

Ekonomska presoja enakih in usklajenih ravnanj na oligopolnih trgih

ALEŠ FERČIČ

Povzetek

V tem prispevku avtor obravnava nekatere vidike ekonomske presoje enakih in usklajenih ravnanj podjetij na oligopolnih trgih, ki so z vidika kontrole oz. institucionalnega varstva tržne konkurence najbolj problematični, saj je zaradi tržnih zakonitosti težko razmejiti enaka ravnanja podjetij, do katerih pride v »izolaciji«, od tistih, do katerih pride zaradi stika med podjetji, tj. zaradi njihovega medsebojnega usklajevanja ali koordinacije. Pri tej presoji si lahko pomagamo z nekaterimi ekonomskimi modeli. Glede na to avtor v tem prispevku analizira nekatere ekonomske modele za presojo domnevnih usklajenih ravnanj na oligopolnih trgih in jih kritično ovrednoti. Na tej podlagi ugotavlja, da so ekonomski modeli dobrodošel pripomoček pri razmejevanju »naravnih« enakih ravnanj in usklajenih ravnanj v smislu konkurenčnega prava, vendar ob tem opozarja na njihov omejen domet, ki izvira zlasti iz okoliščine, da (analizirani) modeli večinoma temeljijo na predpostavki stabilnosti oz. ravnovesij, ki pa so v praksi prej izjema kot pravilo.

Ključne besede: • usklajeno ravnanje • oligopol • trg • konkurenčno pravo • teorija iger • Nashevo ravnotežje • Bertrandov model oligopola • Cournotov model oligopola

KONTAKTNI NASLOV: Dr. Aleš Ferčič, docent, Pravna fakulteta Univerze v Mariboru, Mladinska ulica 9, SI-2000 Maribor, Slovenija, e-pošta: ales.fercic@uni-mb.si

ISSN 1855-7147 Tiskana izdaja / 1855-7155 Spletna izdaja © 2010 LeXonomica (Maribor)

UDK: [339.13:347.733]+330.101

JEL: A12, B21, C50, C70, F15, L13, L40

Na svetovnem spletu dostopno na <http://www.lexonomica.com>

Economic Appraisal of Equal- and Concerted Practices on Oligopoly Markets

ALEŠ FERČIČ

Abstract

In this article the author deals with certain aspects of the economic appraisal of equal- and concerted practices on oligopoly markets. These markets are – as regards to the institutional protection of market competition – the most problematic, since it is difficult to define clear limits between non-coordinated and coordinated equal market behaviour of undertakings. Here one can use various economic models. For this reason the author analyses certain economic models for appraisal of supposed concerted practices on oligopoly markets, giving their evaluation or assessment. In this regard the author ascertains that, in principle, (analysed) economic models are convenient instrument for delimitation between “natural” equal behaviours and concerted practices of undertakings. However, he also underlines their limits, as these models are mostly based on the presumption of stability or equilibrium, what is – within the market – an exception rather than a market rule.

Keywords: • concerted practice • oligopoly • market • competition law • game theory • Nash-equilibrium • Bertrand's model of oligopoly • Cournot's model of oligopoly

CORRESPONDENCE ADDRESS: Dr. Aleš Ferčič, Assistant Professor, University of Maribor, Faculty of Law, Mladinska ulica 9, SI-2000 Maribor, Slovenia, e-mail: ales.fercic@uni-mb.si

ISSN 1855-7147 Print / 1855-7155 On-line © 2010 LeXonomica (Maribor)

UDC: [339.13:347.733]+330.101

JEL: A12, B21, C50, C70, F15, L13, L40

Available on-line at <http://www.lexonomica.com>

1. Opredelitev problema

Kartelno dogovarjanje podjetij predstavlja resno grožnjo konkurenci na trgu in slabša njegovo delovanje, zato je v tej zvezi nujno potreben sistem učinkovitega preprečevanja protipravnih omejitev tržne konkurence. Potreba po bolj učinkovitem varstvu tržne konkurence je vodila k razširitvi kataloga protipravnih ravnanj,¹ kar je bilo v praksi vidno kot inkriminacija neformalnih dogovorov oz. pretoka nekaterih informacij med podjetji. Koncept usklajenega ravnanja² je sicer po eni strani olajšal boj zoper protipravno kartelno dogovarjanje,³ vendar je po drugi strani generiral nove dileme in probleme povezane z identifikacijo usklajenih ravnanj in njihovim dokazovanjem. To je očitno zlasti, ko je treba dokazati konkretno usklajeno ravnanje oligopolistov, ki se sklicujejo na ekonomske razloge oz. na t. i. oligopoly defence (Jones, Sufrin, 2007: 1240). Namreč, odkar je bilo v evropski⁴ sodni praksi zavzeto in nato relativno konsistentno zastopano stališče,⁵ da enako tržno ravnanje podjetij per se ne zadošča za domnevo, še manj pa za dokaz o usklajenem ravnanju,⁶ razen če slednje v konkretnem primeru pomeni edino verjetno razlago oz. se lahko enako tržno ravnanje razloži le z (neformalnim) dogovorom,⁷ in nadalje, da veljavno konkurenčno pravo ne prepoveduje podjetjem, da se inteligentno oz. razumno prilagodijo⁸ obstoječemu ali pričakovanemu tržnemu ravnanju podjetij na trgu,⁹ se je upoštevajoč dejstvo, da pristojna telesa večinoma ne uspejo pridobiti relevantnih materialnih dokazov,¹⁰ ki bi v konkretnem primeru lahko odpravili dvom o tem, ali je prišlo do usklajenega ravnanja podjetij, okrepila potreba po ekonomski presoji domnevnih protipravnih tržnih ravnanj.

¹ Gledano z vidika obče geneze konkurenčnega prava, ki je najbolj jasno razvidna v pravu Združenih držav Amerike, kjer se je »moderno« konkurenčno pravo razvilo najprej. Ameriški Sherman Antitrust Act iz leta 1890 je prvi predpis, ki je sistemsko uredil področje varstva tržne konkurence.

² Mišljena so t. i. usklajena ravnanja (concerted practices) v smislu 101. člena Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU, UL C 115, 9.5.2008, str. 47-199) oz. v smislu 6. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOmK-1, Uradni list RS, št. 36/08 in 40/09).

³ Če upoštevamo, da ni treba dokazati obstoja in vsebine formalnega dogovora oz. sporazuma.

⁴ Če v tem prispevku ni izrecno določeno drugače, se omejujemo na pravo Evropske unije.

⁵ Ki pravzaprav pomeni področno konkretizacijo načela in dubio pro reo.

⁶ V odsotnosti relevantnih materialnih dokazov o dogovarjanju oz. usklajevanju podjetij.

⁷ Mišljen je kakršenkoli kontakt oz. pretok informacij med udeleženi podjetji.

⁸ Mišljena je prilagoditev v »izolaciji«, tj. samostojna, brez kontakta ali pretoka informacij med podjetji.

⁹ Gl. zlasti združene zadeve C-89, 104, 114, 116, 117 in 125-129/85 z dne 31. marca 1993, Ahlström Osakeyhtiö in drugi proti Evropski komisiji, ZOdl. 1993, str. I-1307; in združene zadeve 40-48, 50, 54-56, 111, 113-114/73 z dne 16. decembra 1975, Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" UA in drugi proti Evropski komisiji, ZOdl. 1975, str. 1663.

¹⁰ V tem kontekstu je treba razumeti program prizanesljivosti (leniency program). Več o tem gl. Ferčič, 2010: 16 - 17.

