

A túlzó árazás, mint erőfölénnyel való visszaélés az EU-s és a magyar joggyakorlatban

Országos Tudományos Diákköri Dolgozat

Készítette:

F.A. Hayek

2014. 10. 30.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	1
I. FOGALMI ALAPVETÉSEK	3
II. AZ ERŐFÖLÉNNYEL VALÓ VISSZAÉLÉS	5
II.1. ERŐFÖLÉNY	5
II.2. VISSZAÉLÉS	7
III. TÚLZÓ ÁRAK MEGÁLLAPÍTÁSA AZ UNIÓS JOGGYAKORLATBAN	8
IV. IMPLEMENTÁLÁSI NEHÉZSÉGEK	11
IV. 1. AZ ÁR-KÖLTSÉG ÖSSZEHASONLÍTÁS PROBLÉMÁI - AZ ELSŐ LÉPCSŐ	12
IV.1.1. A Profitabilitás megállapítása – Egy alternatív megközelítés	14
IV. 2. A BENCHMARK MÓDSZER – A MÁSODIK LÉPCSŐ	15
IV.2. 1. Az időbeli összehasonlítás	15
IV.2. 2. Más földrajzi piaccal való összehasonlítás	15
IV.2. 3. Versenytársak áraival való összevetés	16
IV.2. 4. A domináns vállalat más piacon lévő áraival való összevetés	16
IV. 3. INTÉZKEDÉSEK	17
V. A BEAVATKOZÁS ELLENI ÉS MELLETTI ÉRVEK	18
V. 1. A BEAVATKOZÁS ELLENI ÉRVEK	18
V. 1. 1. Definíció szerint nem létezik	18
V. 1. 2. Innováció, beruházás	19
V. 1. 3. szabályozóvá válás	20
V. 1. 4. Jogbiztonság vagy hatékonyság hiánya	21
V. 2. A BEAVATKOZÁS MELLETTI ÉRVEK	22
VI. SZINTÉZIS: SZŰRÉS	23
VII. A MAGYAR JOGGYAKORLAT	28
VII. 1. SZŰRÉS A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN	31
VII. 2. BENCHMARK A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN	33
VII. 2. 1. Költségekkel való összevetés	33
VII. 2. 2. Más vállalat árai a releváns piacon	34
VII. 2. 3. Más földrajzi piaccal való összevetés	35

VII. 2. 4. A domináns vállalat árai más piacon.....	36
VII. 2. 5. A domináns vállalat múltbeli árai	37
VII. 2. 6. Egyéb benchmarkok	37
VII. 3. INTÉZKEDÉSEK A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN	38
ÖSSZEGZÉS.....	41
IRODALOMJEGYZÉK	43
FELDOLGOZOTT JOGESETEK LISTÁJA	45

BEVEZETÉS

Túlzottan drága-e a Louis Vuitton egyedi tervezésű női gyapjútáskája 4000 €-ért? Vagy a Bentley B05 Unitime típusú férfi karóra £9,620 -ért? És az Érd és Térsége Víziközmű Kft. által kiszabott 10.000 Ft a mellékvízmérő zárral való ellátásáért?

Először is azt kell tisztáznunk, lehet-e egyáltalán bármely termék vagy szolgáltatás ára verseny körülmények között túl magas. A közgazdaságtan szerint e kérdésre a válasz egyértelműen nem. Hogyan lehetne ugyanis valaminek az ára túl magas, amiért a fogyasztók fizetnek? Az, hogy az adott termékért mennyi és milyen típusú fogyasztó fizet, a vállalat saját optimalizáló döntésén múlik. Ha pedig a fogyasztók valamilyen terméket túl magas árral rendelkezőnek ítélnék meg, és nem fizetnek érte, akkor nem történik meg a csere az adott áron, így tehát a probléma sem áll fenn. Ezzel szemben vannak olyan esetek, mikor a piaci mechanizmus nem működik, a piacon csak egy szereplő van, így túlzóan magas árak esetén a fogyasztó nem tud hasonló termékre váltani. Ekkor van szükség beavatkozásra.

Az Európai Unió Működéséről szóló Szerződés (EUMSZ) 102. cikkelye így különös terhet ró az erőfölénnyel rendelkező vállalatokra. Az első pontja visszaélésnek minősíti a túlzottan magas árak kiszabását, de csak akkor, ha a vállalat erőfölénye megállapítható. A rendelkezés célja az, hogy megvédje a kiegyenlített erőviszonyban lévő fogyasztókat a vállalatok kizsákmányolásától –attól, hogy a vállalat erőfölényét kihasználhassa. Ahhoz, hogy egy adott termékről vagy szolgáltatásról megállapíthassuk, hogy annak ára túlzottan magas-e, először is azt kell megválaszolni, hogy mihez képest viszonyítjuk. Egy olyan összehasonlítási alapot kell találni, amellyel a vizsgált termék vagy szolgáltatás összehasonlítható, és amelyről azt gondolhatjuk, hogy az ára nem túlzó. Ezt követően pedig azt, hogy az így fennálló különbség túlzott mértékben nagy-e.

E vizsgálat nagyon bonyolult, sok erőforrást igényel, ráadásul nagyon nagy a fölösleges beavatkozás veszélye, amely hosszú távon nagyobb fogyasztói kárt okoz, mint a rövid távon elérhető haszon. Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy milyen feltételek esetén avatkozik be a vállalatok árazásába Magyarország és az Európai Unió versenyhatósága, milyen módszertant alakított ki a joggyakorlat a túlzás meghatározására, illetve, hogy milyen érvek és ellenérvek merültek fel a szakirodalomban a beavatkozás mellett és ellen.

A versenypolitika a jogtudomány és a közgazdaságtudomány határterülete, így mindkét terület látásmódja, eszközei, céljai megjelennek benne, és olykor ellentmondásba is kerülnek

egymással. Ez jól nyomon követhető a közgazdaságtan költség-haszon szemléletű, optimalizáló és piaci egyensúlyt kereső, társadalmi jóléti szempontú elemzési keretén, szemben a jogalkotói szándékot vizsgáló, főként fogyasztói jóléti szempontot figyelembe vevő jogi elemzéssel. Ezt figyelembe véve igyekszem a témát vizsgálni és összhangba hozni a különböző szemléletmódokat.

Dolgozatom első fejezetében a monopol árral kapcsolatos fogalmi alapvetéseket mutatom be. Ezt követően az erőfölénnyel való visszaélés meghatározására térek ki, majd pedig a túlzó árazással kapcsolatos Európai Unió joggyakorlatát tekintem át röviden. A következő fejezet a túlzó ár elleni fellépés nehézségeit taglalja. Ezt követik a beavatkozás elleni és beavatkozás melletti érvek, majd pedig a megoldási lehetőségek. Végül elemzem, hogy a szakirodalomban és az Európai Bizottság, illetve az Európai Unió Bírósága joggyakorlatában körvonalazódott módszertan hogyan érvényesül a magyar joggyakorlatban. Következtetésként azt állapítom meg, hogy a versenyhatóságnak csak akkor kell beavatkoznia, amikor a fogyasztók olyan helyzetbe kerülnek, hogy az adott termék vagy szolgáltatás túlzó ára miatt inkább helyettesítő terméket választanának, ám erre nincs lehetőségük. De ebben az esetben is csak akkor, ha a piacon innováció vagy beruházás nem várható, és nincs más speciális szakértelemmel rendelkező szervezet - például ágazati szabályozó hatóság-, amely képes a probléma kezelésére.

I. FOGALMI ALAPVETÉSEK

A termékek vagy szolgáltatások értékén az adott korban domináló közgazdaságtani irányzatok mást és mást gondoltak. A klasszikus politikai gazdaságtani irányzat a 18-19. században az értéket költség alapú szemléletben állapította meg, vagyis egy termék vagy szolgáltatás annyit ért, amennyi költség annak előállításával felmerült.¹ A marxista közgazdászok ezzel szemben egy termék értékének a termék előállításához szükséges munka értékét tekintették, amely az előző definícióhoz képest szűkebb megfogalmazást takar.² A 20. századi neoklasszikusok szerint a fair érték a versenyzői piacon kialakult egyensúlyi ár, amely a keresleti és kínálati oldalon lévő piaci szereplők interakcióinak eredménye. Vagyis, a termék értékét már nem csak a költségek (vagy azok részei) határozzák meg, hanem a keresleti oldal figyelembe vételével az árak a szabad piacon alakulnak ki.³ Ennek mentén a 20. század második felében főként Németországban teret nyerő ordoliberalis közgazdasági gondolkodás megfogalmazásában - amely jelentős hatással volt az Európai Közösség versenypolitikai fejlődésére- az ár akkor fair, ha az szabad és tisztességes verseny eredményeként született. A modern közgazdaságtani álláspont alapján e definíciót némileg átfogalmazva azt mondhatjuk, hogy túlzó árról akkor beszélünk, *„ha az a domináns pozíció használatából fakadóan szignifikánsan és tartósan a versenyzői ár felett van, amely ár a fogyasztók fizetési hajlandóságától és a kínálatot meghatározó költségektől függ.”*⁴

A tökéletes versenyzői állapot azért kiemelt jelentőségű, mert ekkor a vállalatoknak nincs piaci ereje, amiből az következik, hogy az árait nem képes a határköltségnél magasabbra emelni, ez alatt az ár alatt pedig nem éri meg az adott terméket kínálni, így optimumban az ár a határköltséggel egyenlő. Tökéletesen versenyzői piacról akkor beszélhetünk, ha a piacon sok szereplő van, tökéletes az informáltság, nincsenek a piacra be- és kilépési költségek és minden szereplő árelfogadó.

Ezzel szemben, ha a piacra belépés korlátozott, a piacon lévő vállalat könnyedén emelheti árait a határköltség fölé, ugyanis a versenytársak nem tudnak alacsonyabb árakat kínálva belépni a piacra. Ekkor azt mondhatjuk, hogy a vállalatnak piaci ereje van. A legnagyobb piaci erővel a

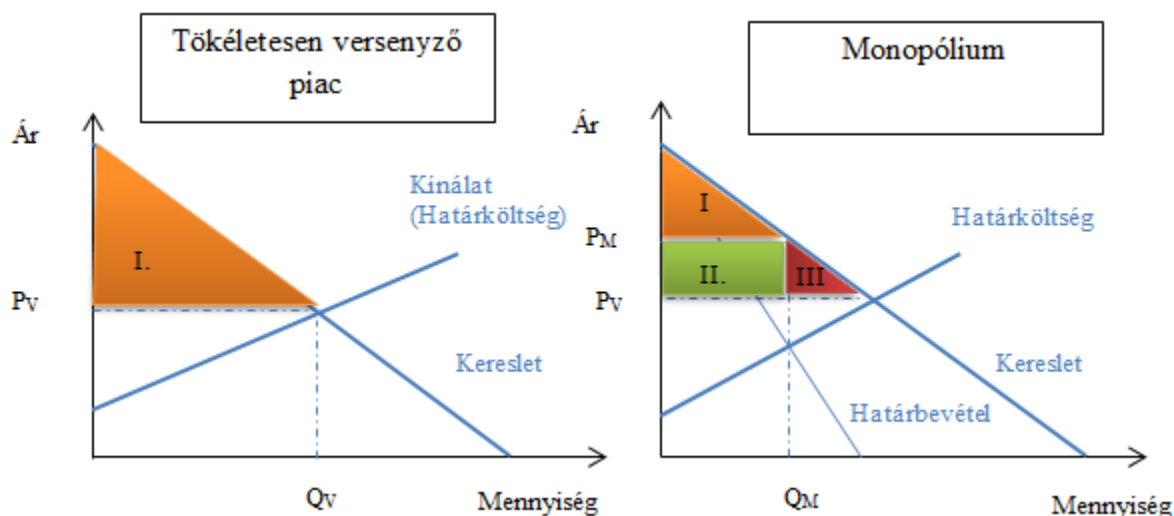
¹ Backhouse (2002) 138. o.

² U.o. 159. o.

³ U.o. 182. o.

⁴ O'Donough-Padilla (2006) 604. o.

monopóliumok bírnak, ugyanis ha csak egy vállalat van az adott piacon, a vállalatot az árak emelésében csak a keresleti függvény korlátozza. A határköltség feletti árak meghatározásával a probléma az, hogy a versenyzői állapothoz képest a fogyasztók kevesebb terméket hajlandóak vásárolni, így egyes fogyasztók kizáródnak az adott termék fogyasztásából, tehát jóléti veszteség keletkezik. Az ebből fakadó társadalmi költségeket a következő ábra szemlélteti.



1. ábra: A monopólium által okozott társadalmi költségek

Az ábrán I-es számmal jelöltem azt a területet, ami a fogyasztók számára azáltal létrejött értéket jelöli, hogy Q_V mennyiséget P_V , illetve P_M áron fogyasztják (fogyasztói többlet).⁵ Ha a piacon csak egy vállalat van jelen és a belépés korlátozott,⁶ akkor a vállalat képes magasabb árat szabni, azonban ilyen áron már csak kevesebb mennyiséget tud értékesíteni. A II-es terület azt a profitot jelöli, ami a monopol vállalatnál jelenik meg a versenyzői ártól magasabb ár alkalmazásából fakadóan. Ez fogyasztói veszteséget okoz, de nem jelent társadalmi veszteséget is egyben,⁷ mivel a monopol profit léte csupán elosztási kérdés, ugyanis ezt az értéket a fogyasztók terhére szerzi meg a monopol vállalat. Ezzel szemben a III-as terület azt az értéket jelöli, amely létre sem jön az alacsonyabb mennyiség értékesítése miatt (holtteher veszteség), ugyanis ebben az esetben kölcsönösen előnyös piaci cserék maradnak el, így a mennyiség

⁵ A fogyasztók a termék adott mennyiségére rezervációs árral rendelkeznek (egy olyan árral, amely megmutatja, hogy maximálisan mennyit hajlandóak az adott termékért fizetni), amit a keresleti függvény mutat meg. Ha ezen ár alatt jutnak hozzá a termékhez, az számukra többletet jelent.

