést természetesen előzetesen csak nagyvonalú benchmarkok, illetve a vállalat profitabilitása alapján lehet becsülni).

3.2 Az ÉDÁSZ esete

Az Észak-dunántúli Áramszolgáltató (ÉDÁSZ) ideiglenes áramvételezés szolgáltatásának ügyében a Gazdasági Versenyhivatal 2007. tavaszán hozott döntést.

Az ÉDÁSZ áramszolgáltató vállalat, amely a Magyar Energia Hivatal (MEH) engedélyével a szolgáltatás elvégzésében földrajzi monopóliummal rendelkezett. A vállalat által nyújtott szolgáltatások közül az egyik, másodlagos tevékenysége az ideiglenes áramvételezés biztosítása az azt igénylők számára. A szolgáltatást jellemzően vásárok, cirkuszok, építkezések működéséhez veszik igénybe. A szolgáltatásért az ÉDÁSZ díjat számol fel, melynek meghatározásában szabadon dönthet. A díjak túlzott mértékű emeléséért a vállalattal szemben panasz érkezett, melynek nyomán a GVH versenyfelügyeleti eljárást indított.

Az eljárás során a GVH vizsgálta a releváns piacot, a szolgáltatás jellegét, költségkocozóit, az ÉDÁSZ díj-meghatározási módszerét, az iparági szabályozási háttérrel, az ideiglenes áramvételezési piacra való potenciális belépést, a döntés piacra gyakorolt várható hatásait.

Az eljárás során megállapította, hogy az ideiglenes áramvételezésben az ÉDÁSZ-nak földrajzi monopóliuma van, hiszen az árammérő berendezés kimenő vezetékéig a közcélú hálózatot kell igénybe venni. Ilyen helyzetben a vállalatnak lehetősége van úgy árazni, hogy abban a piac többi résztvevője nem korlátozza, és ezzel a szabadságával vissza is élhet, például tisztességtelen eladási ár megállapításával.

Az ideiglenes áramvételezési szolgáltatás díjai 2001-2005 között folyamatosan nőttek. Az emelkedés mértéke 2004-ben volt kiugró, 43-44%-os az egyfázisú és háromfázisú áram

esetében egyaránt. Ugyanezen időszakban a fogyasztói árindex csupán 6,8% volt, a belföldi értékesítés árindexe 8,4%, a termelői árindex pedig 3,9%, amelyek jóval alacsonyabbak, mint a vizsgált szolgáltatás árnövekedése.

Az ÉDÁSZ a jelentős áremelést azzal indokolta, hogy az egyébként szokásos, infláció és bérnövekedés okozta költségnövekedésen túl áttértek egy olyan új költségszámítási módszertanra, amely már nem csak a közvetlen, hanem a közvetett, például központi általános költségeket is felosztja a szolgáltatások között, hiszen ezek megtérülését is a vállalat tevékenységéből kell fedezni. A MEH évente ellenőrzi és jóváhagyja az ÉDÁSZ költségszámítási módszertanát.

A versenyfelügyeleti eljárás során feltárt körülmények alapján a Versenytanács az eljárást megszüntette. Indoklásában kiemelte, hogy a vizsgált piac kisméretű, a vizsgált magatartás „csak közvetetten érinthette a végső fogyasztókat”, az áremelés mögött „lehetek gazdaságilag racionális indokok”, valamint a „közérdek védelmének szükségessége nem áll fenn”.⁴⁵

Ezen felül a GVH Versenytanácsa döntésének indoklásában kiemelte, hogy a piaci szereplők természetes törekvése a minél magasabb ár érvényesítése. A piaci ármechanizmus végső soron az új piaci belépésekre, a beruházások és innovációk által biztosított erős piaci pozíció elérésére ösztönzi a vállalkozásokat. A tisztességes versenyben szerzett előny jutalma a magas nyereségesség. Ilyen körülmények között egy árcsökkenő hivatali beavatkozás hosszú távon lerombolhatja ezeket a kívánatos ösztönzőket, ami pedig végső soron a fogyasztók érdekeit sérti.

Megállapítja továbbá, hogy a piacgazdasági hazai kialakulása óta kialakult az ágazati szabályozás intézményrendszere, amelyben a GVH szerepéhez nem tartozik hozzá az ármegállapítás, azaz valamiféle árhatósági szerepkör. Egy esetleges ármegállapító döntés eszerint károsan befolyásolná a szabályozási intézményrendszer jelenlegi működését.