Namen tega prispevka je analizirati nekatere ekonomske modele za presojo domnevnih usklajenih ravnanj na oligopolnih trgih in njihovo kritično vrednotenje. Za uresničitev navedenega je najprej treba definirati usklajeno ravnanje in oligopol ter pojasniti glavne značilnosti oligopola in s tem povezane probleme.

2. Usklajeno ravnanje

Usklajeno ravnanje lahko za potrebe tega prispevka definiramo kot posebno obliko koordinacije med podjetji, ki ne pomeni sklenitve formalnega dogovora oz. sporazuma,¹¹ pomeni pa redukcijo podjetniških tržnih tveganj, ki bi obstajala, če med udeleženi podjetji ne bi bilo koordinacije in bi delovala v pogojih tržne konkurence, zaradi česar lahko pride na upoštevem trgu, upoštevajoč naravo produktov, tržno moč in število podjetij ter velikost in naravo tega trga, do nenormalnih tržnih pogojev.¹²

3. Oligopol

3.1. Definicija

Oligopol lahko za potrebe tega prispevka definiramo kot posebno strukturo trga,¹³ ki obstaja v primeru, ko na upoštevem trgu deluje manjše število podjetij,¹⁴ ki se zavedajo, da so zaradi posebnih značilnosti trga medsebojno odvisna glede tržnih parametrov,¹⁵ kar pomeni, da odločitev oz. ravnanje določenega podjetja bistveno vpliva na položaj konkurentov.

¹¹ V smislu člena 101 PDEU oz. 6. člena ZPOmK-1.

¹² Zlasti če koordinacija udeleženi podjetjem omogoča konsolidacijo njihovega tržnega položaja na škodo trga oz. konkurentov in potrošnikov.

¹³ Oligopol se na tržni skali uvršča nekje med stanje popolne konkurence in stanje monopola, zato govorimo o vmesnem stanju oz. o vmesni strukturi trga, ki je v praksi bolj pogosta kot prej obravnavani skrajni stanji.

¹⁴ Manjše število podjetij na upoštevem trgu velja kot splošna značilnost oligopola v širšem smislu (od tod izvira ime, saj besedni koren »oligo« pomeni »manjše število nečesa«), ni pa to edina značilnost, zlasti če upoštevamo okoliščino, da je za pravi oligopol oz. oligopol v ožjem smislu značilna tudi medsebojna odvisnost oligopolistov.

¹⁵ Zlasti glede cene in količine (kvalitativni vidiki niso poudarjeni, če upoštevamo pogoj homogenosti).

Ta definicija temelji na t. i. teoriji o oligopolistični soodvisnosti (theory of oligopolistic interdependence),¹⁶ ki je danes sicer široko sprejeta, vendar to ne pomeni, da ni pomanjkljiva oz. da ni predmet kritik. Kritike so usmerjene zlasti v preveliko poudarjanje medsebojne odvisnosti oligopolistov, saj naj bi bilo celo v simetričnem oligopolu mogoče, da posamezen oligopolist prevzame pobudo in zniža cene produkta, na kar ostali naj ne bi mogli takoj odreagirati. S tem naj bi si bil »tržni vodja« sposoben zagotoviti dobiček, ki bi mu zadoščal za morebitno kasnejšo cenovno vojno. Nadaljnja kritika je precejšnja nerealnost teorije, saj naj bi bili simetrični oligopoli, homogeno blago ter transparentnost trga v praksi zelo redki. Kritika je nadalje usmerjena v predpostavko, da med oligopolisti ni konkurence, saj naj bi med njimi obstajala necenovna konkurenca. Prav tako se kritizira, da je podcenjen problem vstopnih ovir.

3.2. Razlogi za nastanek in vrste

Razlog za nastanek oligopola na nekem trgu je lahko pravno-ekonomske ali (le) ekonomske narave.¹⁷ V obeh primerih pride do medsebojne odvisnosti podjetij zaradi posebnih značilnosti konkretnega trga (zlasti visoka stabilna¹⁸ tržna koncentracija trga, homogenost produktov ali transparentnost trga),¹⁹ ²⁰ vendar je manjše število podjetij na trgu v prvem primeru posledica oblastne podelitve posebnih pravic, v drugem primeru pa zlasti posledica t. i. minimum efficient scale, ki je takšen, da dolgoročno ne omogoča, da bi lahko na trgu profitabilno delovalo večje število podjetij. Glede na pravkar navedeno lahko razlikujemo med mešanim pravno-ekonomskim oligopolom in čistim ekonomskim oligopolom. Nadalje je mogoče razlikovati med oligopoli, za katere

¹⁶ Manj sprejete teorije so: Inflexibility Theory (Means), The »Market Concentration« Theory (Bain), Innovation Theory (Schumpeter). Gl. Oppenheim, Weston, McCarthy, 1981: 280 - 283.

¹⁷ Mišljen je oligopol v ožjem smislu, katerega bistveni element je tudi medsebojna odvisnost oligopolistov na trgu, ki je ravno posledica posebnih značilnosti trga in v tej zvezi posledica ekonomskih razlogov. To pa pomeni, da so razlogi za nastanek oligopola v ožjem smislu zmeraj ekonomski. Medsebojna odvisnost oligopolistov je namreč načeloma posledica ekonomskih razlogov, manjše število oligopolistov na trgu pa je lahko posledica bodisi ekonomskih razlogov (visok minimum efficient scale), bodisi pravnih razlogov (podelitev posebnih pravic).

¹⁸ Zaradi znatnih ovir za vstop na trg in šibke moči povpraševalcev.

¹⁹ Prim. zadevo T-102/96 z dne 25. marca 1999, Gencor proti Evropski komisiji, ZOdl. 1999, str. II-879.

²⁰ V takšnih okoliščinah se udeležena podjetja zavedajo, da soliranje oz. odstop od »skupne politike« ne prinaša uspeha, saj bi ostala podjetja takoj reagirala, kar bi pomenilo, da bi bili vsi ponudniki na slabšem, tudi t. i. tržni vodja (market leader). Gre za dejavnik, ki med oligopoliste vnaša disciplino, kar je eden od pogojev za uspešno izvrševanje kolektivne tržne moči. Gl. Whish, 2003: 509.

je značilno, da so podjetja približno enake velikosti, tj. simetričen oligopol in oligopoli, kjer temu ni tako, tj. asimetričen oligopol.

3.3. Problem oligopola

Problem oligopola je, da podjetja na oligopolnem trgu ne konkurirajo (dovoli) s količino in/ali ceno, kar vodi do cen, ki so višje od konkurenčnih in do delne izgube t. i. presežka potrošnikov oz. blaginje. Zaradi medsebojne odvisnosti podjetij na oligopolnem trgu se podjetja namreč dobro zavedajo, da bi jim t. i. cenovna konkurenca škodila oz., da bi si podjetja z njo pravzaprav dala »avtogok«. V tem pogledu je oligopol ekonomski problem. Poleg tega je oligopol tudi pravni problem. Podjetja spodbuja k prepovedanemu dogovarjanju.²¹ Mišljeni so omejevalni sporazumi, sklepi združenj in usklajena ravnanja v smislu 101. člena PDEU. Še bolj problematično je, da (izrecno) dogovarjanje oligopolistov dejansko niti ni potrebno.²² Kot je bilo predhodno predstavljeno, lahko pride do koordiniranega ravnanja oligopolistov, brez da bi se o tem dogovorili v smislu 101. člena PDEU, zato ukrepanje na tej podlagi ni mogoče.²³ Gre za t. i. tiho zaroto oz. »dogovor« (tacit collusion) oz. tiho koordinacijo.²⁴

²¹ Explicit or express collusion.