⁶ Itt feltételezzük, hogy nem megtámadható piacról van szó, vagyis a belépési korlátok miatt nincs olyan kompetitív nyomás a monopóliumon, ami versenyzői ár alkalmazására kényszerítené a vállalatot.

⁷ A társadalmi többlet fogyasztói többletből és termelői többletből áll. A monopol profit a fogyasztói többletből termelői többletbe csoportosít át értéket.

csökkenés társadalmi veszteséget okoz. Bár igaz az, hogy a monopólium többletet von el a fogyasztóktól, a legfőbb kritika mégis az, hogy az erőforrások allokációja a tökéletesen versenyzői piaccal ellentétben nem hatékony. Ezen túl pedig a versenyzői mechanizmussal szemben nem biztosított a monopol vállalatok alacsony költségű termelésre való ösztönzése, így a monopol piac produktivitás szempontjából sem hatékony. Emiatt lép fel a versenyhivatal a verseny védelmében, és törekszik a monopol piacok felszámolására.

II. AZ ERŐFÖLÉNNYEL VALÓ VISSZAÉLÉS

Az EUMSZ 102. cikke (korábbi EKSz. 82. cikke) bizonyos, megkülönböztetett helyzetben lévő vállalatok számára további kötelezettséget rendel, pontosabban bizonyos magatartásokat tilalmaz:

„A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok közötti kereskedelemre.”

Az a)-d) felsorolás jegyzi a kiemelten erőfölénnyel való visszaélésnek minősített magatartásokat, azonban e felsorolás csupán exemeplifikatív.

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

II.1. ERŐFÖLÉNY

Az Európai Bizottság (Bizottság) iránymutatása szerint⁸ ahhoz, hogy a cikk alkalmazható legyen, első lépésként azt kell megállapítanunk, hogy az adott vállalkozás⁹ rendelkezik-e erőfölénnyel, illetve milyen típusú piaci erővel bír. Mivel az erőfölényes helyzet mindig

⁸ Európai Bizottság Iránymutatása (2009) 9. bekezdés.

⁹ A cikk szerint több vállalat is alakíthat ki erőfölényes helyzetet, azonban e helyzetek bizonyítása nagyon nehéz, a gyakorlatban csak elvétve fordul elő, így a továbbiakban ezzel az esettel nem foglalkozom.

valamely piacra vonatkozik, vagyis sosem lehet önmagában értékelni, így e lépést a piacdefiníció megadásával kell kezdeni.

A releváns piac meghatározása nagyon nehéz és nagyon lényeges kérdés, ugyanis az erőfölény megállapíthatósága összefügg azzal, hogy milyen tágon határozzuk meg piacot. Minél szélesebb körben állapítjuk meg az adott piac kereteit (tehát minél több versenytársa van az adott piacon a vizsgált vállalatnak), annál kisebb eséllyel mondható a vállalkozás erőfölényes pozícióban lévőnek az adott piacon és vice versa. A releváns piac meghatározása három részből áll, a termékpiacból, földrajzi piacból, illetve az idő dimenzióból. A piacmeghatározás további kérdéseivel területi korlátok miatt a dolgozat nem foglalkozik.

A releváns piac meghatározása után a következő lépés annak megállapítása, hogy a vizsgált vállalat a releváns piacon erőfölénnyel bír-e vagy sem. Az erőfölényes helyzetet a Bizottság a Continental Can ügyben¹⁰ úgy definiálta, hogy a vállalatok erőfölényes pozícióban vannak, ha hatalmukban áll függetlenül viselkedni, tehát nem veszik figyelembe a versenytársakat, a vásárlókat vagy a szállítókat. Ez az a helyzet, amikor a vállalat önmagában a piaci részesedése folytán, vagy ezt kombinálva technikai tudással, a nyersanyag, illetve tőke hozzáféréssel, olyan erőhöz jut, amellyel képes meghatározni az árakat vagy korlátozni a termelést az adott piac egy jelentős részén. A United Brands ügyben¹¹ pedig ezt mondta az Európai Bíróság (EUB): képes megakadályozni a hatékony versenyt azzal, hogy a verseny kereteitől -mint például a vásárló, a versenytárs, a beszállító- független módon viselkedik, úgy hogy közben fennmarad a releváns piacon. Az EUB a Hoffman-La Roche ügyben¹² tovább cizellálta a definíciót. Ezek szerint az erőfölényes pozíció nem zárja ki, hogy jelen legyen valamilyen fokú verseny a piacon. Azonban fontos, hogy a pozíciónak észlelhető befolyása legyen a verseny fejlődésének kereteire, amitől minden esetben függetlenül működhet úgy, hogy ez a magatartás, nem válik hátrányára.

A Bizottság álláspontja szerint, ha az adott vállalat képes jelentős ideig - körülményektől függően, de általában két évig-, jelentős mértékben, nyereségesen a versenyzői szint fölé emelni az árait, akkor az a vállalat nem szembesül a szükséges mértékű versennyel, így erőfölényben

¹⁰ 72/21 EEC sz. Bizottsági Döntés, Continental Can 1971. 12. 09., 3. bekezdés.

¹¹ 27/76 sz. ügy, United Brands Co and United Brands Continental BV v. Commission [1978] ECR 207, [1978] 1 CMLR 429, 65. bekezdés.

¹² 85/76 sz. ügy, Hoffman-La Roche & Co AG v. Commission [1979] ECR 461, [1979] 3 CMLR 211.

lévő vállalatnak tekinthető. Az „ár” kifejezésbe értjük gyakran azon versenyparamétereket is, amelyeket az erőfölényben lévő vállalat saját javára és a fogyasztók kárára befolyásolhat, mint például az áruk és szolgáltatások választékát, minőségét, a kibocsátás mennyiségét vagy az innováció mértékét.¹³ Az erőfölény vizsgálatakor a Bizottság mindig figyelembe veszi a piac versenysztruktúráját, különös tekintettel a vizsgált vállalat és versenytársai piaci helyzetére, ami jól jellemezhető a vállalatok piaci részesedésével. A 40 százalék alatti piaci részesedést a Bizottság általában az erőfölény hiányaként értékeli, de vannak ettől eltérő esetek is. Azonban a Bizottság addig nem von le végső következtetést, amíg a vállalkozás magatartására ható korlátozó tényezőket meg nem vizsgálta. Ilyenek lehetnek a terjeszkedés, a piacra lépés lehetőségei, a piac dinamikája, illetve az esetleges kiegyenlítő vevői erő is, melyeket mérlegel a Bizottság az erőfölény megállapításakor.¹⁴

Miután megállapítottuk, hogy az erőfölény fennáll-e, azt kell megvizsgálni, hogy az adott vállalat visszaélt-e az erőfölényével. Tehát az erőfölényes pozíció *per se* nem tiltott, szankció alkalmazására csak akkor kerül sor, ha a vállalat ezzel visszaélt. E kettő azonban sokszor közel kerülhet egymáshoz, ha a visszaélés fogalmát túl széles körben állapítjuk meg, amely a kifejezetten túlzó árazásos esetekben jelenthet problémát.

II.2. VISSZAÉLÉS

A 102. cikk négy konkrét magatartást említ, amelyeket két nagy csoportba sorolhatunk. Vannak kizsákmányoló típusú, illetve versenykorlátozó típusú magatartások. A két kategória között a legfőbb különbség az, hogy kizsákmányoló magatartás esetén a jogellenesség kimondásához nem szükséges a verseny korlátozása, elegendő annak bizonyítása, hogy a fogyasztókat a tisztességtelen vagy túlzóan magas ár miatt kár érte. Bár a versenyellenes magatartások elleni fellépésre is igaz az, hogy végső soron a fogyasztók jólétszökkenésének, kizsákmányolásának megakadályozására törekszik, azonban ezt csak indirekt módon, a versenyfolyamat védelmével teszi. Bár a 102. cikk létrehozásának elsődleges célja – annak megalkotásakor – a fogyasztók kizsákmányoló típusú magatartásoktól való védelme volt, azonban ez mára már nincs így.¹⁵ A 102. cikkre hivatkozva indult eljárások túlnyomó része az

¹³ Európai Bizottság Iránymutatása, 2009, 11. bekezdés.

¹⁴ Európai Bizottság Iránymutatása (2009) 12-15. bekezdés.

¹⁵ Luc Peepkorn hozzászólása a Fordham Konferencián, 2008. Jenny és mtsai. (2009) 679. o.

erőfölényben lévő vállalat versenyt kizáró vagy korlátozó magatartása miatt indul az Európai Unióban. Ennek oka, hogy a túlzó árak miatti versenyhatósági fellépést számos kritika érte, mivel mind elméleti, mind gyakorlati szempontból problémás a norma alkalmazása. A kritikákat a későbbiekben részletesen tárgyalom.

Jogi szempontból az alábbi öt feltételnek kell teljesülnie ahhoz, hogy egy magatartást a 102. cikkbe ütközőnek tekinthessük.¹⁶ 1) A magatartást egy vagy több vállalkozás valósítja meg (minden olyan entitás, amely gazdasági tevékenységet végez vállalkozásnak minősül). 2) Ha az adott gazdasági szervezet vállalatnak minősül, akkor a fentiekkel összhangban azt kell bizonyítania a versenyhatóságnak, hogy a vállalat erőfölényes helyzetben van, majd pedig azt, hogy 3) az erőfölénnyel visszaélt. Nem szükséges, hogy a vállalat szándéka kiterjedjen az eredményre, például a versenytársak kizárására vagy a verseny gyengítésére. Ezentúl pedig azt kell belátnia a versenyhatóságnak, hogy 4) az erőfölényes helyzet a belső piacon vagy annak egy jelentős részén érzékelhető, illetve hogy 5) a magatartás hatással van a tagállamok közötti kereskedelemre. Ez utolsó két pont célja, hogy a versenyhatóság csak olyan ügyekkel foglalkozzon, ami a közös piacra nézve releváns fenyegetést jelent, illetve, hogy biztosítsa a nemzeti és a közösségi jogalkalmazás szétválasztását.

A következő fejezetekben azt vizsgálom, hogy az erőfölényes vállalt milyen magatartása minősül túlzó árazás miatti visszaélésnek, illetve, hogy milyen szakirodalmi álláspontok ismertek ezzel kapcsolatosan.

III. TÚLZÓ ÁRAK MEGÁLLAPÍTÁSA AZ UNIÓS JOGGYAKORLATBAN

A Bizottság először a 102. cikk a) pontja alapján 1974-ben a General Motors ügyben¹⁷ marasztalt el erőfölényes vállalatot túlzóan magas ár alkalmazása miatt. Az ügyben a Bizottság gazdasági érték alatt az adott termék előállításának költségét vette alapul, és túlzónak minősítette a General Motors által kiszabott árakat, mivel ugyanazt az árat alkalmazta mind az amerikai, mind az európai modellek ellenőrzési eljárása esetén, holott az európai modellek költségvonzata ennél kisebb volt. Ezt azonban az Európai Bíróság megsemmisítette, mivel úgy ítélte meg, hogy

¹⁶ Jones –Sufrin (2001) 226. o.

¹⁷ 75/75/EEC sz. Bizottsági Döntés, General Motors Continental, 1974. 12.19.

e magas árak csak átmenetiek voltak, így nem számít visszaélésnek a General Motors Co. tevékenysége.¹⁸

Ezt követően 1975-ben a United Brands ügyben szintén túlzó ár miatt rótt ki bírságot a Bizottság.¹⁹ Itt a hatóság azzal érvelt, hogy a vállalat Írországban is képes profittal értékesíteni a Chiquita banánokat, így a németországi banánárak túlzóak, mivel a németországi árusító központok közelebb vannak a kikötőhöz, így a vállalat költségei kisebbek. Az EUB megalapozatlannak ítélte,²⁰ mivel úgy vélte, hogy a Bizottság nem vette figyelembe teljes részletességgel a vállalat költségszerkezetét, és így a döntése nem volt kellően megalapozott.

Az ügy eldöntésére az EUB egy két lépcsős tesztet alkotott. A 250. bekezdésben mindenekelőtt megállapította, hogy *„a túlzó ár visszaélésnek minősül, ha [az ár] nem áll arányban a nyújtott szolgáltatás gazdasági értékével”*.²¹

Eszerint az adott termék vagy szolgáltatás árait annak gazdasági értékével összevetve kell értékelni. A gazdasági értékkel arányos árak meghatározására pedig a 252. bekezdésben kimondta, hogy először meg kell állapítani, hogy:

*„1) fennáll-e túlzott aránytalanság a ténylegesen felmerült költségek és az alkalmazott ár között, ha pedig a kérdésre a válasz igenlő, azt kell vizsgálni, 2) hogy az alkalmazott ár akár önmagában, akár a versenytársak áraihoz viszonyítva tisztességtelennek minősül-e.”*²²

Ezek alapján tehát túlzóan magas árak alkalmazása miatt egy vállalat akkor marasztalható el, ha 1) a vállalat erőfölénnyel rendelkezik a releváns piacon, 2) a vállalat árai az adott termék vagy szolgáltatás tekintetében meghaladják annak költségeit, 3) az alkalmazott ár a termék vagy szolgáltatás gazdasági értékével önmagában, vagy más vállalatokkal (például versenytársakkal) összevetve aránytalannak minősül. A feltételek kumulatívak, így bármelyik nem teljesülése esetén a túlzó árazás nem megállapítható.