Észrevételek az ÉDÁSZ esetről

Bár az indoklásban fontos szerepet kap a magas árak piaci belépésre való ösztönzése, a döntésben másutt találkozhatunk azzal a kijelentéssel, hogy a vizsgált szolgáltatásban, legalábbis az árammérő berendezés kimenő vezetékéig, amely az ideiglenes áramvételezési

⁴⁵ Az idézetek forrása: GVH Versenytanács Vj-156/2005/42. számú végzése, 2007. április 26., 47. bekezdés.

szolgáltatás jelentős részét képezi, az ÉDÁSZ földrajzi monopóliumot élvez, amely kizárja új piaci belépő megjelenését.

A korábban vizsgált külföldi esetekben az eljárás alá vont piac abszolút mérete nem merült fel érvként, sőt, a British Leylands esetében a bíróság kiemelte, hogy bár a magas ár az eljárás alá vont vállalat szerint nem volt jelentős hatással a piaci tranzakciókra, az a túlzó árazás tényén nem változtat.

A GVH indoklásában a piac mérete mellett megjegyzi, hogy a vizsgált magatartás a végső fogyasztókat csupán közvetetten érintette. Kérdés, hogy a végső fogyasztók mellett a közvetlen fogyasztók érdekeinek védelme nem tartozik-e a versenytörvény hatálya alá. Az ideiglenes áramvételezési szolgáltatás igénybevevője egy szolgáltatás fogyasztója, akit pedig a vizsgált magatartás közvetlenül és jelentősen érinthetett.

Nem világos továbbá a GVH indoklásában, hogy a közérdek védelmének szükségessége miért nem áll fenn. A piac mérete miatt, avagy azért, mert a vizsgált magatartás vélt káros hatásai várhatóan nem gyakorolnak tovagyrúzó hatást a gazdaság többi részére.

Az európai bírósági állásfoglalások tükrében a túlzó árazás megállapításához az egyik lehetséges módszer az átfogó költségelemzés elvégzése, majd az árak és a költségek összehasonlítása. E tekintetben a GVH döntésének indoklása alapján úgy tűnik, hogy a MEH költségszámítási módszertanával kapcsolatos ellenőrző tevékenységére támaszkodott.

A másik elfogadott módszer a vizsgált árak összehasonlítása ugyanazon vállalat másokkal szemben érvényesített árainak, illetve más vállalatok hasonló szolgáltatásainak áraival. E tekintetben a GVH indoklásában csupán a számlázási, költségszámítási gyakorlatot hasonlították össze más vállalatokéival, ár-összehasonlításra nem került sor.

Tanulmányunkban számos érvet felsoroltunk arra, hogy a túlzó árazás vizsgálata illetve az árak túlzónak minősítése csak korlátozó feltételek fennállása esetén lehet indokolt. Eszerint egyetértünk a Tanács általános álláspontjával, amely szerint a GVH-nak ódzkodnia kell az árhatósági szerepkör felvállalásától. Ugyanakkor épp az ÉDÁSZ vizsgálat szolgáltatása esetében a piaci önkorrekció lehetősége egyértelműen nem állt fenn, az ágazati szabályozás nem terjed ki rá, a magas ár semmiképp sem tekinthető a tisztességes versenyben nyújtott teljesítmény (beruházások és innováció) jutalmának! Végül a piacméret kritériumként való alkalmazása mellett a Tanács már több esetben is kiállt (például az AH esetben hozott döntés idézett részében is), ám álláspontunk szerint ez általánosan és automatikusan nem alkalmazható kritérium, mivel az eset magán túlmutató, precedensalkotó hatásait is mérlegelni kell.

Az EDÁSZ azon érvelése elfogadható lehet, miszerint a közös költségek új típusú (jobb) felosztásának eredménye az áremelés (persze, ez egyben azt is jelenti, hogy más szolgáltatásaira ezentúl kevesebb közös/általános költséget allokál, így azok indokolt árai ceteris paribus csökkennek). Ennek vizsgálatával a Tanács eljuthatott volna a megvalósult döntéséhez, azaz a szolgáltató által ajánlott költségfelosztás mellett nem értékeli kellően nagyok az árak esetleges túlzóságát, illetve ezzel párhuzamosan nem látja biztosítottnak a túlzó ár bizonyíthatóságát.