²² V tej zvezi je treba opozoriti na t. i. non-collusive oligopoly. Gre za primere, ko na trgu sicer obstaja malo podjetij, med katerimi nobeno nima (individualnega) prevladujočega položaja, vendar med njimi vseeno obstaja konkurenca (ni posebnih značilnosti trga, ki povzročajo medsebojno odvisnost podjetij). Glede na uvodoma podano definicijo, ki kot nujen element določa medsebojno odvisnost, v navedenem položaju ne gre za oligopol v smislu te definicije. Glede na to non-collusive oligopoly sploh ni oligopol v smislu navedene definicije.

²³ Gl. zadevo C-89, 104, 114, 116-117 in 125-129/85, z dne 31. marca 1993, A. Ahlström Osakeyhtiö in drugi proti Evropski komisiji (Wood Pulp II), ZOdl. 1993, str. I-1307, kjer je Sodišče izpostavilo, da čeprav člen 81 PES [101 PDEU] prepoveduje vsako obliko koluzije, ki izkrivlja konkurenco, določba podjetjem ne onemogoča, da se racionalno prilagodijo obstoječim in pričakovanim ravnanjem konkurentov.

Tacit collusion je najbolj blizu usklajenemu ravnanju, vendar gre za različna koncepta. Bistvo usklajenega ravnanja je enako ravnanje in »stik« oz. izmenjava informacij podjetij (zadostuje enostranska in posredna izmenjava). Enako ravnanje samo po sebi torej še ni prepovedano in samo po sebi tudi ni dokaz za usklajeno ravnanje (ali sporazum ali sklep združenja podjetij), razen če enakega ravnanja ni mogoče pričakovati na zadevnem trgu in zanj ni druge verjetne razlage (kot da je šlo za dogovarjanje, tj. express/explicit collusion).

Na tem mestu je treba opozoriti na izmenjavo ali posredovanje informacij oligopolistov o preteklem poslovanju, ki lahko zapade pod člen 101 PDEU, če upoštevamo, da ni nujno, da je cilj posredovanja zadevnih informacij omejevanje oz. izkrivljanje konkurence, saj zadošča, da ima ali lahko ima sporno ravnanje takšen učinek. Natančni podatki o pretekli prodaji so lahko namreč učinkovito sredstvo za predvidevanje bodočih ravnanj (gl. zadevo UK Agricultural Tractor Registration Exchange, Ur. l. EU, št. L 68, 1992, str. 19).

Poleg tega je treba opozoriti na enostranske vnaprejšnje objave cen ali drugih tržnih parametrov, ki se lahko, ni pa nujno, kvalificira kot »stik«, ki je sestavni del usklajenega ravnanja. V vsakem primeru posebej je treba upoštevati cilj in učinek najave (gl. zadevo 48, 49 in 51-57/69 z dne 14. julija 1972, ICI proti Evropski komisiji (Dyestuffs), ZOdl. 1972, str. 619,

V tem smislu gre za neke vrste praznino v ex post kontroli tihega »dogovarjanja«, zato je vprašanje, ali je ta praznina popolna ali jo relativizira prepoved zlorabe kolektivnega prevladujočega položaja.^{25, 26} Glede tega velja

in zadevo C-89, 104, 114, 116-117 in 125-129/85 z dne 31. marca 1993, A. Ahlström Osakeyhtiö in drugi proti Evropski komisiji (Wood Pulp II), ZOdl. 1993, str. I-1307). Gl. Capobianco, 2004: 1247–1276; van Gerven, Navarro Varona, 1994: 575–608.

²⁴ V tej zvezi se v teoriji poudarja, da je za razliko od ekonomistov, ki se osredotočajo na (ekonomske) učinke in jim ni bistveno, ali gre v konkretnem primeru za izrecen ali tihi dogovor, za pravne termin tacit collusion problematičen, če gre za ravnanje, ki ne zapade pod člen 101 PDEU. Vsakršna koluzija (collusion) naj bi sodila v domet 101. člena PDEU. V okviru presoje (ne)skladnosti s členom 102 PDEU, ki se v obravnavanem kontekstu uporablja za presojo zlorabe kolektivne dominanc (collective dominance, joint dominance, oligopolistic dominance) oz. prevladujočega položaja, se pogosto raje uporablja termin conscious parallelism oz. tacit coordination, medtem ko je v okviru presoje koncentracij pogosto uporabljen termin coordinated effects. Prim. Whish: 508–509.

²⁵ Kolektivna dominanca oz. kolektivni prevladujoči položaj je koncept, ki se je razvil na podlagi okoliščine, da člen 102 PDEU – enako kot člena 86 PEGS in 82 PES – prepoveduje zlorabo prevladujočega položaja s strani enega ali več podjetij.

V tej zvezi sprva ni bilo enotnega stališča o tem, kdaj gre za več podjetij oz. za kolektivno dominanco. Najprej je namreč prevladalo stališče, da so mišljena podjetja, ki sodijo v okvir določene ekonomske enote (gl. zadevo 6/72 z dne 21. februarja 1973, Europemballage Corporation in Continental Can Company Inc. proti Evropski komisiji, ZOdl. 1973, str. 215, in zadevo 6 in 7/73 z dne 6. marca 1974, Istituto Chemioterapico Italiano S.p.A. in Commercial Solvents Corporation proti Evropski komisiji, ZOdl. 1974, str. 223), vendar je kasneje postopno prevladalo stališče, da so mišljena pravno in ekonomsko neodvisna podjetja (kar je v skladu s splošno sprejetim konceptom podjetja), med katerimi obstaja zadostna ekonomska povezava, tj. medsebojna odvisnost oligopolistov glede tržnih parametrov.

Neproblematičen ni niti koncept dominanc oz. dominantnega (prevladujočega) položaja na upoštevem trgu. Sodišče ga definira kot ekonomsko moč, ki omogoča preprečevanje oz. oviranje učinkovite konkurence in precejšnjo neodvisnost od konkurentov in povpraševalcev oz. potrošnikov pri nastopanju na trgu. Ta definicija je predmet raznih kritik, zlasti, ker je »neodvisnosti«, ki je bolj nedoločen koncept kot kontrola cen; ker ni jasen element »precejšnjosti« oz. »znatnosti«; ker ni jasno, ali izkrivljanje konkurence in neodvisno ravnanje predstavljata dva testa ali en sam test; in ker po mnenju nekaterih ni mogoče, da bi se lahko uspešno podjetje obnašalo neodvisno od potrošnikov. Namesto predhodno navedenega testa dominanc predlagajo test, ki preverja sposobnost bistveno omejiti produkcijo na trgu (kar hkrati pomeni tudi kontrolo cen).

Evropska komisija načeloma upošteva definicijo Sodišča, vendar je mogoče opaziti določeno tendenco k enačenju dominanc z bistveno oz. signifikantno tržno močjo (sposobnost povišati ceno nad konkurenčno raven, brez da bi zaradi tega prišlo do vstopa novih podjetij na trg in brez da bi zato prišlo do takšnega upada prodaje in migracije strank h konkurenci, da bi bilo povišanje cene neprofitabilno).