Az eljáró hatóság, illetve végső soron a bíróság feladata, hogy az első pont megállapítása után meghatározza, hogy mennyivel kell meghaladnia a termék vagy szolgáltatás árának a

¹⁸ 26/75 sz. ügy, General Motors Continental NV v. Commission [1975] ECR 1367 19-22. bekezdés.

¹⁹ 76/353/EEC sz. Bizottsági Döntés, Chiquita, 1975.12.17.

²⁰ 27/76 ügy, United Brands Company v. Commission [1978] ECR 207.

²¹ 27/76 ügy, United Brands Company v. Commission [1978] ECR 207, 250. bekezdés.

²² 27/76 ügy, United Brands Company v. Commission [1978] ECR 207, 252. bekezdés.

termék vagy szolgáltatás költségét. Ezen túl pedig, hogy meghatározzon egy összehasonlítási alapot (ilyen benchmark lehet a versenytárs által alkalmazott ár), amely alapján megállapítja a termék vagy szolgáltatás gazdasági értékét, végül pedig azt, hogy milyen szintű eltérés számít tisztességtelennek.

A Port of Helsingborg ügyben²³ a Bizottság indoklásában kifejti, hogy a gazdasági érték meghatározásakor nem csak azokat a költségeket kell figyelembe venni, amik a kikötő által nyújtott szolgáltatáskor konkrétan felmerülnek, vagyis amik megjelennek a vállalat auditált pénzügyi jelentésében. A gazdasági érték részét jelentik ugyanis azon addicionális költségek és egyéb tényezők is, amelyek nem kerülnek feljegyzésre a vállalat könyveiben. Ilyen költség egyfelől az elsüllyedt költség, amelyet a vállalat a múltban realizált és már vissza nem vonható, vagyis el nem kerülhető kiadás. Másfelől pedig az alternatív költség, amely az adott terület alternatív felhasználásából fakadó bevétel elvesztését jelenti. Mivel a helsingborgi kikötő kiváló elhelyezkedésű, illetve számos infrastrukturális beruházás történt a vizsgált időszakot megelőzően, így e költségelemek jelentősek. A 227. paragrafusban a határozat az egyéb tényezők között a keresleti oldal figyelembe vételének fontosságát emeli ki: *„A keresleti oldal releváns, ugyanis a fogyasztók hajlandóak többet fizetni egy adott termék olyan specifikus tulajdonságaiért, ami miatt e terméket többre értékelik.”*²⁴ A határozat konklúziójában a Bizottság végül kifejti, hogy nem lehet az adott szolgáltatás vagy termék gazdasági értékét pusztán a felmerült költségek alapján megállapítani, hanem az ügy részletes körülményeit, illetve további nem költség típusú tényezőket - mint például a fogyasztói keresletet- is számításba véve kell dönteni.²⁵

Az Európai Bizottság gyakorlatában a túlzó árazással kapcsolatban csak néhány döntéssel végződő eset van.²⁶ Azonban ezek többsége kizáró visszaéléssel is kapcsolatba hozható, tehát nem tisztán kizsákmányoló típusú ügyek. A már említett General Motors, illetve a British Leyland ügyben²⁷ a vállalatok a gépjárművek forgalomba helyezésének engedélyezésével kapcsolatos túlzóan magas árszabásával akadályozták a párhuzamos importot és a márkán belüli versenyt. A United Brands esetben a vállalat a tagállamok államai között diszkriminatívan

²³ COMP/A.36.568/D3 ügy, Scandlines Sverige AB v. Port of Helsingborg, 2004 július 23., 209. bekezdés.

²⁴ U.o., 227. bekezdés.

²⁵ U.o. 232. bekezdés.

²⁶ Motta-Streel (2007) 30. o.

²⁷ 84 / 379 / EEC sz. Bizottsági Döntés, British Leyland, 1984.07.02.

határozta meg az árakat, míg a Deutsche Post²⁸ a külföldről érkezett levelek belföldi továbbításáért felszámolt árait találta túlzónak a Bizottság, amivel a vállalat megakadályozta a konkurens vállalatok piacra való belépését. Ezzel szemben tisztán kizsákmányoló hatású árazásra a Bizottság esetjogából csak a Port of Helsingborg ügy hozható fel,²⁹ ahol a Bizottság épp azt mondta ki, hogy a keresleti tényezőket is figyelembe kell venni, amiből az következik, hogy a versenyzői ártól való jelentős eltérés is jogszerű lehet. Az EUB 2007-ig összesen tizenöt esetet tárgyalt.³⁰ Az ügyek többsége itt is versenykizáró hatással kapcsolatba hozható magatartás miatt indult, és csak néhány eljárás az (az Ahmed Saeed,³¹ Tournier,³² a Lucazeu³³ és Centre d'insémination de la Crespelle³⁴), ami tisztán kizsákmányoló árazás miatt folytatott le az EUB. A United Brands ügy kivételével minden Bizottsági és EUB esetre igaz, hogy a vállalatok törvényi monopóliumok vagy, hogy az adott termék vagy szolgáltatás szellemi tulajdonjog védelem alatt áll. Ezen belül pedig a tisztán kizsákmányoló esetek mindegyike törvényi monopólium volt.³⁵

IV. IMPLEMENTÁLÁSI NEHÉZSÉGEK

Az előző fejezetben azt láthattuk, hogy az EUB egy kétlépcsős tesztet határozott meg a túlzó árak megállapítására. Ebben a fejezetben azt tekintjük át, hogy a teszt lépései, illetve beavatkozás esetén a lehetséges intézkedések milyen gyakorlati problémákba ütköznek. A teszt lépéseit követve először a költségekkel való összehasonlítást tárgyalom. A United Brands ügy tanulsága szerint e lépés a teszt első lépcsőjét képezi, így kihagyhatatlan a vizsgálatból. A teszt második lépcsője pedig annak megállapítására irányul, hogy az ár a versenyzői árhoz, mint viszonyítási ponthoz képest túlzó-e, tehát a versenyzői piacra jellemző ár-költség rést vagy profitabilitást jelentősen meghaladja-e, vagy akár más vállalat áraihoz vagy más földrajzi piac áraihoz képest túlzóan magasnak minősül-e. Először az ár-költség vizsgálatot tárgyalom, ezt követően pedig bemutatom a profitabilitással, más viszonyítási alappal (benchmark), majd a túlzás mértékének megítélésével, illetve az intézkedésekkel kapcsolatos problémákat.

²⁸ 2001/892/EEC sz. Bizottsági Döntés, Deutsche Post AG-Interception of cross-border mail, 2001. 07.25.

²⁹ Motta-Streel (2007) 31. o.

³⁰ U.o. 31. o.

³¹ 66/86 sz. ügy, Ahmed Saeed Flugreisen v. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs [1989] ECR 803, 43. bekezdés.

³² 395/87 sz. ügy Ministère Public v Tournier (SACEM I) [1989] ECR 2521

³³ 110/88 sz. ügy F. Lucazeau v Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique, 241/88 & 242/88 [1989]

³⁴ C-323/93sz. ügy Centre d'insémination de la Crespelle [1984] I-5077.

³⁵ Motta-Streel (2007) 31. o.

IV. 1. AZ ÁR-KÖLTSÉG ÖSSZEHAISONLÍTÁS PROBLÉMÁI - AZ ELSŐ LÉPCSŐ

Az ár-költség összevetés során többnyire az ár-költség rést szokták vizsgálni, ami a

$$\frac{p - c}{p}$$

kifejezéssel írható le. E kifejezés szolgál a piaci erő mérőszámaként is, mivel - ahogyan arról az első fejezetben volt szó- a tökéletes verseny egyensúlyi állapotban ott alakul ki, ahol az ár egyenlő a határköltséggel, így tökéletes verseny esetén – ami azt jelenti, hogy a vállalatnak nincs piaci ereje- a kifejezés értéke nulla, nullától nagyobb szám pedig piaci erőt jelent.

E módszer lényege, hogy ha a vizsgálat azt mutatja, hogy az ár-költség rés aránytalanul nagy mértékű, vagyis egy meghatározott szint felett van, akkor az túlzónak minősül.³⁶ A legalapvetőbb probléma ezzel az, hogy nem egyértelmű, milyen költségfogalmat kellene használni az egyes termékek vagy szolgáltatások költségeinek meghatározására, különös tekintettel a többtermékes vállalatokra. A közgazdaságtan szerint a vállalat rövid távú profitmaximuma ott van, ahol a határbevétel és a határköltség egyenlő, tökéletes verseny esetén pedig a határbevétel megegyezik az árral. Ez azonban már hosszú távon nincs így, mivel hosszú távon meg kell térülnie azoknak a költségeknek is, amelyek nem közvetlenül a termék vagy szolgáltatás előállításához kapcsolódnak.

Bár nincs konszenzus a legmegfelelőbb költségmegosztási módszer tekintetében, a közgazdászok egy része által leginkább támogatott megoldás a hosszú távú átlagos határköltség használata (LRAIC: Long-run Average Incremental Cost),³⁷ ami azt az összes költségmennyiséget jelenti, ami a piacra lépéshez, illetve a termék előállításának kezdetéhez szükséges, az összes termék mennyiségére vetítve. E költségek nem tartalmazzák a termék termeléséhez szükséges közös, általános költségeket, csak az adott termék előállításához közvetlenül kapcsolódó költségek számíthatók ide. Ezek alapján az LRAIC egyenlő a hosszú távú átlagos (termelés leállításával) elkerülhető költséggel (LRAAC: Long-run Average Avoidable Cost) és az elsüllyedt költségek összegével.

Abban az esetben, ha a közösen felmerült költségeket nem veszi figyelembe a döntéshozó, az veszteséget jelent a vállalat számára, amely végső soron a termelés leállításához vezethet. Ezzel ellentétben pedig, ha túl sok költséget számolhat el a vállalat egy adott termékre

³⁶ E meghatározott szintnek az erőfölény megállapításához szükséges piaci erőtl nagyobb mértékűnek kell lennie, ugyanis az erőfölény per se nem tiltott.

³⁷ O'Donough-Padilla (2006) 614. o.

nézve, akkor a túlzó ár nem kerül megállapításra, amely pedig a fogyasztóknak okoz veszteséget.³⁸ A közös költségek felosztására négy lehetséges eszközt különít el a szakirodalom.³⁹ Közgazdaságtanilag optimális esetben a közös költségek a Ramsey árak szerint kerülnek felosztásra, tehát a termék vagy szolgáltatás keresleti árrugalmasságával fordított arányban.⁴⁰ Vagyis arra a termékekre kell osztani a nagyobb közös költségrészt, amely árrugalmassága alacsony, mivel a vállalatok e termékek árát tudják magasabban tartani anélkül, hogy a keresett mennyiség jelentősen csökkenne. Bár valószínű, hogy a vállalatok a gyakorlatban ennek megfelelően igyekszenek áraikat alakítani és költségeiket allokálni, azonban ennek kiszámítása olyannyira bonyolult, hogy az OFT, brit versenyhatóság nem is nevesíti a Ramsey árakat a lehetséges felosztási elvek között.⁴¹ Ez azonban nem jelentheti azt, hogy a vállalatok ne hivatkozhatnak olyan keresleti tényezőkre, amelyek a termék vagy szolgáltatás keresleti árrugalmasságát vagy annak hiányát valószínűsíti. Ezt a megközelítést szorgalmazza Fletcher-Jardine is,⁴² mikor amellet érvel, hogy a túlzó árak megállapításánál figyelembe kell venni a vállalat termékportfólióját, ugyanis az egyik termék tekintetében felmerült túl nagy árrést elversenyezhetheti a vállalat egy kiegészítő termék piacán.

A második felosztási mód az inkrementális módszer, melynek lényege, hogy a vállalat meghatározza alaptevékenységét, amelyre az összes olyan közös költséget le kell osztani, amely akkor is felmerülne, ha csak ezt a terméket állítaná elő a vállalat. Ezt követően pedig – fontossági sorrendben – a sorban következő termék vagy szolgáltatásra csak az az inkrementális költség lép fel, amely a termékportfólió e termékkel való kiterjesztése miatt keletkezik. A szemlélet szerint a választékgazdaságosság haszna a fontosságban hátrébb sorolt termékek fogyasztóit illeti, ami nem feltétlenül felel meg a fogyasztók érdekeinek, illetve semmilyen termelési hatékonysági elv nem indokolja.

A harmadik lehetséges módszer a költség-okozatiság becslésére irányul, ahol a leggyakrabban a termékkel bevétel arányos, önköltség arányos vagy termékhez közvetlenül köthető eszközarányos megosztási módok jönnek elő. Ezek egyike sem teljesen kielégítő, mivel

³⁸ Erre az esetre példa az Ahmed Ahmed Saeed Flugreisen ügy, ahol az EUB a hosszú távú, teljesen megosztott költségstruktúrárt vett alapul, amit közgazdasági szakirodalom egy része kritikával illetett. Lásd pl. O'Doughou-Padilla (2006) 615. o.

³⁹ Infrapont (2007) 33. o.

⁴⁰ A kifejezés azt jelenti, hogy ha egy százalékkal nő a termék ára, hány százalékkal változik a termék keresett mennyisége, vagyis a fogyasztók árérzékenységének egyfajta mérőszáma.

⁴¹ Infrapont (2007) 36. o.

⁴² Fletcher-Jardine (2007) 2-3.o.

a bevétel arányos felosztásnál azzal a problémával szembesülünk, hogy tipikusan túlzó árak esetén nem működik jól, mivel e termékből a magas árak miatt sok bevétel származik, így erre nagyobb költséget kell osztani, ami ellehetetleníti a túlzóan magas árak kimutatását. A további két okozatossági módszer pedig hálózatos iparágaknál nem működik jól, ahol az önköltség vagy az eszközarány az összes költséghez képest nagyon alacsony.