Irodalomjegyzék

Commission Decision, Case COMP/A.36.568/D3 – *Scandlines Sverige AB v. Port of Helsingborg* (2004. július 23.)

DG Competition, *Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses* (2005 december)

ECJ, *Deutsche Grammophon v. Metro SB*, 78/70 [1971] ECR-487.

ECJ, *General Motors v. Commission*, 26/75 [1975] ECR-1367

ECJ, *United Brands Company and United Brands Continentaal BV v. Commission*, 27/76 [1978] ECR-207

ECJ, *British Leyland Public Limited Company v. Commission*, 226/84 [1986] ECR-3263

ECJ, *Corinne Bodson v. SA Pompes funèbres des régions libérées*, 30/87 [1988] ECR-2479

ECJ, *Tournie v. SACEM (SACEM I)* 395/87 [1989] ECR 2521,

ECJ, *Lucazeau and others v. SACEM and others (SACEM II)*, 110/88 [1989] ECR-2811

D. Evans and J. Padilla, *Excessive Prices: Using Economics to Define Administrable Legal Rules*, CEMFI Working Paper No. 0416 (2004 szeptember).

A. Ezrachi és D. Gilo, *The subtle virtues of prohibiting excessive pricing by dominant firms* (2006)

E.P. Hordijk, *Excessive Pricing under EC Competition Law: An update in the light of 'Dutch developments'*, in B. Hawk (ed), Fordham Corporate Law Institute, 463 (2002)

M. Gal, *Monopoly Pricing as an Antitrust Offense in the U.S. and the EC: Two Systems of Belief about Monopoly*, Antitrust Bulletin (2004 tavasz)

D. Geradin, *The necessary limits to the control of “excessive” prices by competition authorities – A view from Europe*

P. Grout, *Recent Developments in the Definition of Abusive Pricing in European Competition Policy*, CMPO Working Paper Series No. 00/23

GVH, *Elvi állásfoglalások* (2006)

Y. Katsoulacos, *Exploitative Practices in Article 82*, European Enterprise Journal, (2006 március)

P. Lowe, Director General DG Competition, *How different is EU anti-trust? A route map for advisors – An overview of EU competition law and policy on commercial practices* [beszéd] ABA 2003 Fall Meeting

P. Lowe, *Consumer Welfare and Efficiency – New Guiding Principles of Competition Policy?* 13th International Conference on Competition and 14th European Competition Day, Munich (2007 március)

P. Milgrom és J. Roberts, *Limit Pricing and Entry Under Incomplete Information: An Equilibrium Analysis*, 50 *Econometrica* (1982)

M. Motta and de Streel, *Exploitative and Exclusionary Excessive Prices in EU Law*, in C-D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), *What Is an Abuse of a Dominant Position?*, Oxford: Hart (2006)

OFT, *Abuse of a dominant position Understanding competition law* (OFT 402)

OFT, *The Office of Fair Trading Guidelines on Assessment of Individual Agreements and Conduct*, (OFT 414)

OFT, *Decision of the Director General OFT CA98/2/2001 Napp Pharmaceutical Holdings Ltd.*

OXERA, *Assessing profitability in competition policy analysis*, Economic Discussion Paper 6., (2003 július) (készült az Office of Fair Trading számára)

E. Paulis, *Article 82 EC and exploitative conduct*, 12th EUI Competition Law and Policy Workshop – A reformed approach to Article 82 EC, Florence, (2007 június)

RECKON, *On exploitative excessive pricing under EC law* (2006) www.reckon.co.uk

J. Temple Lang és R. O'Donoghue, *The Concept of an Exclusionary Abuse under Article 82 EC*, GCLC Research Papers on Article 82 (2005) <http://gclc.coleurop.be>

J. Tirole, *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge, (1988)

Versenytanácsi határozat, Vj-22/2002/61. és Vj-22/2002/62. (*mobil hívásvégződtetés*)

Versenytanácsi határozat, Vj-49/2004/43 (*Masgyar RTL*)

Versenytanácsi határozat, Vj-27/2005/119. (*Antenna Hungária*)

Versenytanácsi határozat, Vj-156/2005/42 (*ÉDÁSZ*)

Versenytvény (a többször módosított 1996. évi LVII. törvény)

R. Whish, *Competition Law*, 5th Ed, London, Butterworths. (2003)