Prim. zadevo 27/76 z dne 14. februarja 1978, United Brands Company in United Brands Continentaal BV proti Evropski komisiji, ZOdl. 1978, str. 207, zadevo 85/76 z dne 13. februarja 1979, Hoffmann-La Roche & Co. AG proti Evropski komisiji, ZOdl. 1979, str. 461, zadevo T-340/03 z dne 30. januarja 2007, France Télécom SA proti Evropski komisiji, ZOdl. 2007, str. II-107; Jones, Suftrin: 301–311; Thompson, O'Flaherty: 943–946; Monti, 2006: 31–33.

poudariti, da tiha koordinacija sama po sebi ni v nasprotju s členom 102 PDEU. To je povsem logično, saj bi v nasprotnem primeru prišli do absurdnega in neživljenjskega položaja, namreč da pravo prepoveduje enako ravnanje, ki je posledica racionalnega prilagajanja tržnim razmeram. Vendar to ne pomeni, da tovrstno ravnanje ne more biti zloraba kolektivnega prevladujočega položaja, ki jo lahko zagrešijo vsi ali nekateri člani »dominantnega kluba«. Tipičen primer je kolektivno zaračunavanje pretiranih cen.²⁷

3.4. Temeljni modeli

Temeljni modeli oligopola so Cournotov, Stackelbergov in Bertrandov model (prim. Glossary of Industrial Organisation, Economics and Competition Law, OECD, 1993: 15–16, 32; Viscusi, Vernon, Harrington, 2005: 102–109). Pred njihovo osnovno obravnavo je smiselno opozoriti na dva koncepta, ki sta povezana z navedenimi modeli. Namreč na t. i. teorijo iger (game theory)²⁸ in na Nashevo ravnatežje (Nash equilibrium) (gl. Motta, 2004: 543–551). Igra v smislu teorije iger je kompleksen koncept, ki ga poenostavljeno lahko opišemo kot strateško obnašanje. Nujen element je seznam igralcev, tj. oseb, ki sprejemajo odločitve; seznam vseh možnih odločitev igralcev; in opis načina, kako vsak igralec vrednoti posamezno odločitev oz. rezultat (strategija). Nadaljnja predpostavka igre je, da ima vsak igralec popolne informacije o možnih odločitvah oz. rezultatih, da je vsak igralec racionalen, kar pomeni, da sprejme odločitve, ki mu najbolj koristijo, in da vsak igralec upošteva, da so ostali igralci racionalni. Teorija iger je uporabna, ker predstavlja orodje, s katerim je mogoče preučevati ravnanje racionalnih »igralcev« oz. ugotavljati najboljše odločitve (best action or response), pri čemer je odločitev oz. rezultat odvisen od ravnanja drugega igralca. Koncept najboljše odločitve se nanaša na hipotetično razmišljanje, ki je podlaga za ravnanje. Danes je koncept »igre« izhodišče različnih modelov, ki so uporabni tudi na področju konkurenčne in/ali liberalizacijske politike. Razlika med bolj in manj zapletenimi igrami oz. modeli je zlasti v tem, koliko ravnatežij ima igra, kako pride do njih, ali igralci izvršijo ravnanje enkrat ali večkrat ter ali v tej zvezi ravnanja opravljajo sočasno ali zaporedoma. Če igralci ravnaajo sočasno, gre za statično igro; če ravnaajo zaporedno (ali večkrat), pa gre za dinamično igro. Nashevo ravnatežje temelji na teoriji iger. Množica ravnatežij oz. strategij igralcev predstavlja Nashevo ravnatežje, če nobeden od igralcev

²⁶ Monti opozarja na praznino, saj naj bi ex ante kontrola koncentracij preprečevala izrecno in tiho dogovarjanje, medtem ko naj bi ex post kontrola antitrusta zadevala le izrecno dogovarjanje oz. pogojno le kontrolo t. i. kolektivne dominanc. Gl. Monti, 2006: 334–338.

²⁷ In npr. klavzula najbolj favorizirane stranke (most favoured customer) ter najava cen, ki jo izvrši cenovni vodja (price leader). Prim. Monti, 2006: 341.

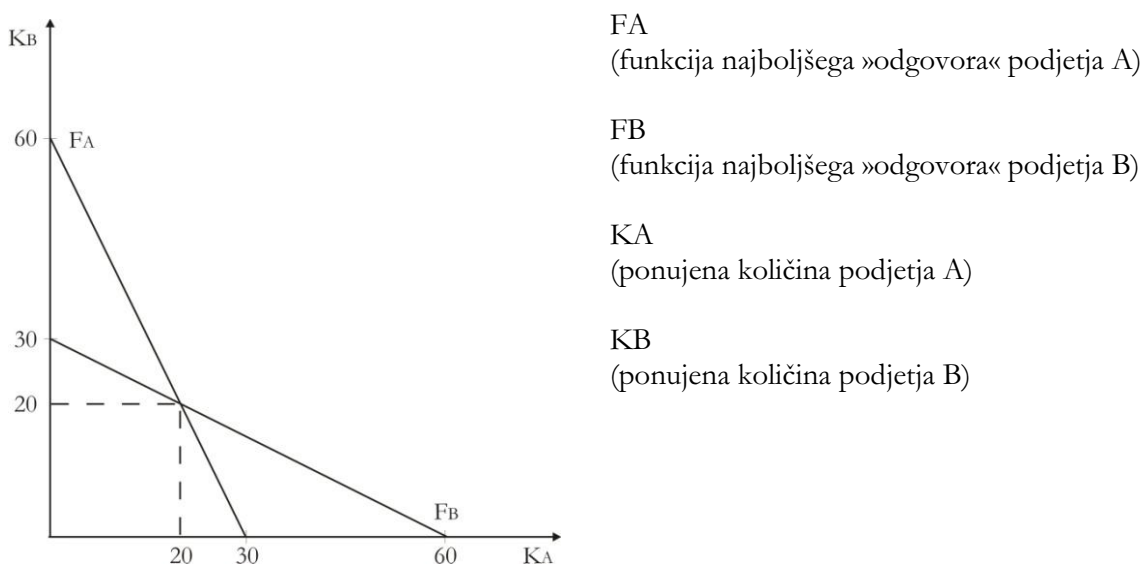
²⁸ V domači teoriji se prevladujoče uporablja množina, tj. teorija iger – ne igre, čeprav je angleški termin v ednini.

nima interesa, da bi glede na ravnanje oz. strategije ostalih odstopil od svoje strategije (strategija je »pravilo«, ki igralcu pove, katero ravnanje naj opravi ob določenem času glede na pretekli potek igre; koncept strategije in koncept ravnanja nista ista koncepta, res pa je, da se skladata, če imamo opravka s t. i. eno-potezno sočasno (statično) igro). Skratka, Nashevo ravnotežje je doseženo v primeru, ko se posameznemu igralcu ne splača spremeniti strategije, če drugi igralec ne spremeni strategije. Če ima igra več kot eno ravnotežje, se lahko optimalno ravnotežje izbere upoštevajoč Paretovo dominanco ali upoštevajoč »moč« strategije. Poleg problema več ravnotežij, obstaja tudi problem, da se v določenih igrah ravnotežja ne da doseči zgolj z eno (čisto) strategijo (pure strategy), temveč je to mogoče z mešano strategijo (mixed strategy), tj. z uporabo več (čistih) strategij, pri čemer mora biti igralec indiferenten glede izbire med dvema ali več strategijami. Nash je dokazal, da ima vsaka igra s končnim številom igralcev, pri kateri ima vsak igralec končno število (čistih) strategij, (Nashevo) ravnotežje – tj. vsaj ravnotežje z mešano strategijo, če ravnotežja ni mogoče doseči s čisto strategijo. Nadalje je treba upoštevati, da so (teoretično) možne igre, za katere je značilno, da lahko pride do ravnotežja tako s čisto strategijo kot tudi z mešano. Dodaten problem nastane, če imamo opravka s t. i. dinamično igro, kjer igralca zaporedno opravljata ravnanja. Za ta primer se uporablja sub-game perfect Nash equilibrium, ki predpostavlja, da vsak igralec opravi najboljšo ravnanje v vsaki fazi igre.