Végül pedig egy felső korlátot adhat az egytermékes szemlélet, amely úgy szabja meg az indokolható költségek szintjét, ami az egytermékes vállalatnál felmerülne, ha csak ezt a terméket állítaná elő. Ez azt eredményezi, hogy a közös költségek minden egyes terméknel elszámolhatóak, így érdemes e megközelítést csak végső esetben alkalmazni, ugyanis e szemlélet várhatóan felülbecsli a felmerülő költségeket. Összességében tehát az OFT és ezzel párhuzamosan az Infrapont ajánlása szerint érdemes mind a három költségmegosztási módszert alkalmazni a megfelelő bizonyosság eléréséhez.

IV.1.1. A Profitabilitás megállapítása – Egy alternatív megközelítés

Egy másik lehetséges módja a túlzó árak megállapításának a túlzó profit megállapítása. Ebben a megközelítésben akkor tekinthető egy adott ár túlzónak, ha a tőkemegtérülés nagyobb, mint a tőkeköltség súlyozott átlaga (WACC).⁴³ Az adott termék vagy szolgáltatás profitabilitását az belső megtérülési ráta (IRR) jelzi, ami egyenlő az összes negatív és pozitív diszkontált pénzáramok összegével az adott termék vagy szolgáltatás élettartama alatt, vagyis a termék nettó jelenértékével. Ha az IRR nagyobb, mint a WACC, akkor az ár, amit a termékért vagy szolgáltatásért szabott a vállalat, túlzó. Mivel a hatóság általában csak egy rövid időszakban vizsgálja az adott árakat, így az IRR mutatót erre az időszakra súlyozzák (csonkolt IRR). A megközelítés előnye, hogy jobban figyelembe veszi a dinamikus hatékonyságot, mint például az egyszerű ár-költség összevetés. Azonban ez a módszer sem problémamentes. Ha egy nagyon gyorsan fejlődő szektort vizsgálunk, szinte lehetetlen megbízható becslést végezni, ugyanis ekkor a pénzáramok alakulásának felméréséhez sokszor nem áll rendelkezésre elegendő információ. Többtermékes vállalatokra továbbra is igaz, hogy nem egyértelmű a költségek megosztása, így nehéz az IRR mutatót kiszámolni.⁴⁴ Azonban még nagyobb problémát okoz a tőkeköltség kiszámítása, mivel a CAPM modell alapján a kockázatmentes hozamon túl

⁴³ O'Donough-Padilla (2006) 630. o. vagy Infrapont (2007) 39. o.

⁴⁴ U.o. 630-631. o.

vállalatspecifikus kockázatra, illetve piaci kockázati prémium adatokra van szükség, amelyek számszerűsítése nagyon nehéz feladat különösen olyan piacok esetén, ahol kevés szereplő van a piacon.⁴⁵

IV. 2. A BENCHMARK MÓDSZER – A MÁSODIK LÉPCSŐ

A benchmark módszer lényege, hogy a túlzó árat ár-költség rést vagy profitot más piaccal vagy más vállalattal összevetve állapítja meg. A legjellemzőbb viszonyítási pontokat (benchmarkokat) az alábbiakban részletezem.

IV.2. 1. Az időbeli összehasonlítás

Az Európai Unió intézményei olykor időbeli összehasonlítás alapján állapítják meg a túlzóan magas árakat. A Bizottság a British Leyland ügyben úgy találta, hogy a British Leyland, a nagy-britanniai közlekedési eszközök engedélyezéséért felelős törvényen alapuló monopólium, tehát erőfölényben lévő vállalat, túlzó árakat szabott a vizsgált időszakban. Az árak 600 százalékkal emelkedtek, amely nagy árkülönbség a Bizottság álláspontja szerint nem indokolt, így a vállalat árszabása erőfölénnyel való visszaélésnek minősül.⁴⁶

Ebben az esetben a domináns vállalat által szabott árakat ugyanazon termék vonatkozásában egy más időpontban szabott árakkal hasonlítják össze. Itt a legnagyobb kihívást annak megítélése jelenti, hogy az árváltozás a vállalat kizsákmányoló magatartásának köszönhető-e vagy időközben más piaci erők mozgatták az árakat, mint például keresleti vagy kínálati sokkok.

IV.2. 2. Más földrajzi piaccal való összehasonlítás

A teszt jól alkalmazható több Tagállamban vagy több egyéb elkülönült földrajzi piacon terméket vagy szolgáltatást nyújtó vállalatok esetén, mivel így kiszűrhető a különböző termékek közötti minőségi, márkabeli különbség. A United Brands ügyben a Dániában forgalmazott banán ára az Írorszáiban forgalmazott banánárhoz képest volt jelentősen magasabb. Az EUB a Tournier ügyben határozottan kimondta,⁴⁷ hogy ha egy vállalat piaci erőfölénnyel bír és az általa

⁴⁵ OECD (2011) 65. o., Infrapont (2007) 40. o., illetve Williams (2007) 136-137. o. is erre a következtetésre jut.

⁴⁶ ⁴⁶ 84 / 379 / EEC sz. Bizottsági Döntés, British Leyland, 1984.07.02., 22. bekezdés.

⁴⁷ 395/87 sz. ügy Ministère Public v Tournier (SACEM I) [1989] ECR 2521, 38. bekezdés.

nyújtott termék és szolgáltatásért érezhetően magasabb árat szab, mint az egy másik Tagállamban megfigyelhető, és ezen árak egy konzisztens alapon összehasonlíthatóak, akkor a vállalat az erőfölényével visszaél, és a kiszabott árakat túlzónak kell tekinteni. A teszt nagy problémája, hogy e konzisztens összehasonlítási alap nehezen teremthető meg. Ennek egyik oka, hogy általában nem biztosítható az összehasonlított termékek minőségbeli azonossága vagy az adott termékből hasonló mennyiség forgalomba hozatala, amelyek hatással vannak az árakra. Egy másik oka lehet a különböző áraknak, az egyes piacok sajátos adottságai, amelyek azonban nehezen kimutathatóak. Ilyen sajátosság lehet az adott munkaerő piaci helyzete, az adott keresleti viszonyok, így például a fogyasztók fizetési hajlandóságában vagy a termékek árrugalmasságában való különbségek. Mindezekon túl olyan egyéb piaci stratégiai érvek is számításba jöhetnek, mint hogy az új termékek árai sokszor olcsóbbak, így az a Tagállam, ahol később kerül forgalomba az adott termék, annak ára alacsonyabb lehet. Ezen érvek igazolása azonban nagyon nehéz feladat.⁴⁸

IV.2. 3. Versenytársak áraival való összevetés

Versenytársakkal való összevetés a releváns piacon problémás lehet, ugyanis ha egy piacon nagy árkülönbség mutatkozik egy adott termék vonatkozásában két versenytárs között, az azt eredményezi, hogy a különbség csak időlegesen állhat fenn, ugyanis a fogyasztók az árkülönbség észlelése után átváltanak a versenytárs termékére. Ha pedig az árkülönbség tartós, az azért lehetséges, mert a versenytárs terméke valamilyen tulajdonságban (például minőségben) eltér.⁴⁹ Ezért e módszer nehezen alkalmazható a túlzó árak meghatározására.

IV.2. 4. A domináns vállalat más piacon lévő áraival való összevetés

A Deutsche Post ügyben⁵⁰ a Bizottság megállapította, hogy a vállalat monopólium a releváns piacon, így a versenytársak áraival való összehasonlításra nincs mód, illetve részletes költségelemzés sem elvégezhető, ezért alternatív viszonyítási alapot kell használnia. Így a Bizottság a határkeresztező levelek esetén alkalmazott árakat a belföldi levelek esetén alkalmazott árakkal hasonlította össze, amit túlzónak talált.

⁴⁸ O'Donough-Padilla (2006). 617.o.

⁴⁹ Motta-Streel (2007) 36. o.

⁵⁰ 2001/892/EEC sz. Bizottsági Döntés, Deutsche Post AG-Interception of cross-border mail, 2001. 07.25.

Ha a domináns vállalat ugyanazt a terméket más piacon is értékesíti, a piacok összehasonlíthatóak, és az árak jelentősen eltérnek, akkor a túlzó árazás megegyezhet az árdiszkrimináció esetével. Ilyen esetben ugyanis a vállalat ugyanazt a terméket összehasonlítható helyzetben lévő fogyasztóknak, különböző áron értékesíti. Ez a benchmark lényegesen egyszerűbb, mivel összehasonlításhoz csak a más piaci adottságból fakadó különbségeket kell kiszűrnie a versenyhatóságnak a részletes költségelemzés helyett. Épp emiatt Peeperkorn és Werden javaslata abban áll, hogy a túlzó árazásos eseteket csak a kizsákmányoló hatású diszkrimináció estekörére kell szűkíteni, így küszöbölve ki az olyan gyakorlati nehézségeket, amelyek például a költségek vizsgálatából vagy a termékek összehasonlításából fakadnak.⁵¹ Azonban fontos megjegyezni, hogy az árdiszkrimináció léte nem jelent önmagában jogellenes magatartást, mivel ennek sok esetben kimutatható a pozitív jóléti hatása.⁵²

O'Donough-Padilla két feltételt állapít meg ahhoz, hogy a kompetitív ár becsléséből fakadó hibák korrigálhatóak legyenek.⁵³ Egyfelől minél több benchmark elemzést kell végezni, és csak akkor kell megállapítani a túlzó árazást, ha mindegyik ugyanarra az eredményre jut. Másfelől pedig feltétel, hogy a vállalat árai és az alkalmazott versenyzői benchmark közötti eltérés jelentős legyen, ugyanis az erőfölényben lévő vállalat árai is eltérnek a versenyzői szinttől, ami önmagában még nem jogellenes, tehát olyan eltérés szükséges, ami meghaladja az erőfölényből fakadó eltérést. Éppen emiatt érdemes lehet csak a kiugróan magas, a profitabilitásban három számjegyű eltéréseket szankcionálni, ezzel is csökkentve a felesleges beavatkozások valószínűségét.⁵⁴ A gyakorlatban nincs egységes mércéje a megengedett árrésnek, ugyanis a még tolerált ár meghatározása nem közgazdaságtani, hanem szakpolitikai kérdés.⁵⁵

IV. 3. INTÉZKEDÉSEK

A túlzó árazás ellen indult esetek egyik legnagyobb problémája, hogy nem áll a versenyhatóság rendelkezésére olyan eszköz, amivel elérhetné a beavatkozás célját. Ahogyan azt F. Jenny az OECD Verseny Bizottságának elnöke kifejti, „... még ha létezik is [ez az ügýtípus], semmit sem tehetünk az ügyben (...), még ha találunk is egyet, nem tudjuk, mit kezdjük vele. Az

⁵¹ Peeperkorn (2009) 629-630. o. és Werden (2009) 703. o.

⁵² Motta-Streel (2007) 36. o.

⁵³ O'Donough-Padilla (2006) 638. o.

⁵⁴ Peeperkorn szerint ez hozzávetőleg meg is valósul a tagállamokban. Kb. 200-300 százalékos profit esetén avatkoznak be a hatóságok. Peeperkorn (2007), 695. o.

⁵⁵ Williams (2007) 152. o.

*intézkedések alkalmazása árszabályozóvá változtatna minket, ami mint mindannyian tudjuk, szörnyű sors lenne.*⁵⁶ Az árszabályozás nem lehet megfelelő megoldás, mivel a benchmarkként szolgáló versenyzői árak is nehezen megállapíthatóak, azt pedig, hogy a vállalatnak e szint felett hol kellene árait megállapítania, csak kivételes esetben határozható meg. Továbbá pedig sem a versenyhatóságnak, sem a bíróságnak nincsenek elegendő eszközei a megfelelő, iparág-specifikus információk megszerzésére vagy egyéb monitoring tevékenységre. Szintén nem lehet megfelelő eszköz a bírság vagy egyéb büntetés kiszabása az objektív magatartás előírás hiánya miatt, ugyanis a túl magas árak tartós fennállta sokkal inkább a piac szerkezetére utal, sem mint a vállalat felróható magatartására,⁵⁷ hiszen ez a vállalat profitmaximalizáló tevékenységéből fakad. Így a strukturális szankció, a versenypártoló eszközök alkalmazása célszerű. A piacra való nagy belépési korlátok csökkentése növeli a versenyt, vagyis elősegíti a piaci mechanizmus beindítását, ami az árak csökkenéséhez vezethet. Azonban még ezzel a lehetőséggel is akadhat probléma, ugyanis azt, hogy az adott beavatkozás valóban alkalmas-e a belépési korlátok csökkentésére, és az valóban a verseny növekedését okozza-e, nehéz előre meghatározni.⁵⁸

E fejezetben azt mutattam be, milyen módszertani nehézségek merülnek fel a túlzó árak megállapítása során. Ahogyan az a fenti érvekből kiderült, a nehézségek oly annyira súlyosak, hogy önmagában ez a tényező is elrettentheti a versenyhatóságot a beavatkozástól. A következő fejezetben pedig olyan további, elméleti érveket tekintek át, amelyek a túlzó árak miatti beavatkozás feleslegességét támasztják alá.

V. A BEAVATKOZÁS ELLENI ÉS MELLETTI ÉRVEK

V. 1. A BEAVATKOZÁS ELLENI ÉRVEK

V. 1. 1. Definíció szerint nem létezik

A túlzó árak meghatározásánál referenciapontként a versenyzői árakat használjuk. Azonban ez nem található meg minden piacon, mivel az árak az adott piac struktúrájától függenek, úgymint például a termékek homogenitása, piaci szereplők száma, belépési korlátok vagy aszimmetrikus információk fennállta. Ezek függvényében az árak a versenyzői ár és a

⁵⁶ Frederic Jenny problémafelvetése a Fordham Konferencián, Jenny és mtsai. (2009) 667. o.