3.4.1. Cournotov model oligopola

Cournotov model oligopola izhaja iz predpostavke, da konkurenti ponujajo homogene produkte in da vsak od njih poskuša maksimirati dobiček z izbiro optimalne količine, pri tej izbiri pa upošteva količine konkurentov. Izbira se vrši sočasno oz. v zanemarljivo majhnem časovnem intervalu. Ravnotežje, ki sledi iz navedenega, se imenuje Nash equilibrium in quantities ali Cournot-Nash equilibrium. Kljub temu da gre za najzgodnejši model, je danes še vedno prevladujoč. Njegov pomen se kaže zlasti v tem, da pokaže, da cena ni zmeraj enaka mejnim stroškom in da ni dosežena Pareto učinkovitost. Stopnja presežka cene nad mejnimi stroški podjetja je sorazmerna tržnemu deležu podjetja in obratno sorazmerna tržni elastičnosti povpraševanja. Če je oligopol simetričen, tj., če vsi konkurenti ponujajo identične, homogene produkte in imajo identične stroške, potem je stopnja presežka cene nad mejnimi stroški obratno sorazmerna številu podjetij na upoštevem trgu. Glede trga kot celote pa naj bi veljalo, da je stopnja presežka tržne cene nad mejnimi stroški sorazmerna s *Herfindahl-Hirschman indeksom* (HHI). Cournotov model je bil sicer razvit pred teorijo iger (game theory), vendar kaže jasne značilnosti igre, če jo razumemo kot strateško obnašanje podjetij. Zadevni model je mogoče ponazoriti

na primeru, ko na trgu delujeta dva oligopolista, A in B in je njuna strategija vezana na količino homogenih produktov, ki jo ponudita na trgu ter dobiček posameznega oligopolista ni odvisen le od lastne ponujene količine, temveč tudi od količine, ki jo na trgu ponuja konkurent.²⁹ Z naraščanjem količine produkta, ki jo na trgu ponuja drugi oligopolist, pada dobiček prvega oligopolista; ob predpostavki, da je količina produkta, ki jo na trgu ponuja prvi oligopolist ves čas konstantna. Smiselno enako velja tudi za primer zmanjšanja ponujene količine, ki vodi v višanje dobička konkurenta. Pravkar navedeno velja za oba oligopolista, zato je ob upoštevanju njune medsebojne odvisnosti in težnje po maksimiranju dobička realen razplet oz. končen rezultat Nashevo ravnotežje.³⁰ Ko je to doseženo, je količina in posledično tudi cena produkta na ravni, ki se razlikuje od ravni, ki bi bila dosežena v pogojih (popolne) konkurence.



Slika 1: Nashevo ravnotežje v Cournotovem modelu oligopola

²⁹ Dobitek oligopolista A (D_A) je enak razliki med njegovimi prihodki od prodaje (P_A) in stroški (S_A), torej: [$D_A = P_A - S_A$]; pri čemer predpostavimo, da razmerje med količino (K) in ceno (C) opisuje enačba: [$C = 100 - K$]; da imata oligopolista enake mejne stroške (MS) in da so ti manjši od 100 €; ter da mejni prihodek (MP) opisuje enačba: [$MP = 100 - 2K$], iz česar sledi, da je cena enega produkta oligopolista A: [$C_A = 100 - K_A - K_B$]; da je prihodek od prodaje (P_A) enak zmnožku cene enega produkta (C_A) in ponujene oz. prodane količine oligopolista A (K_A): [$P_A = C_A \times K_A$]; da je celotni strošek podjetja (S_A) enak zmnožku mejnega stroška enega produkta (MS_A) in ponujene oz. prodane količine, ki jo doseže oligopolist A (K_A), torej: [$S_A = MS_A \times K_A$]; iz česar sledi: [$D_A = (100 - K_A - K_B) \times K_A - MS_A \times K_A$]. Za oligopolista B velja smiselno enako: [$D_B = (100 - K_B - K_A) \times K_B - MS_B \times K_B$].

³⁰ V danem primeru gre za kombinacijo oz. par dveh optimalnih količin (best response /best reply function), pri čemer za vsako količino velja, da oligopolistu, ki jo ponuja, omogoča maksimalen dobiček glede na količino, ki jo ponuja drug oligopolist – če je mejni dobiček (MD) nič: [$MD = \delta D_A / \delta K_A = 100 - 2K_A - K_B - MS_A = 0$].

Iz slike 1 je razvidno, da se v danih pogojih³¹ vzpostavi Nashevo ravnotežje pri količini 20 enot. Oligopolista A in B dosežeta maksimalni dobiček, tj. vsak 400 €,³² če ponudita optimalno količino, zadevnega produkta na upoštevem trgu, ki nobenega oligopolista ne vzpodbuja k spremembi ponujene količine na trgu. V tem smislu gre za stabilno nekonkurenčno stanje na upoštevem trgu, ki je slabo za povpraševalce in ekonomsko blaginjo – Pareto učinkovitost ni dosežena.³³

3.4.2. Bertrandov model oligopola

Bertrandov model oligopola izhaja iz predpostavke, da podjetja neodvisno izberejo cene, ne količine, da bi s tem maksimirale dobiček, pri čemer vsako podjetje upošteva cene konkurentov. Ravnotežje, ki sledi iz navedenega, se imenuje Nash equilibrium in prices ali Bertrand-Nash equilibrium. Za razliko od predhodno navedenega modela, za katerega velja, da se z manjšanjem števila konkurentov večja odklon od Pareto učinkovitosti, je za ta model značilno, da pod določenimi predpostavkami predvideva Pareto učinkovitost ne glede na število konkurentov na trgu. Izjema je, če obstaja diferenciacija produktov, saj pride do zaračunavanja cen, ki so višje od mejnih stroškov. Bertrandov model oligopola se za razliko od prej obravnavanega modela nanaša na t. i. cenovno konkurenco. Nadaljnja razlika je, da v kolikor oligopolisti na upoštevem trgu ponujajo homogene produkte in imajo konstantne marginalne stroške, zadevni model predvideva, da doseženo Nashevo ravnotežje zaznamujejo cene, ki so

³¹ Če izhajamo iz predpostavk, določenih v sprotni op. 29, sledi:

a) Nashevo ravnotežje se vzpostavi, če vsak oligopolist, glede na odvisnost od drugega, na upoštevem trgu ponudi 20 enot. Če upoštevamo, da gre za statičen in simetričen oligopol in da so mejni stroški obeh oligopolistov enaki, velja:

a1) $[MD_A = MD_B]$ in $[K_A = K_B]$;

a2) $[MD_A = \delta D_A / \delta K_A = 100 - 2K_A - K_B - MS_A = 0] \rightarrow [100 - 2K_A - K_A - 40 = 0] \rightarrow [K_A = 20]$;

a3) $[NR(20, 20)]$;

b) Dobiček vsakega oligopolista, če ponudita optimalno količino in se vzpostavi Nashevo ravnotežje, znaša 400 €:

b1) $[D_A = D_B]$;

b2) $[D_A = (100 - K_A - K_B) \times K_A - MS_A \times K_A = 60 \text{ €} \times 20 - 40 \text{ €} \times 20 = 1200 \text{ €} - 800 \text{ €} = 400 \text{ €}]$.

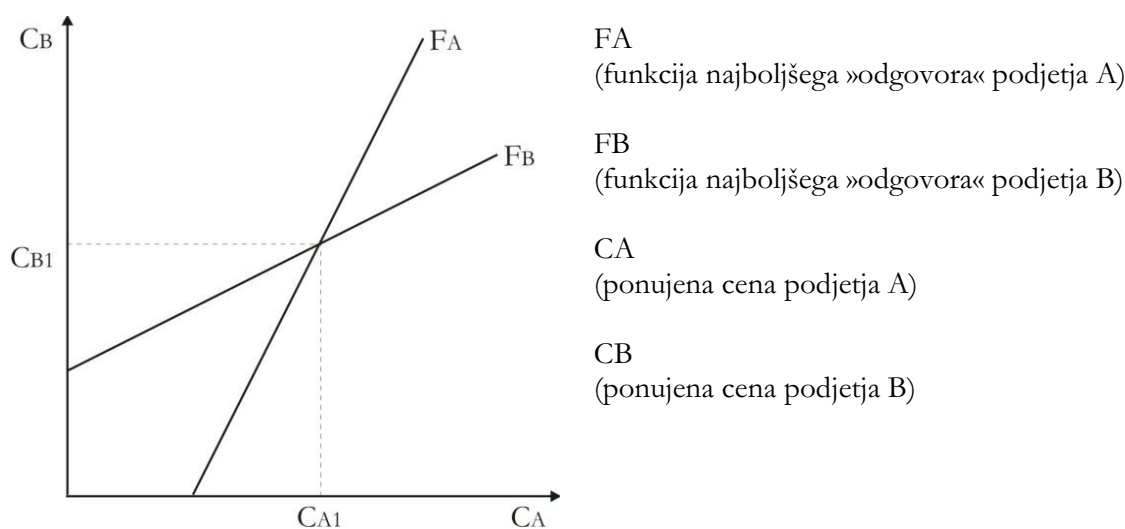
c) Opomba: izračunati je mogoče tudi optimalno količino za določenega oligopolista, če izhajamo iz predpostavke, da je ponujena količina drugega oligopolista neoptimalna z vidika Nashevega ravnotežja – če bi na primer v danih okoliščinah znašala 30 enot. Optimalna količina za oligopolista A, ki bi mu omogočala doseči maksimalen dobiček, bi znašala:

$[MD_A = \delta D_A / \delta K_A = 100 - 2K_A - K_B - MS_A = 0] \rightarrow [100 - 2K_A - 30 - 40 = 0] \rightarrow [K_A = 15]$.

³² Gl. računski izračun v sprotni op. 33 in sliko 1, kjer ta znesek ustreza polju, ki ga določajo točke: $20_{(y)}$, NR, $20_{(x)}$ in 0.

³³ Če upoštevamo, da je cena enega produkta na trgu 60 € $[C_A = 100 - K_A - K_B = 100 - 20 - 20 = 60 \text{ €} = C_B]$, mejni stroški pa znašajo 40 €. Isti rezultat (60 €) dobimo, če mejnim stroškom (40 €) prištejemo dobiček (20 €).

enake mejnim stroškom, kar pomeni, da je dosežena Pareto učinkovitost. V tej zvezi pa je treba takoj opozoriti, da to ne velja v primeru, ko oligopolisti na upoštevem trgu ponujajo diferencirane produkte. Mišljena je diferenciacija produktov, ki zmanjšuje, vendar ne izključuje zamenljivosti produktov. V primeru nesubstitutivnosti oz. nezamenljivosti produktov le-ti oz. podjetja, ki jih ponujajo, ne sodijo na isti upoštevni trg in glede zadevnih produktov niso konkurenti, zato ti primeri v nadaljevanju niso aktualni. Podjetja si pogosto prizadevajo prepričati povpraševalce,³⁴ da je njihov konkreten produkt »unikaten« oz. vsaj delno različen od ostalih (objektivno) zamenljivih produktov, ki jih ponujajo konkurenti.³⁵ Razlog je zlasti ekonomske narave. Podjetja se namreč zavedajo, da višja, kot je stopnja diferenciacije, tem bolj se lahko obnašajo kot monopolisti, saj lahko zaračunavajo višje cene, brez da bi za to prišlo do znatne migracije njihovih strank h konkurentom. Obstaja namreč določen krog povpraševalcev, ki so za nek produkt pripravljeni plačati več – npr. zaradi lojalnosti spremljajoči blagovni znamki. Ostali povpraševalci, ki reagirajo na določeno spremembo cene v smislu migracije h konkurentom, so mejni povpraševalci in jih je v danem primeru manj, kot bi jih bilo v pogojih popolne konkurence. V pogojih popolne konkurence bi namreč že majhna sprememba cene vodila do znatne izgube strank, kar v danem primeru ni slučaj, saj pride zaradi majhne spremembe cene le do manjše izgube strank.



Slika 2: Nasbevo ravnotežje v Bertrandovem modelu oligopola z diferenciranimi produkti

³⁴ To ne velja absolutno. Izjema so npr. imitacije in druga dejanja nelojalne konkurence.

³⁵ Če so podjetja v tem prizadevanju uspešna, so produkti nepopolni substituti, ki se v ekonomskem pogledu razlikujejo od popolnih substitutov zlasti v tem, da je pri slednjih cena (vključeni so tudi morebitni drugi stroški povpraševalcev, npr. stroški zamenjave) odločilen dejavnik, katerega sprememba intenzivno vpliva na migracijo povpraševalcev od dražjega k cenejšemu ponudniku.

Iz slike 2 je razvidno, da je v primeru, ko na določenem upoštevnom trgu delujeta oligopolista A in B ter so njuni mejni stroški konstantni in enaki, funkcija optimalnega ravnanja oligopolista nagnjena poševno navzgor. Povpraševanje po produktu oligopolista A se poveča, če oligopolist B zviša ceno svojega produkta. Načeloma velja, da večje, kot je povpraševanje po produktu podjetja, višja je cena, ki omogoča maksimizacijo dobička. Velja, višja, kot je cena produkta oligopolista B, višja je cena, ki maksimira dobiček oligopolista A. Nadalje je razvidno, da se Nashevo ravnotežje vzpostavi v točki,³⁶ kjer se sekata funkciji optimalnih ravnanj obeh oligopolistov, kar pomeni, da vsak od njiju izbere ceno, ki maksimira njegov dobiček, upoštevajoč ceno drugega oligopolista.³⁷ Poudariti je treba tudi, da je ravnotežna cena tem višja, čim višja je stopnja diferenciacije produktov, saj zaradi diferenciacije produktov znižanje cene s strani enega oligopolista ne rezultira v znatno povečanje povpraševanja po njegovem produktu. Prav tako zvišanje cene diferenciranega produkta s strani enega oligopolista ne rezultira v znatno zmanjšanje povpraševanja po zadevnem produktu. Glede na vse navedeno je povsem razumljivo, da je tendenca cen zaradi diferenciacije produktov usmerjena navzgor.³⁸

3.4.3. Stackelbergov model oligopola

Stackelbergov model oligopola izhaja iz predpostavke, da eno podjetje (leader) samostojno izbere količino produkta, ostala podjetja (followers) pa mu sledijo in upoštevajo njegovo odločitev (obnašajo se enako kot velja v Cournotovem modelu).

³⁶ NR (80, 80).