⁵⁷ Motta-Streel (2007), 40. o.

⁵⁸ O'Donough-Padilla (2006), 628. o.

monopol ár között alakulhatnak,⁵⁹ mivel a monopóliumnak sem érdemes a profitmaximalizáló ár fölé emelnie az árakat, ugyanis ekkor olyan nagymértékben csökken a termék keresett mennyisége, hogy az áremelés nem kompenzálja kevesebb értékesített mennyiség okozta profit kiesést. Ha elfogadjuk, hogy a vállalatok természetes magatartása a profitmaximalizálás, és hogy a domináns pozíció per se nem jelent visszaélést, akkor arra a következtetésre kell jutnunk, hogy a monopol ár alkalmazása sem jelenthet jogellenes magatartást.⁶⁰ A Port of Helsingborg ügy azért kifejezetten tanulságos, mert azzal, hogy a Bizottság kimondta, hogy a viszonyítási pont meghatározásánál figyelembe kell venni a termék iránti keresletet, illetve alternatív és elsüllyedt költségeket, azzal azt mondta ki, hogy a túlzóan magas árat a vállalat piaci helyzetének megfelelő profitmaximalizáló árakhoz kell mérni. Vagyis, egy ár csak akkor lehetne túlzó, ha a vállalat a profitmaximalizáló ár fölötti árat szabna.

Wahl felhívja a figyelmet, hogy az európai gyakorlatban egyetlen ilyen ügy van, a British Leyland jogi monopólium elleni ügy, ahol a vállalat azért szabott a profitmaximalizáló ár fölötti termékdíjat, mert így kívánta korlátozni eladásait.⁶¹ Ilyen magatartással szemben a versenyhatóság versenykorlátozás miatt is felléphet. Továbbá Wahl hozzáteszi azt is, hogy az Európai Unió szintű marasztaló esetek mindegyike tartalmaz valamilyen kizáró magatartást is.

V. 1. 2. Innováció, beruházás

Egy másik érv a túlzó árak alkalmazása elleni fellépéssel szemben, hogy csökkenti vagy elrettenti az új belépőket a piacra lépéstől.⁶² Az árak a piaci mechanizmus működésének alapvető feltételei, mivel legfőbb szerepük az információk közvetítése. Az árváltozás információt szolgáltat arról, hogy az inputtényezők ára hogyan alakul, az árak abszolút szintje pedig arról, hogy mennyire jövedelmező az adott termék vagy szolgáltatás nyújtása, illetve hogy a versenytársaknak érdemes-e belépnie a piacra. Ha beavatkozunk a szabad árak alakulásába – jelen esetben csökkentjük a termék vagy szolgáltatás árát – azzal egyfelől ezt az információt eltorzítjuk, így a versenytársak kevésbé látják jövedelmezőnek az adott piacot, így csökken az új

⁵⁹ Bizonyos esetekben (például új termék piacra vezetése) előfordulhat olyan stratégiai viselkedés is, ami a versenyzői ár alatti értékesítést vonja maga után.

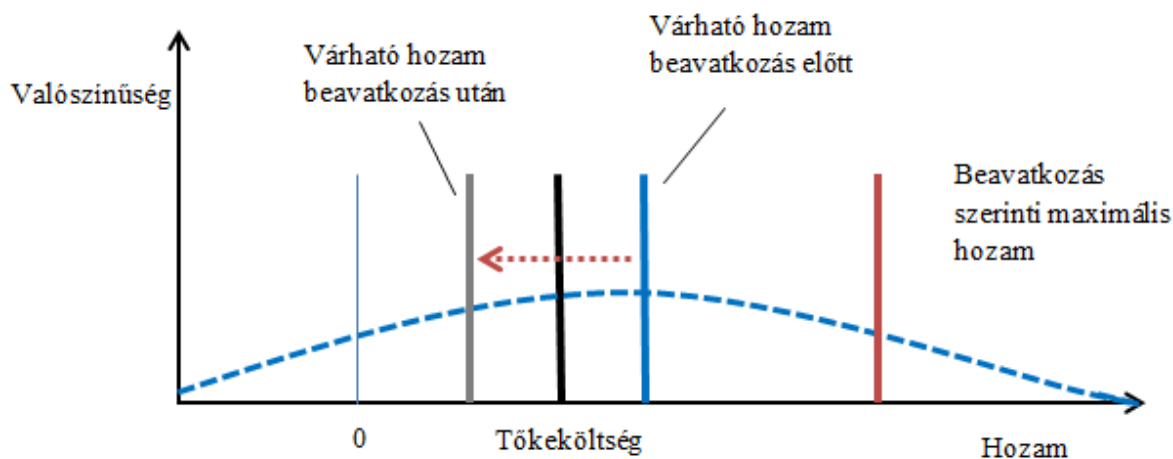
⁶⁰ Wahl (2007) 51. o.

⁶¹ Wahl (2007) 53. o.

⁶² Motta-Streel (2007), 17. o

belépők száma. Az új belépők ösztönzése azért fontos, mert ezzel növelhető a verseny az adott piacon, amely az árak csökkenéséhez, illetve a helyettesítő termékek megjelenéséhez vezet. Vagyis az árak csökkentése egy versenyzői piacon a versenynyomás csökkenéséhez, így a fogyasztói jólét csökkenéséhez vezet hosszú távon.

Másfelől a túlzó ár elleni beavatkozás a domináns vállalat befektetéseit is csökkenti, ugyanis a befektetések megtérülését rontja. A magas árak és a profit a vállalat erőfeszítésének jutalma, illetve az adott iparágra jellemző kockázat vállalásának mértékével arányos, kockázatvállalás kompenzációját szolgálja. Mivel egy beruházás csak akkor valósul meg, ha a beruházásból származó várható hozam meghaladja a tőkeköltségeket, így az ex post beavatkozásnak negatív hatása van a beruházásokra, mivel a hozam maximalizálásával az ex ante várható hozam csökken. Ezt az alábbi ábra szemlélteti.



2. ábra: A túlzó árak elleni szigorú beavatkozás politika hatása. Forrás: Evans-Padilla (2004)

A kék szaggatott vonal a várható hozam eloszlását jelöli, míg a kék vastag vonal a várható hozamot. A felső korlát lecsökkenti az ex ante várható hozamot, így azok a beruházások nem tudnak megvalósulni, amelyek várható hozama így a tőkeköltsége (fekete vastag vonal) alá esik. Ha pedig csökkennek a beruházások, az a minőségjavulás vagy költségcsökkenés elmaradása miatt hosszú távon kárt okoz a fogyasztóknak.

V. 1. 3. szabályozóvá válás

Az egyik legtöbbet hangoztatott érv a beavatkozás ellen az, hogy a versenyhatóság ezekben az esetekben szabályozó hatássá válna, mivel meg kell mondania, hogy a vizsgált ár mihez

képest és mennyire magas, illetve, hogy mi lenne a megfelelő árszint. Ehhez azonban sem felkészültsége, sem erőforrásai nem állnak rendelkezésére.⁶³ Egyfelől, a versenyhatóságnak nem állnak rendelkezésre azok az információk, tapasztalatok, illetve az a rendszerszintű szaktudás, amellyel egy ágazati szabályozó hatóság rendelkezik. Másfelől pedig a versenyhatóság egyes esetekben történő beavatkozása nem lehet hatékony, ugyanis még ha lehetséges is a probléma kezelése, hosszú távú megoldásához szükség van rendszeres ellenőrzésre, monitoring tevékenységre, a piaci körülmények változásával felülvizsgálatra, amely a versenyhatóságnak nem szerepe, illetve az ahhoz szükséges kapacitás sem áll rendelkezésére. A versenyhatóság ilyen szerepkör magára vállalásával olyan értékes erőforrásokat áldoz fel, amelyeket nagyobb fogyasztói jólétveszteséggel járó esetek felderítésére fordíthatna.

V. 1. 4. Jogbiztonság vagy hatékonyság hiánya

A túlzó árak ellenei fellépésben nagy problémát okoz a jogbiztonság hiánya. Ugyanis nincs olyan módszertan, amely közgazdaságtanilag indokolható és kiszámítható lenne, amihez a vállalatok magatartásukat igazítani tudnák. Azonban még ha elvi szinten kialakítható is lenne egy közgazdaságtanilag hatékony teszt, egy vállalat akkor sem tudná megfelelően követni azt, ugyanis többnyire olyan információra van szüksége, amely csak a versenyhatóság számára érhető el (pl. versenytársak költségadataira vonatkozóan).

Ezzel kapcsolatban Evans és Padilla egy lehetetlenségi teorémát fogalmazott meg. Eszerint *„nincs olyan ár-költség vagy profitmaximum benchmark, amivel a 102. cikk a) bekezdése implementálható lenne olyan értelemben, hogy a következő két feltételnek megfelel: 1) objektív és 2) hatékony.”*⁶⁴ A szabály akkor objektív, ha következményei előre prediktálhatóak. Ahhoz, hogy egy szabály az objektivitás kritériumát teljesíteni tudja, három feltételnek kell ex ante megfelelnie. 1) meg kell tudni határozni azt árat vagy azt a profitot, ami összehasonlítási alapként szolgálhat. 2) definiálni kell egy ellentmondásmentes összehasonlítási alapot (pl. ország, időhorizont,) és 3) azt a kritikus értékhatárt, amit túllépve már jogsértőnek tekinthető a magatartás. Egy szabály akkor hatékony, ha csak akkor tartja túlzónak az alkalmazott árat, ha hosszú távon kárt okoz a fogyasztóknak. Úgy vélik, hogy a természetes monopóliumok és

⁶³ Motta-Streel (2007), 19. o.

⁶⁴ Evans -Padilla (2004), 19-20. o.

oligopóliumok szabályozásáról szóló több évtizednyi vita után, szinte bizonyosak lehetünk abban, hogy-e e két kritérium egyszerre nem teljesülhet.⁶⁵

V. 2. A BEAVATKOZÁS MELLETTI ÉRVEK

A beavatkozás nehézségeit általában nem vitatja a szakirodalom, azonban Bruce Lyons határozottan felhívja a figyelmet a túlzó árak negligálásának paradoxonjára.⁶⁶ Ha nem lép fel a versenyhatóság a kizsákmányoló magatartások ellen, akkor a 102. cikk rendelkezései alapján csak a kizáró magatartások szankcionálhatóak. A kizáró magatartások vizsgálatakor a legfőbb szempont a verseny folyamatának védelme és nem a versenytársak védelme. Ahogyan azt Nellie Kroes, a Bizottság versenyjogi biztosa kifejti: *„Szeretem az agresszív versenyt - beleértve a domináns vállalatok által keltettet is - és nem érdekel, ha ez sérti a versenytársakat addig, amíg ebből a fogyasztók profitálnak. Ez azért van, mert a 82. cikk fő és végső célja a fogyasztók védelme, amely megköveteli a torzítatlan piaci mechanizmus védelmét.”*⁶⁷ Vagyis a versenyhatóság csak azokat a versenytorzító magatartásokat szankcionálja, amelyek a fogyasztókra nézve károsak. Így viszont abba az ellentmondásba keveredünk, miszerint *„jó, ha azokat a magatartásokat tiltjuk, amelyek közvetetten kizsákmányolják a fogyasztókat, de rossz, ha azokat, amelyek közvetlenül.”*⁶⁸ Ehhez kapcsolódik a Peeperkorn által kifejtett jogi érv is, miszerint ha a 102. cikk célja a fogyasztók védelme, akkor ezt a rendelkezésre álló eszközökkel ki kell kényszeríteni. Ha erre két eszköze is van a versenyhatóságnak, az nem lehet, hogy mindig csak az egyik megoldás legyen megfelelő.⁶⁹ Ebben a kérdésben azonban sem Peeperkornnal, sem Lyons-szal nem értek egyet, mivel nem egyértelmű, hogy ha két eszköz közül az egyik hatékonyabb, akkor miért kellene a másikat is alkalmazni. Vagyis, ha a fogyasztók védelmének közvetlen módja problémás, nem tekinthetjük paradoxonnak e lehetőség kihagyását.

Az ellentmondásnál meggyőzőbb érv lehet, hogy ha a túlzó árazás kikerül a versenyhatóság gyakorlatából, akkor túl magas árak elleni fellépésnek csak magánjogi útja marad. Ekkor a túlzó árak jogellenességét általános bíróság tárgyalja, amely még kevésbé képes kezelni a bemutatott problémákat, így nagyobb lesz az esélye annak, hogy a bíróság rossz

⁶⁵ U.o. 19-20.o.

⁶⁶ Lyons (2007).

⁶⁷ Nellie Kroes (2005).

⁶⁸ Lyons (2007) 70. o.

⁶⁹ L. Peeperkorn (2009), 679. o.

döntéseket hoz.⁷⁰ Emiatt, még ha az ügyek nagy kapacitás igényűek is, érdekesebb a versenyhatóság hatáskörében hagyni, mivel annak nagyobb tapasztalata van, mind az elindításra érdemes ügyek körének megválogatásában, mind azok elbírálásában.

A beavatkozás melletti egyik legmeggyőzőbb érv, hogy kifejezetten alkalmas a kizsákmányoló árak elleni fellépés azoknál az eseteknél, ahol az erőfölény versenykizáró magatartás eredményeként jött létre, azonban a kizáró magatartás ellen már nem lehet fellépni („gap cases”). Az ilyen piacokon többnyire magas belépési korlátok vannak, így alkalmas intézkedés is azonnal adódik a belépés könnyítése révén.