³⁷ Nashevo ravnotežje se vzpostavi, če vsak oligopolist, glede na odvisnost od drugega, na upoštevnom trgu ponudi ceno 80 €, če gre za statičen in simetričen oligopol in so mejni stroški obeh oligopolistov enaki [$MS_A = MS_B = 20$ €].

a) Funkcija povpraševanja (P) posameznega oligopolista pri njegovi ceni in ceni konkurenta je:

a1) [$P_A(C_A, C_B) = 100 - C_A + 0,5 \times C_B$];

a2) [$P_B(C_B, C_A) = 100 - C_B + 0,5 \times C_A$];

b) Funkcija dobička (D) posameznega oligopolista pri njegovi ceni in ceni konkurenta je:

b1) [$D_A(C_A, C_B) = (C_A - MS_A) \times P_A(C_A, C_B) = (C_A - 20) \times 100 - C_A + 0,5 \times C_B$];

b2) [$D_B(C_A, C_B) = (C_B - MS_B) \times P_B(C_A, C_B) = (C_B - 20) \times 100 - C_B + 0,5 \times C_A$];

c) Optimalno ravnanje vsakega oligopolista, ki mu omogoča maksimalen dobiček glede na ceno konkurenta, tj. best response or reply function, če velja, da sta ceni enaki, je:

c1) [$C_A = 60 + 0,25 \times C_B$] \rightarrow [$C_A = 60 + 0,25 \times C_A$] \rightarrow [$4C_A = 240 + C_A$] \rightarrow [$3C_A = 240$];

c2) [$C_A = C_B = 80$ €].

Prim. Viscusi, Vernon, Harrington, 2005: 110–112; Motta, 2004: 561–570.

³⁸ Za razliko od nediferenciranih, tj. homogenih produktov, kjer velja ravno nasprotno in je zato mogoče opaziti, da cene težijo navzdol.

3.4.4. Evalvacija Cournotovega in Bertrandovega modela oligopola

Cournotov in Bertrandov model oligopola sta statična. Predpostavljata enkratno (one-shot/-period) in sočasno ravnanje oligopolistov. Z njima je sicer mogoče pojasniti, kako lahko pride do nekonkuriranja ali tihe koordinacije oligopolistov glede ponujenih količin oz. cen, ki so načeloma³⁹ drugačne,⁴⁰ kot bi bile v popolni konkurenci, ni pa mogoče pojasniti, kako lahko pride do količin oz. cen,⁴¹ ki oligopolistom omogočajo, da dosežejo največji možen dobiček.

Ta okoliščina je npr. razvidna iz prej obravnavanega Cournotovega modela,⁴² kjer je veljalo, da se Nashevo ravnotežje vzpostavi, če vsak oligopolist na trgu ponudi 20 enot in doseže dobiček 400 €. V tej zvezi je pomembno, da to ravnovesje ne zagotavlja največjega možnega dobička za oligopolista. Monopolna količina, ki zagotavlja največji možen dobiček, bi namreč v tem primeru znašala 30 enot, tj. 15 enot na posameznega oligopolista, na podlagi česar bi vsak dosegel maksimalen dobiček 450 €. ⁴³ Iz navedenega je razvidno, da zadevni model ne more pojasniti, kako lahko pride do tihe koordinacije, katere posledica bi bila ponudba 15 enot produkta s strani posameznega oligopolista. Problem je v tem, da je model naravnano tako, da ima vsak oligopolist zgolj eno odločitev, ki je v danem modelu dokončna. To pojasni, zakaj se posamezen oligopolist v takšnem primeru odloči, da bo na trgu ponudil 20 in ne 15 enot. Če bi namreč v tem primeru eden od oligopolistov na trgu ponudil 15 enot, njegov konkurent pa 16 enot, bi slednji – upoštevajoč one-shot/-period in Nashevo ravnotežje v statičnem modelu dosegel večji dobiček. Smiselno enako velja za katerokoli kombinacijo ponudbe obeh oligopolistov, ki ustreza predpostavki, da je ponudba posameznega oligopolista manjša od 20 enot, ponudba konkurenta pa večja od te ponudbe, vendar še vedno manjša od 20 enot.⁴⁴

Problem je mogoče preseči, če se model spremeni tako, da oligopolistu omogoča večkratno odločitev.⁴⁵ Povedano drugače, model je treba spremeniti tako, da ima vsak oligopolist nedoločeno število odločitev, kar mu po eni strani omogoča, da lahko

³⁹ Izjema je Bertrandov model, ki se nanaša na primer, ko gre za homogene produkte (popolne substitute). Bertrandov model namreč za ta primer predvideva Pareto učinkovitost. Če produkti niso homogeni, to ne velja. Cournotov model ne predvideva Pareto učinkovitosti niti za homogene produkte.

⁴⁰ Manjša (skupna) količina in višja cena z ozirom na popolno konkurenco.

⁴¹ Kot bi bile v monopolu.

⁴² Gl. sprotni op. 2929 in 3131.

⁴³ $[D_A = (100 - K_A - K_B) \times K_A - MS_A \times K_A = 70 \text{ €} \times 15 - 40 \text{ €} \times 15 = 1050 \text{ €} - 600 \text{ €} = 450 \text{ €} = D_B]$.

⁴⁴ Če na primer izhajamo iz ponudbe oligopolista A, pridejo v poštev kombinacije ponudbe oligopolista A in B, ki ustrezajo naslednjim kumulativno določenim pogojem: $PA < PB$; $15 \leq PA < 20$ enot; $16 \leq PB < 20$ enot.

⁴⁵ V nadaljevanju izhajamo iz predpostavke, da se stroškovna funkcija in funkcija povpraševanja ne spreminjata.

reagira na vsako ravnanje konkurenta, hkrati pa mu omogoča, da se zmeraj odloča maksimalno racionalno za nedoločeno, dolgoročno obdobje in ne le kratkoročno.⁴⁶ Poleg tega ima vsak oligopolist zase in konkumente na razpolago podatke o preteklih količinah in cenah, kar lahko upošteva pri vsakokratni sočasni odločitvi oz. ravnanju v posameznem obdobju.⁴⁷ Če je temu tako, v danem primeru za oligopolista A ne bi bilo usodno, če bi prvotno ponudil 15 enot, saj bi lahko reagiral na morebitno višjo ponudbo oligopolista B, slednji pa v tem primeru ne bi imel interesa ponuditi večje količine na trgu, ker s tem ne bi mogel pridobiti prednosti pred konkurentom,⁴⁸ hkrati pa bi večja količina zadevnega produkta na trgu povzročila nižjo ceno in nižji dobiček za oba. Če namreč eden od oligopolistov v neki fazi oz. obdobju odstopi od optimalne količine 15 enot,⁴⁹ postane za konkurenta celokupno optimalno,⁵⁰ da v bodoče ponudi ravnotežno količino 20 enot.⁵¹ Ker se tega zavedata oba oligopolista, je zanju tržno najbolj racionalno ravnanje, da si ne

⁴⁶ Okoliščina, da podjetja v praksi ne delujejo v nedogled, v tej zvezi ni bistvena, saj zadostuje, da podjetje ne ve točnega datuma svojega prenehanja, zato pri svojih odločitvah namesto kratkoročnih koristi zasleduje dolgoročne, za katere pričakuje, da bodo kumulativno večje. Zgolj kot zanimivost omenimo, da trenutno velja za najstarejše delujoče podjetje švedsko podjetje Stora Kopparberg, ki naj bi obstajalo že leta 1288.

⁴⁷ Spremenjeni model predvideva nedoločeno število obdobj, v okviru katerih se – z vidika enega oligopolista – izvrši zgolj ena (sočasna) odločitev oz. ravnanje. Upoštevati je treba, da so obravnavani modeli oligopola nastavljeni tako, da je sistem opazovanja en oligopolist, ki pa pri svojem odločanju upošteva (pričakovane) odločitve konkurentov.

⁴⁸ Če upoštevamo, da lahko takoj odreagira z isto ali večjo količino (vendar ne večjo od 20 enot, ker bi v tem primeru poslabšal svoj tržni položaj).

Tukaj opozorimo, da je tudi v tem primeru – tj., če ima oligopolist na razpolago nedoločeno število odločitev – zanj še vedno najbolj ugodno, da v vsakem obdobju na trgu ponudi ravnotežno količino 20 enot, če pričakuje, da bo to količino ponudil konkurent. Ponavljanje Nashovega ravnotežja (iz enopotezne oz. enofazne igre) v igri z nedoločenim številom potez oz. faz pripelje do tega, da se isto ravnotežje, tj. NR (20, 20) vzpostavi tudi v tej igri.

⁴⁹ Optimalni z vidika oligopolistov (z vidika povpraševalcev je to najslabši scenarij).

⁵⁰ Če ne želi, da bi konkurent tudi v naslednjem obdobju ponudil »boljšo« količino.

Zanj (in za konkurenta) bi bilo sicer v danem primeru ugodneje, če konkurent odstopi od optimalne količine in ponudi na primer 16 enot, da tudi sam ponudi 16 enot, vendar je glede na preteklo dogajanje na trgu (konkurentov odstop od koordiniranega ravnanja) zanj najbolj ugodno, da na minimalen odstop konkurenta odreagira maksimalno, tj. z ravnotežno ponudbo 20 enot.

Gre za t. i. trigger strategy. Gl. Motta, 2004: 161, 571-572.

⁵¹ Brez izrecnega dogovora si je ob nespremenjenih okoliščinah težko predstavljati, da bi kateri od oligopolistov naknadno znižal ponujeno količino pod 20 enot, saj bi s tem konkurentu avtomatično omogočil večji dobiček, zato načeloma slednji tudi ne bi imel interesa, da bi še sam znižal količino (razen če je lahko trdno prepričan, da bo tudi drug oligopolist bodisi ohranil trenutno količino bodisi jo še dodatno znižal (na optimalno raven), kar pa si je težko predstavljati brez izrecnega dogovora). Na podlagi navedenega sledi, da naknadno zniževanje količine pod količino, ki predstavlja Nashevo ravnotežje, močno indicira obstoj izrecnega dogovora med oligopolistoma (zato je smiselno, da konkurenčna pravila za ta primer določijo, da morajo udeležena podjetja v takšnem primeru dokazati, da so do svojih tržnih odločitev prišla v izolaciji oz. da v tej zvezi med njimi ni bilo (izrecnega) prepovedanega dogovarjanja).

konkurirata, ampak raje delujeta »koordinirano«.⁵² V danem primeru to pomeni, da oba oligopolista v vsaki fazi ponudita vsak 15 enot in v tem pogledu lahko pride do (novega) Nashevega ravnotežja, če upoštevamo, da to nastane, če nobeno udeleženo podjetje nima interesa odstopiti od svoje trenutne strategije.⁵³

Iz navedenega je razvidno, da lahko v določenih primerih na oligopolnem trgu dejansko pride do položaja, ko dva ali več oligopolistov brez izrecnega dogovarjanja oz. brez (prepovedane) izmenjave informacij, tj. v »izolaciji«, sprejmejo poslovne odločitve, ki povzročijo tržni rezultat enak ali zelo podoben tistemu, ki bi bil dosežen na monopolnem trgu.⁵⁴ Vendar je treba opozoriti, da sta predstavljena modela teoretična in ne upoštevata vseh okoliščin, ki se lahko pojavijo v praksi in da terjata obstoj raznih predpostavk, ki v praksi niso zmeraj izpolnjene. Tipičen primer je število oligopolistov, saj je tiha koordinacija tem težja, čim večje je število oligopolistov.⁵⁵ Nadaljnji problem je, da je popolno transparentnost glede preteklih in sedanjih tržnih parametrov težko doseči, prav tako pa v praksi prihaja do nihanj povpraševanja in do nihanj (mejnih) stroškov oligopolistov, zato je oba modela treba upoštevati z rezervo, kar pa ne pomeni, da sta popolnoma neuporabna.

4. Sklepne ugotovitve in teze

Analizirani ekonomski modeli so sicer dobrodošel pripomoček za razmejevanje »naravnih« enakih ravnanj in usklajenih ravnanj v smislu konkurenčnega prava oz. za njihovo presojo, vendar je treba upoštevati njihov omejen domet.

Analizirani ekonomski modeli temeljijo na predpostavki stabilnosti oz. ravnovesij, ki pa so v praksi prej izjema kot pravilo. Tržna stanja večinoma niso ravnovesna oz. četudi je v konkretnem primeru doseženo tržno ravnovesje, ne traja dolgo. Prav tako je treba upoštevati, da tržna konkurenca načeloma ni naravno in stabilno tržno stanje. Če bi bila, je pravzaprav niti ne bi bilo potrebno vzpostavljati z *ex ante* regulacijo niti *ex post* varovati s konkurenčnim pravom. Uporaba statičnih ekonomskih modelov je tako že v izhodišču sporna. Čeprav je ekonomska teorija doslej ponudila nekatere

⁵² Motiv za koordinirano ravnanje je tem večji, kolikor večja je kazen za odstop od koordiniranega ravnanja – upošteva trigger strategy – in kolikor težja je vrnitev (če sploh) na koordinirano ravnanje.

⁵³ Kar je realno, če podjetje deluje dolgoročno oz. je kratkoročen dobiček, ki bi ga pridobilo na podlagi odstopa od koordiniranega ravnanja manjši od pričakovanega dolgoročnega dobička, ki ga omogoča koordinirano ravnanje.

⁵⁴ Ta okoliščina predstavlja temeljni problem oligopola.

⁵⁵ Manjši delež na t. i. joint-profit maximum pretehta izgubo, če nastopi t. i. trigger effect.

»dinamične« modele, ki predvidevajo večkratno zaporedno ravnanje podjetij, tudi pri njih opazamo omejen domet in premalo »dinamične« komponente.

Glede na to menim, da je pri presoji usklajenih ravnanj, zlasti na oligopolnih trgih, sicer primerno uporabiti nekatere razpoložljive ekonomske modele, vendar z upoštevanjem njihovega realnega dometa. V nasprotnem primeru bi, če malo poenostavim, ravnali skoraj tako, kot če bi se nekritično sklicevali na pokvarjeno analogno uro, ker dvakrat dnevno »pravilno« pokaže čas.

Literatura / References:

Capobianco, A. (2004) Information Exchange under EC Competition Law, *Common Market Law Review*, 5, str. 1247–1276.

Ferčič, A. (2010) Je smiselna reforma programa prizanesljivosti?, *Pravna praksa*, 16-17, str. 16–17.

Gerven [van], G., Navarro Varona, E. (1994) The Wood Pulp Case and the Future of Concerted Practises, *Common Market Law Review*, št. 3/1994, str. 575–608.

Jones, A., Sufrin B. (2007) *EC Competition Law, Text, Cases and Materials* (New York/Oxford: Oxford University Press).

Monti, G. (2007) *EC Competition Law* (Cambridge: Cambridge University Press).

Monti, G. (2006) The Concept of Dominance in Article 82, *European Competition Review*, 2, str. 31–52.

Motta, M. (2004) *Competition Policy: Theory and Practice* (Cambridge: Cambridge University Press).

Roth, P., Rose, V. (2008) *Bellamy&Child European Community Law of Competition* (Oxford: Oxford University Press).

Oppenheim, C. S., Weston, G. E., McCarthy, (1981) T. J., *Federal Antitrust Laws*, 4th edition (Minnesota: West Publishing).

Whish, R. (2003) *Competition Law* (Suffolk: LexisNexis/Butterworths).