Mindezekén túl talán a legnyomósabb érv politikai természetű. Ezek szerint azoknak a fogyasztóknak, akik kizsákmányolva érzik magukat, nehéz lenne elmagyarázni, hogy a versenyhatóság azért nem lép fel a magas árakkal szemben, mert ha ezt tenné, azzal szabályoznia kellene az árakat és rendszeresen ellenőrizni azokat, ami túl nagy kapacitásokat igényelne, illetve hogy azért nem lép közbe, hogy ezzel a fogyasztók javát szolgálja. Ezért különösen az átmeneti gazdaságok, ahol mélyen gyökerező hagyománya és kultúrája van annak, hogy az állampolgárok a kormányzattól várják a kizsákmányoló magatartás elleni segítséget, és nincs szabályozó hatóság sem, fontos lehet a túlzó árazás elleni fellépés lehetőségének fenntartása.

VI. SZINTÉZIS: SZŰRÉS

A fentiekből látható, hogy mind a beavatkozás elleni, mind a beavatkozás melletti érvek figyelemre méltóak. A két megközelítés közötti ellentmondás úgy oldható fel, ha meghagyjuk a versenyhatóság számára a beavatkozás lehetőségét, de csak arra az esetkörre korlátozzuk, amelyeket az ellenérvek nem, vagy csak kevésbé támadnak. Ez biztosítja azt, hogy a versenyhatóság csak olyan esetekben lépjen fel, ahol a beavatkozással elérhető hasznon nagyobb, mint az általa okozott hatékonyság veszteség.

Az uniós esetjog alapján felmerülhet, hogy a beavatkozás körét a „gap cases” esetekre kellene szűkíteni, mivel –ahogyan arról fentebb volt szó- minden marasztalással végződő esetben felfedezhető volt a versenykizáró elem a vizsgált magatartásban.⁷¹ Illetve, mind a Bizottság, mind az EUB a United Brands esetet leszámítva csak törvényi monopóliumokat vagy szellemi

⁷⁰ Lyons (2007). 80. o.

⁷¹ Lásd: Wahl (2007) 53.o. és Motta-Streel (2007) 30. o.

tulajdon védelme alatt álló termékeket vagy szolgáltatásokat vizsgált, így ésszerű lenne, továbbra is csak ilyen esetekben eljárniuk.⁷² Bár ezek az esetekörök tagadhatatlanul fontosak, nem feltétlenül fedik le a lehetséges beavatkozás körét.⁷³ Így a következőkben a szakirodalomban megjelent szűrőkritériumokat veszem számba, majd a levonható következtetések alapján javaslatot teszek egy lehetséges szűrőmechanizmus felállítására.

A szakirodalomban konszenzus van arról, hogy a versenyhatóságnak csak nagy és tartós belépési korlátok esetén szabad beavatkoznia. A szakirodalom három típusú belépési korlátot különböztet meg.⁷⁴ Egyfelől lehetnek jogi korlátok, ahol a domináns vállalat erőfölénye valamilyen különös jogosítványból fakad. Másfelől lehetnek strukturális korlátok, amit a piac szerkezete, a kereslet és költségszerkezet sajátosságai alakítottak ki. Harmadrészt pedig lehetnek olyan korlátok, amelyeket az inkumbens vállalat állít a belépni szándékozó versenytársak kizorítására. Ezeket stratégiai korlátoknak hívjuk. Tipikusan ez utóbbi korlátok fennálltát vizsgálja a versenyhatóság kizáró magatartások elleni fellépéskor, így a kizsákmányoló típusú magatartásoknál főként az első két korlát jelenik meg.

További kritérium, hogy a versenyhatóság csak akkor avatkozzon be, ha a vizsgált vállalat különösen nagy piaci részesedéssel bír, aminek forrása nem a közelmúlt beruházásainak vagy innovációjának eredménye. Ilyen forrásnak tekinthetők például a korábbi jogi monopóliumok, illetve a „gap cases” esetek, amelyekben az erőfölény olyan versenykizáró magatartás miatt keletkezett, amelyek ellen a versenyhatóság jogi okokból már nem tud fellépni. Az első és második kritérium nagyon hasonlít egymáshoz, mivel e nagy piaci erő tartósan csak nagy belépési korlátokkal tartható fenn. Fontos megemlíteni, hogy mindkét kritérium a verseny önszabályozó mechanizmusának megszűnését írja le, vagyis piaci kudarc hívja fel a figyelmet. Így ha e kritériumok teljesülnek, a vállalat helyzetét szuperdominánsak tekinthetjük.⁷⁵ Paulis érvelése szerint nem szükséges külön kritériumként említeni a nagy piaci erőt és annak forrását,

⁷² Motta-Streel (2007) 31. o.

⁷³ Erre lehet példa egy korábbi törvényi monopólium, ahol a nagy belépési korlátok miatt a vállalat továbbra is jelentős piaci erővel rendelkezik.

⁷⁴ OECD (2011), 49. o.

⁷⁵ Ezt az elnevezést használja Motta-Streel (2007), de megjelenik a dél-afrikai *Mittal Steel v. Harmony* 13/CR/Feb04 számú esetben is, ahol a Tribunal Court nem vizsgálta a Mittal-Steel árait, hanem a szuperdominancia ténye és a vállalat ösztönözöttsége a magas árak alkalmazására elegendőek voltak a visszaélés megállapításához.

mivel a tartós belépési korlátok magában hordozzák azt, illetve a szerző nem is támaszt egyéb kritériumot a versenyhatóság beavatkozása elé.⁷⁶

A beruházások, illetve innováció szerepe több tesztben is megjelenik, azonban ennek hangsúlya némileg eltér. Ahogy említettem Paulis nem tartja fontosnak e kritériumot, Röllér,⁷⁷ Motta-Streel⁷⁸ pedig impliciten utal rá, mivel Röllér szigorúan csak a „gap cases” esetekben engedi meg a beavatkozást, míg Motta-Streel a szuperdominancia forrásaként a „gap cases” eseteken kívül, a különleges jogosítványokat is elfogadhatónak tartja a beavatkozás indokaként. Fletcher-Jardine⁷⁹ külön nevesíti, hogy az ex ante beruházások szerepét figyelembe kell venni, azonban O'Donough-Padilla⁸⁰ határozottan kifejezi, hogy nem csak a dominancia forrásaként, vagyis múltbeli beruházást vagy innovációt kell figyelembe venni, hanem jövőbelit is, vagyis nem szabad beavatkozni, ha az adott piacon az innovációnak vagy beruházásoknak nagy szerepe van. Ennél még szigorúbb az Evans-Padilla⁸¹ által javasolt kritérium, miszerint csak akkor szabad beavatkozni, ha nem merül fel a kockázata annak, hogy a magas árak szabályozása új termék vagy szolgáltatás megjelenését akadályozza.

A következő legsűrűbben említett kritérium, hogy ne létezzen ágazati szabályozó⁸² az adott piacon, vagy az valamely más okból akadályozva legyen az eljárásban.⁸³ A szektoriális szabályozó ugyanis inkább képes hosszú távú megoldást nyújtani, árszabályozni az adott piacon, így feleslegessé válik a versenyhatóság beavatkozása, és értékes kapacitások szabadulhatnak fel. Ez azonban vitatott. Motta-Streellel és Röllérral szemben Paulis szerint akkor is érdemes beavatkozni, ha ágazati szabályozó képes eljárni, mivel elképzelhető, hogy a szabályozó nem akar beavatkozni az adott kérdésben vagy az általa előírt ár versenytorzító. Ezen felül pedig fontos érv, hogy az ágazati szabályozók az adott ágazat szempontjait akaratlanul is előnyben részesíthetik a verseny erősítésével szemben (regulatory capture), míg a versenyhatóság számos iparágat vizsgál, így e jelenség nem merül fel a vizsgálatok során.

⁷⁶ Paulis (2007) 6. o.

⁷⁷ Röllér (2007), 7. o.

⁷⁸ Motta-Streel (2007), 22-25. o.

⁷⁹ Fletcher-Jardine (2007), 12. o.

⁸⁰ O'Donough-Padilla (2006), 638. o.

⁸¹ Evans-Padilla (2004), 30. o.

⁸² Itt fontos megjegyezni, hogy ágazati szabályozó piaci jelenléte alatt azt értem, hogy a vizsgált termék vagy szolgáltatás árának meghatározására az ágazati szabályozónak hatásköre van vagy a termék vagy szolgáltatás jellegből fakadóan lennie kellene.

⁸³ OECD (2011), 51. o.

További szűrő kritériumok közé tartozik Fletcher-Jardine részéről, hogy az adott termék vagy szolgáltatás ne álljon szabadalmi védettség alatt,⁸⁴ illetve hogy a beavatkozás csak olyan eseteket érintsen, ahol lehetséges alternatív intézkedés, vagyis az árszabályozás, illetve bírság kiszabása kerülendő. A vállalat árazására tekintettel Evans-Padilla pedig további szűrést javasol, miszerint nem szabad eljárni olyan esetekben, ahol az ár nem haladja meg az átlagos teljes költséget, míg Fletcher-Jardine pedig azt, hogy a vállalat költségeivel való összevetésben figyelembe kell venni a portfólióhatást. A szűrőfeltételeket a következő táblázat foglalja össze:

	Paulis	O'Donough-Padilla	Röller	Fletcher-Jardine	Motta-Streel	Evans-Padilla
I.	jelentős és tartós belépési korlátok	belépési korlátok leküzdhetetlenül nagyok	jelentős és tartós belépési korlátok vannak és a piac önkorrekciós mechanizmusa megszűnt	a piacra nem várható belépés	jelentős és tartós belépési korlátok vezettek a vállalat szuperdominanciájához	leküzdhetetlenül nagy belépési korlátok
II.		egy olyan vállalat van a piacon, amelynek nagyon nagy piaci ereje van	„gap cases”	figyelembe kell venni az ex ante beruházást	szuperdominancia különleges jogosítványok miatt vagy „gap cases” miatt keletkezett	közel monopol helyzet, és a piaci erő nem a közelmúlt beruházásainak vagy innovációinak eredménye
III.		olyan piacról van szó, ahol az innovációnak és beruházásoknak nincs jelentős szerepe	nincs ágazati szabályozó vagy az akadályozva van	nem szabad árszabályozást alkalmazni, bírságot kiszabni vagy kártérítési pert engedélyezni	nincs ágazati szabályozó szervnek hatásköre	felmerül a kockázat, hogy a magas árak szabályozása megakadályozza új termék vagy szolgáltatás megjelenését
IV.			strukturális intézkedés nem érhető el	nincs szabadalom az adott termék tekintetében		az ár meghaladja az átlagos teljes költséget
V.				figyelembe kell venni a portfólió hatást		

1. táblázat: A szakirodalomban felmerült szűrőkritériumok.

⁸⁴ A Bizottság a Rambus elleni döntésében azt mondta, ki, hogy a szabadalmi védettség nem gátja a túlzó árak megállapításának. COMP/38.636 sz. Bizottsági döntés, Rambus 2009. 12. 09.

Úgy vélem, a szűrőfeltételeknek mindenképpen a piaci kudarcra kell reagálniuk, vagyis ki kell szűrni azokat az eseteket, ahol a piac önműködő mechanizmusa korrigálni tudja a kialakult helyzetet. Fontos kiszűrni a dinamikus iparágakat, ahol a technológia még nem kiforrott, így jelentős beruházás vagy innováció várható a piacon, illetve azokat az eseteket, ahol ágazati szabályozó van. Bár elméleti szempontból indokolt lehet, de szinte lehetetlenné teszi a beavatkozást Evans-Padilla harmadik feltétele, amely új termék vagy szolgáltatás megjelenésének kockázata alapján javasolja a szűrést úgy, hogy azt nem előzte meg beruházás vagy innováció, ugyanis azt a második pont már kizárja. Ennek eldöntése rendkívül nehéz feladat. A további kritériumok az intézkedésekről vagy a költségekről logikailag nem ide tartoznak, ugyanis szűréskor a versenyhatóság arról dönt, mely esetekben indítson eljárást, míg ezen kritériumok csak a vizsgálatkor merülnek fel. Ezek alapján a Motta-Streel feltételeket tartom követendőnek azzal a változtatással, hogy azokat az eseteket is kiszűrjem a beavatkozás köréből, ahol a jövőben innováció vagy beruházás várható. Tételesem ezek a következők:

1. Jelentős és tartós belépési korlátok, és nagyon nagy piaci erő („szuperdominancia”)

E feltétel biztosítja, hogy csak olyan esetekben avatkozzon be a hatóság, ahol a piaci mechanizmus nem működik, tehát piaci kudarc lép fel. Ilyen esetekben nem várható új belépő vagy belépéssel fenyegetés, tehát várhatóan nem jelenik meg olyan erő, ami a vállalat árait csökkenésre kényszerítené.

2. A piacon az innováció vagy beruházás a közeljövőben nem várható, a szuperdominancia forrása is más tényezőkből fakad.

Ez azért szükséges, hogy kizárjuk a vizsgálat tárgyából azokat az eseteket, ahol a piaci erő az inkumbens vállalat korábbi innovációjából vagy beruházásából fakad. Ide tartoznak az állam által garantált különleges jogok vagy a „gap cases” esetek. Ezen túl pedig ez a megfogalmazás O'Donough-Padilla által javasolt kritériumhoz hasonlóan nem csak a vállalat múltbeli innovációja alapján zárja ki a beavatkozást, hanem akkor is, ha a közeljövőben várható a piacon a jelentős beruházás vagy innováció.

3. A piacon nincs ágazati szabályozó vagy az a beavatkozásban akadályozva van

Szabályozói kudarc esetén (pl. regulatory capture vagy, ha a szektoriális szabályozó politikai okokból nem avatkozik be) fel kell lépnie a versenyhatóságnak, azonban egyéb esetekben nem. Elképzelhető olyan helyzet, hogy a szabályozó versenytorzító árat határoz meg, azonban ilyen esetben nem a vállalat felelősségét kell elsősorban megállapítani, hanem a szabályozónál kezdeményezni az adott árszabályozás felülvizsgálatát. Ha ágazati szabályozó jelen van az adott szektorban és az adott magatartás szabályozására hatásköre van vagy nincs hatásköre, de kellene, hogy legyen, a versenyhatóságnak nem szabad túlzó árak miatt beavatkoznia, hanem kezdeményeznie kell az adott termék vagy szolgáltatás árának szabályozását.

Bár úgy tűnik, hogy a legfontosabb elméleti problémákat kikerülhetők a szűrőmechanizmus által, az implementációs nehézségek még továbbra is fennmaradnak. Ezt hangsúlyozza Paulis is, aki szerint a gyakorlati problémák *„annyira meggyőzőek, és a versenyhatóság kockázata, hogy rossz döntést hoz, oly annyira nagy, hogy túlzó árak miatt csak legvégső esetben kellene beavatkozni.”*⁸⁵

VII. A MAGYAR JOGGYAKORLAT

Ebben a fejezetben azt vizsgálom, hogy az uniós joggyakorlat és a szakirodalom tanulságai hogyan érvényesülnek a magyar joggyakorlatban. Összességében a fent megállapítottak alapján a túlzó árazás meghatározására az alábbi következtetések vonhatóak le. A túlzó árazás miatt indult esetekben a hatóságnak csak a következő három kumulatív feltétel teljesülése esetén célszerű beavatkoznia: 1) a piacon jelentős és tartós belépési korlátok vannak, a vállalatnak nagyon nagy piaci ereje van (szuperdominancia); 2) a piacon az innováció vagy beruházás a közeljövőben nem várható, így a szuperdominancia forrása is más tényezőkből fakad; 3) a piacon nincs ágazati szabályozó vagy az a beavatkozásban akadályozva van. Ha a versenyhatóság az eljárást megindította, azt vizsgálja, hogy a vállalat (1) erőfölénnyel rendelkezik-e; (2) árai jelentősen meghaladják-e a költségeit; (3) árai aránytalan viszonyban vannak-e (önmagában vagy benchmarkhoz képest) a gazdasági értékkel, amely a versenyzői ár. A versenyhatóságnak az összes lehetséges benchmarkot érdemes vizsgálnia, és ezek összhangja esetén javasolt csak jogsértést megállapítani. Az eltérésnek jelentősnek kell lennie, a szakirodalom három

⁸⁵ Paulis (2007) 3. o.

szemjegyű eltérést javasol. Amennyiben a versenyhatóság jogsértés állapít meg, a fent tárgyaltak alapján lehetséges intézkedések közül a versenyhatóságnak leginkább strukturális szankciót javasolt alkalmaznia, szemben a bírsággal vagy árszabályozással. A következőkben ennek mentén a szűrőmechanizmusra, a benchmarkra és az intézkedésekre levont tanulságok érvényesülését vizsgálom a magyar joggyakorlatban.

A magyar jogrendszerben a túlzó ár tilalmát a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 21. § a) pontja mondja ki. Ezek szerint „tilos a gazdasági erőfölénnyel visszaélni, így különösen az üzleti kapcsolatokban - ideértve az általános szerződési feltételek alkalmazásának esetét is - tisztességtelenül vételi vagy eladási árakat megállapítani, vagy más módon indokolatlan előnyt kikötni, vagy hátrányos feltételek elfogadását kikényszeríteni.” A GVH elvi állásfoglalása szerint⁸⁶ az ár akkor minősül túlzottan magasnak, ha meghaladja a gazdaságilag indokolt költségek és a befektetés adott szakmát jellemző kockázatával arányban álló hozama alapján adódó („tisztességes”) nyereség összegét. A jogszabály betartatása érdekében a Tpv. 33. §-a szerint Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jár el. A túlzottan magas ár elleni versenyfelügyeleti eljárások száma 2002 óta az alábbiak szerint alakult.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Összesen
VT döntésével végződő eljárások (a megindítás éve szerint)	6	15	10	13	10	8	3	2	2	0	1	0	70
Jogsértés	1	3	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	8
Kötelezettségvállalás	0	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	5
Ebből a nem kábeltelevíziós ügyek	4	4	4	8	2	6	3	2	2	0	1	0	36
Jogsértés	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	4
Kötelezettségvállalás	0	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	5

2. táblázat: A túlzó árazás miatt indult eljárások 2002-2013 között.

⁸⁶ Versenyfelügyeleti értesítő 2000. évi 5. számban megjelent 78. elvi állásfoglalás. Lásd: Pl. Vj 033/2004, Vj 031/2005 ügyszámú esetek.

A táblázat adatait a GVH oldaláról elérhető összes erőfölénnyel való visszaélés kapcsán indított döntés közül válogattam ki, így a táblázat 2002-től az összes közzétett esetet tartalmazza. Igyekeztem a GVH országgyűlési beszámolóiból tájékozódni, azonban ezek csak azon ügyeket nevesítik, amelyek jogsértéssel vagy kötelezettségvállalással végződtek, illetve a GVH oldalán lévő tematikus döntvénykeresőt használni, ez azonban nem vezetett megfelelő találati eredményhez. Az összesítés nem tartalmazza azokat az eseteket, ahol nem ár, hanem valamilyen indokolatlan előny vagy hátrányos feltétel kikényszerítése miatt indultak (pl. bankok vagy más pénzüzetek ellen indult ügyek a végtörlesztés díjszabása miatt). A vizsgált ügyekben jól elkülöníthetőek a kábeltelevízió társaságok ellen indított eljárások, mert ezen ügyeket nagyon hasonló módszerrel vizsgálta a GVH.⁸⁷ Dolgozatomban főként a nem kábeltelevízió társaság ellen indított ügyeket tárgyalom, mert azok módszertani megközelítése informatívabb. Így összesen 36 esetet tekintettem át, melyből négy ügy marasztalással, öt eset pedig kötelezettségvállalással zárult.

A számokból látható, hogy 2007 után a nem kábeltelevízióval kapcsolatos ügyekben hozott döntések száma is lecsökkent. Ennek oka lehet az E.ON Észak-dunántúli Áramszolgáltató Zrt. (ÉDÁSZ) ellen indított ügyben hozott döntés,⁸⁸ melyben a Versenytanács az indokolás 44. bekezdésében kifejti, hogy még a monopólium fennállása esetén sem egyértelműek a beavatkozás melletti érvek, ugyanis a monopolhelyzet kiváló teljesítménnyel való elérése nem hogy veszélyt nem jelent, de kifejezetten a fogyasztók hosszú távú érdekét szolgálja, mivel a nagyobb profit - mely a nagyobb ár miatt alakult ki-, növeli a versenytársak belépését, illetve helyettesítő termékek fejlesztését. Ez azért lehet így, mert a monopol ár e kiváló teljesítmény jutalma, melyet beruházások és innováció előzött meg, így a beavatkozás csökkentené a beruházások megtérülését, és így a vállalkozási kedvet. Igaz, ez az álláspont összhangban van a tárgyalt szakirodalmak kritikáival, azonban az áttekintett esetek alapján ez inkább elkülönülő álláspontnak számít. A GVH sokkal inkább szűrőmechanizmuson keresztül törekszik kezelni a beavatkozásból fakadó esetleges problémákat.⁸⁹

Fontos megjegyezni, hogy a döntések száma alacsonyabb, mint a vizsgált esetek száma, mivel a GVH minden bejelentett esetet megvizsgál, amelyről a Tpv. 43/H. § 7) bekezdése

⁸⁷ Ezek elkülönítésében a GVH-tól kaptam segítséget.

⁸⁸ Vj-156/2005 ügyszámú eset, melyben 2007-ben született megszüntető végzés.

⁸⁹ AZ Infrapont (2007) tanulmány határozottan ezt a megoldást javasolja a GVH számára.

alapján a vizsgáló a beérkezéstől számított két hónapon belül vizsgálatot rendel el vagy megállapítja, hogy a beszerzett adatok alapján a versenyfelügyeleti eljárás indításának feltételei nem állnak fenn, illetve a meghatározott esetekben megszünteti, vagy hatáskör hiányában átteszi az ügyet az illetékes hatósághoz. Érdekes lenne megvizsgálni, hogy hogyan alakult a bejelentések, illetve a vizsgálói megszüntetések száma az idők során, mivel ezek már tartalmazhatnak szűrési kritériumokat, azonban erre nincs lehetőség, mivel e végzések nem nyilvánosak.

A továbbiakban azt vizsgálom, hogy a fenti fejezetekben meghatározott következtetések a szűrésre, a lehetséges viszonyítási alapra, illetve a lehetséges intézkedések körére érvényesülnek-e a magyar joggyakorlatban.

VII. 1. SZŰRÉS A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN

Az első pont, amely szuperdominanciát (jelentős és tartós belépési korlátot, illetve nagyon nagy piaci erőt) vár el a beavatkozáshoz, nagy mértékben teljesül. A vizsgált 36 esetből 30 vállalat erőfölénye volt megállapítható, amelyből 20 vállalat monopólium volt. A további tíz esetben a vállalatok nagy piaci részesedéssel rendelkeztek, és valamilyen egyedi adottság miatt nem volt várható belépés a piacra.⁹⁰ A 20 monopóliumból 19 vállalat volt törvényi monopólium, aminek nagy része áramszolgáltató (kilenc eset), temetkezési vállalat (három eset) vagy gázszolgáltató (három eset) volt.

A 36 esetből három olyan eset vállalatait azonosítottam, ahol az innovációnak lehet szerepe: a Hungarotel Távközlési Zrt.-t,⁹¹ a három nagy mobilszolgáltatót (Westel, Pannon és Vodafone Rt-ok),⁹² illetve a MOL Nyrt-t, azonban egyetlen olyan esetet sem találtam, ahol a Versenytanács a beruházások vagy innováció szerepére hivatkozott volna. Mindhárom eset jogsértés hiányával zárult.

A harmadik pont az árszabályozó léte a vizsgált piacon. A GVH jelentése szerint törekszik kerülni az olyan eseteket, ahol az árszabályozás lehetséges, ugyanis tipikusan túlzó árazásnál

⁹⁰ Például a MOL Nyrt.(Vj-33/2004 és Vj-50/2010) 85-90 %-os piaci részesedéssel, amely korábban állami monopólium volt, illetve a piacra való belépést jelentős belépési korlátok akadályozzák vagy a Paksi Halszövetség (Vj-85/2006), ahol a földrajzi piacok természeti adottság mentén alakultak ki.

⁹¹ Vj-84/2005.

⁹² Vj-22/2002.

érdeemes lehet ex ante szabályozni a problémát, mivel az ex post beavatkozás időigényes, így egyfelől költséges, másfelől pedig pontatlan eredményre vezet.⁹³ Az összes eset közül két olyan ügyet találtam, ahol az árszabályozás lehetősége megszüntető okként szerepelt.⁹⁴ Az összes eset közül 15 alkalommal járt el a versenytanács olyan ügyben, ahol ágazati szabályozásra lett volna lehetőség, amelyből két ügy kötelezettségvállalással és három ügy pedig jogsértés megállapításával végződött. E 15 ügyből két esetben azonban fennállhat a szabályozó akadályozottsága, ugyanis ezekben az ügyekben a vizsgált árak meghatározása a helyi önkormányzatok hatáskörébe tartozott, amelyek azonban tulajdonosi részesedéssel rendelkeztek az eljárás alá vont vállalatban.⁹⁵ A magyar gyakorlat szűrő kritériumoknak való megfelelését a következő táblázat foglalja össze.

Kritérium	Ertékelés	Indoklás
1) szuperdominancia	megfelel	21/36 monopólium, illetve a többi vállalat is megfelel
2) innováció és beruházás	megfelel	csak három ügy van, ahol ez egyáltalán szóba jöhet, de nincs rá hivatkozás megszüntetéssel végződtek
3) ágazati szabályozó nincs vagy akadályozott	nem felel meg	13/36 esetben volt ágazati szabályozó a piacon

3. táblázat. A szűrőkritériumok érvényesülése a magyar joggyakorlatban.

Összességében elmondható, hogy a GVH inkább a szűrés által törekszik kezelni a túlzó árazással kapcsolatos eseteket, mintsem hogy tartózkodna a beavatkozástól. A vizsgált esetek között nem találtam olyan ügyet, ahol a Versenytanács a magas belépési korlátok hiánya miatt szüntette volna meg az eljárást. Ez azonban azért lehet így, mert valószínűleg ezen eljárások el sem indultak. Az általam vizsgált esetek jelentős része szabályozott monopólium volt, amely így egyfelől megfelel annak a kritériumnak, hogy a versenyhatóság ne büntesse az innováción és beruházáson alapuló magas árakat, másfelől azonban, azt jelenti, hogy a GVH olyan esetekben is eljár, ahol az adott piacon árszabályozás lehetséges. Véleményem szerint, ha a GVH a

⁹³ GVH (2011) 257. o.

⁹⁴ Az ÉDÁSZ ellen indult Vj-156/2007 és a nagy magyar áramszolgáltatók ellen indult Vj-26/2007 ügyszámú esetek. Itt a Versenytanács a közérdekre való hivatkozással szüntette meg az eljárást, amire a Tpv. preambuluma és a Tpv. 70 §-a ad lehetőséget.

⁹⁵ Esztergomi Kegyeleti Kft. (Vj-37/2007) és Érd és Térsége Víziközmű Kft. (Vj-43/2012) ügyek.

szabályozott szolgáltatások vizsgálatát az ágazati szabályozó hatóságra bízna, ezzel lehetőséget biztosítana magának arra, hogy erőforrásait szabadabban allokálja. Vagyis azon esetekben, ahol a fogyasztók érdeke kis mértékben sérül, illetve ahol árszabályozás egyébként is kívánatos, érdemes lehet a versenyhatóság kapacitásait olyan ügyekre csoportosítani, ahol a fogyasztók érdekséreleme súlyosabb, és az érdeksérelem orvoslása csak versenyfelügyeleti eljáráson keresztül lehetséges.

VII. 2. BENCHMARK A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN

Az ügyek tanulmányozása során a legtöbb esetben⁹⁶ az ügyben eljáró Versenytanács egyfelől helyesen megállapítja, hogy túlzó árazás elleni esetek nagyon ritkák, mivel a hatóságnak azt kellene megállapítania, hogy mi a „helyes ár”, ugyanis az ár túl magas csak valamihez képest lehet. Másfelől azonban a vizsgálat módszere tekintetében azt is kifejti, hogy a *„hasonló ügyekben eljáró hatóságok a "helyes ár" meghatározásához általában kétféle módszert tartanak alkalmazhatónak: a) a költségelemzés módszerét, illetve b) az ún. benchmark módszert.”*⁹⁷ A Versenytanács a két módszerrel kapcsolatban így fogalmaz: *„Ez előbbi alkalmazása során a vállalkozás által szolgáltatott részletes költség- és bevételi adatok alapján a versenyhatóság azt próbálja megállapítani, hogy vajon az erőfölényben lévő vállalkozás által megállapított piaci árak nem tartalmazznak-e az adott tevékenység végzésével kapcsolatos indokolt költségeken túl az iparágban szokásos tisztességes haszon mértékét meghaladó profitot. A benchmark módszerének alkalmazása során a versenyhatóság olyan viszonyítási alapként felhasználható árakat keres az adott tevékenységgel kapcsolatosan más piacokon, amelyekről feltételezhető, hogy versenykörülmények között alakultak ki, és velük az erőfölényben lévő vállalkozás árai összehasonlíthatók. A jogsértés mindkét módszer alkalmazása során akkor állapítható meg, ha a vállalkozás által alkalmazott árak számottevő mértékben meghaladják az összehasonlítás alapjául meghatározott "helyes" árakat.”*⁹⁸ Elsőként a költségekkel való összevetést vizsgálom, majd pedig az egyes benchmarkok alkalmazását.

VII. 2. 1. Költségekkel való összevetés

⁹⁶ Például Vj-22/2002. (122. bekezdés); Vj-027-2005 (132. bekezdés), Vj-43/2012. ügyszámú esetek.

⁹⁷ Vj-22/2002. ügyszámú eset, 122. bekezdés.

⁹⁸ u.o.

Bár a költségelemzés és benchmark módszer az EU-ban kumulatív feltételek, a magyar gyakorlatban külön módszerként jelenik meg, azonban valójában nincs különbség a vizsgálati módszerek tekintetében. A 2004-ben hozott Legfelsőbb Bírósági ítélet szerint⁹⁹ a GVH vizsgálata során nem hagyhatja figyelmen kívül a MOL Nyrt. költségeinek alakulását, így az új eljárásra és költségelemzést elvégezni képes szakértő bevonására kötelezte a versenyhatóságot, amivel azt fejezte ki a Legfelsőbb Bíróság, hogy a költségek elemzése akkor sem hagyható el, ha a megfelelő költség adatok nem állnak rendelkezésre. E gyakorlatot támasztja alá, hogy a költségek a vizsgált 36 esetből négy esetben nem kerültek vizsgálatra, ahol a DÉDÁSZ¹⁰⁰ elleni esetben a kötelezettség vállalás miatt a versenyhatóság csak rövid indokolást közölt, amiben a díj meghatározásának tisztességtelen módját állapította meg. Az eseteket az alábbi táblázat foglalja össze.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	A költség összehasonlítás hiányának oka	Döntés
Vj-31/2007	DÉDÁSZ	közvilágításhoz kapcsolódó rendszerhasználati díjak	a díj meghatározásának tisztességtelen módja vezetett túlzó árakhoz	Kötelezettség vállalás
Vj-41/2007	OFFI	hiteles fordítás	nincsenek költség adatok	Kötelezettség vállalás
Vj-111/2010	OFFI	hiteles fordítás	nincsenek költség adatok	Kötelezettség vállalás
Vj-85/2006	Paksi halszövetség	halászterület engedély	nincsenek költség adatok	Megszüntetés

4. táblázat. A költségelemzés nélkül zárult eljárások.

VII. 2. 2. Más vállalat árai a releváns piacon

A GVH túlzó árazás miatt főként törvényi monopóliumok ellen indított eljárást, így az ilyen típusú benchmark ritkán fordul elő, mivel monopol piacon e benchmark nem értelmezhető. Ennek megfelelően az áttekintett esetek között nem találtam e kategóriába illő kritériumot.

⁹⁹ Kf.II.39.048/2002/13. számú ítélet.

¹⁰⁰ Vj-31/2007. ügyszámú eset

Egyetlen olyan eset van, ami valamelyest hasonlít erre a módszerre, ami a MOL Rt. ellen indult eljárás.¹⁰¹ A versenyhatóság a MOL Rt. üzemanyag nagykereskedelmi árait vizsgálta, ahol a vállalat árképlete a versenytársak (OMV és Slovnaft) árait is tartalmazta. A képletben a versenytársak áraitól való eltérést indokolhatónak találta a Versenytanács, így megszüntette az eljárást.

VII. 2. 3. Más földrajzi piaccal való összevetés

Ez ilyen típusú összehasonlítások első pillanatra nem tűnnek megfelelő viszonyítási pontnak, ugyanis a vizsgált csoportok több tulajdonságban is eltérnek (más vállalatot vizsgálunk más piacon), így a különböző tulajdonságokból fakadó hatások nehezen elkülöníthetőek. Itt azonban a magyar gyakorlat tipikusan olyan piacokat vizsgál, ahol sok, kis elkülönült földrajzi piac jelenik meg, azonban ugyanazon szolgáltatást nyújtják, hozzávetőleg ugyanazon a színvonalon. Ilyen ügycsoport a képeznek a kábeltelevíziós ügyek, a nem kábeltelevíziósak között pedig összesen hat ilyen esetet találtam. Ezeket az alábbi táblázat foglalja össze.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	Döntés
Vj-84/2005	Hungarotel	ADSL szolgáltatás díja	Megszüntetés
Vj-31/2005	FŐGÁZ	gázszerelési szolgáltatás árai	Megszüntetés
Vj-190/2004	TITÁSZ	ideiglenes bekapcsolás szolgáltatási díj	Jogsértés
Vj-85/2006	Paksi halszövetség	halászati területi engedély árai	Megszüntetés
Vj-69/2007	ELMŰ	Kismegszakítók kiszállási és szerelési díjai	Megszüntetés
Vj-43/2012	Érd és Térsége Regionális Vízi Közmű Kft.	mellékvízmérő hitelesítési díja	Jogsértés

5. táblázat. A más földrajzi piaccal való összevetés módszerén el elemzett esetek.

¹⁰¹ Vj-33/2004. ügyszámú eset, amely a Vj-152/2000. ügyszámú eset ismételt eljárása.

A Főgáz Rt. elleni ügyben a Versenytanács a 25. bekezdésben két feltételét határozza meg a más földrajzi piacon lévő vállalatokkal való összehasonlításnak.¹⁰² Egyfelől, hogy a másik földrajzi piacon kialakult ár versenyár legyen, másfelől pedig, hogy a vizsgált piacon és a másik piacon a gazdálkodás objektív feltételei azonosak, vagyis csak megfelelő hibahatár mellett számszerűsíthető eltérések vannak közöttük, így az eltéréseket kifejező korrekciókkal az árak összehasonlíthatóvá tehetők. Ez azonban az adott árupiac tekintetében nem áll fenn, ugyanis a vizsgált szolgáltatás minden földrajzi piacon jogi monopólium. A Versenytanács azonban úgy véli, hogy ha a vizsgált ár érzékelhetően magasabb, mint a másik földrajzi piacon, illetve piacokon érvényesülő árak, akkor az alapot adhat a túlzottan magas ár megállapítására, ha kizárható, hogy a többi földrajzi piacon az árak nem túlzottan alacsonyak.¹⁰³

VII. 2. 4. A domináns vállalat árai más piacon

Ez az összehasonlítási alap azért figyelemre méltó, mert akkor lehet e benchmarkot igazán használni, mikor a vizsgált magatartás leginkább a diszkrimináció elemeit valósítja meg. Ahogy arról már volt szó, e benchmark módszer lényegesen leegyszerűsíti az árak összehasonlítását, ha a vállalat ugyanazt a terméket értékesíti más piacon, és a különböző piacok összehasonlíthatóak. Erre az esetkőre a magyar gyakorlatban két ügyet találtam.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	Döntés
Vj-157/2007	N&P kegyelet	külföldi elhunyt átadása más vállalkozóknak	Kötelezettség vállalás
Vj-116/2005	TIGÁZ	hálózat csatlakozási díj	Jogsértés

6. táblázat. A domináns vállalat árai más piacon módszerrel elemzett esetek

Az "N&P KEGYELET 2006" Temetkezési, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. ügyben¹⁰⁴ a vállalat a „külföldi elhunyt átadása más vállalkozóknak” szolgáltatását 200.000 Ft-ban, míg „halott kiadása más vállalkozóknak” szolgáltatását 12.000 Ft-ban állapította meg, mely

¹⁰² Vj-31/2005. ügyszámú eset, 25. bekezdés.

¹⁰³ Itt azonban a Versenytanács hozzáteszi, hogy az erőfölény következtében a kapcsolat azonban fordítva nem vehető figyelembe, mivel ha a vizsgált ár alacsonyabb, mint az összehasonlítási alap, nem zárható ki, hogy a vállalat túlzóan magas árakat szab.

¹⁰⁴ Vj 157/2007. ügyszámú eset.

különbséget a vállalat nem tudott racionálisan indokolni. A visszaélés egyértelműségét jelezheti, hogy az ügy kötelezettségvállalással végződött, így a Tpvt. 75. §-a szerint ekkor a jogsértés megvalósulását nem kell vizsgálnia a versenyhatóságnak, ezért a visszaélés egyes elemeinek teljesüléséről nem tett megállapítást a Versenytanács.

VII. 2. 5. A domináns vállalat múltbeli árai

A vizsgált esetek közül két ügy tartozik ebbe a csoportba.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	Döntés
Vj-37/2007	Esztergom Kegyelet Kft	sírásás és visszahantolás szolgáltatási díja	Kötelezettség vállalás
Vj-190/2004	TITÁSZ	ideiglenes bekapcsolás szolgáltatási díj	Jogsértés

7. táblázat. A domináns vállalat múltbeli áraival való összehasonlítás módszerével elemzett esetek.

A Versenytanács az E.ON Tiszántúli Áramszolgáltató Zrt (TITÁSZ) vállalatot elmarasztalta,¹⁰⁵ mivel az 2004. márciusa és 2004. szeptembere között az egy- és háromfázisú ideiglenes bekapcsolás szolgáltatás díjait tisztességtelenül állapította meg. A vállalat szolgáltatásainak árait nettó 13.960 forintról 35.608 forintra megemelte, ám azt követően jelentősen (nettó 23.854 forintra) csökkentette, miközben a szolgáltatás nyújtásában vagy a vállalkozás egyéb körülményeiben nem álltak be olyan érdemi változások, melyek a díjcsökkentést objektíve indokoltta és szükségesé tették volna. Ezen túl pedig Versenytanács más szolgáltatók áraival is összehasonlította az alkalmazott árakat.

VII. 2. 6. Egyéb benchmarkok

Ebbe a kategóriába sorolhatók a MOL ellen indult eljárások, ahol a GVH a versenyzői árat importparitásos módszerrel határozta meg.

¹⁰⁵ Vj-190/2004. ügyszámú eset.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	Döntés
Vj-33/2004	MOL Nyrt.	nagy- és kiskereskedelmi üzemanyag árak	Megszüntetés
Vj-50/2010	MOL Nyrt.	nagykereskedelmi üzemanyag árak	Kötelezettség vállalás

8. táblázat. Egyéb benchmark módszerrel elemzett esetek

A 2004-ben indított versenyfelügyeleti eljárásban¹⁰⁶ a versenyhatóság azt vizsgálta, hogy a MOL Rt. árkialakítási módszere túlzó árakhoz vezet-e. A Versenytanács úgy döntött, hogy mivel a MOL Rt. a mediterrán import árakat veszi alapul és nagyban figyelembe veszi a versenytársak, az OMV és Slovnaft árait, így lényegében egy versenyzői árat tesz meg a belső ár alapjául. Bár a versenytársak a kis súlyúnak számítanak a releváns piacon, tényleges méretükből fakadóan mégis képesek versenynyomást kifejteni a MOL Rt-re, így összességében a Versenytanács megszüntette az eljárást, mert a versenyzői alapárhoz képest a MOL Rt. csak indokolt mértékben tért el.

Összességében megállapítható, hogy a magyar joggyakorlat a vizsgálat módszerének tekintetében követi az uniós gyakorlatot, különös tekintettel a lehetséges benchmarkok körére. Mivel az eljárás alá vont vállalatok többsége törvényi monopólium volt, így a leginkább használt benchmark a más földrajzi piaccal való összehasonlítás.

VII. 3. INTÉZKEDÉSEK A MAGYAR JOGGYAKORLATBAN

Az általam vizsgált esetekben a Versenytanács összesen négy ügyben hozott marasztaló döntést és öt esetben történt kötelezettségvállalás. A marasztaló határozatok közül két esetben történt bírság kiszabása, egy esetben nem élt intézkedéssel a Versenytanács, egy esetben pedig a Versenytanács egy adott díjtétel kiszabásától tiltotta el a vállalatot, a bírság kiszabását pedig mellőzte.

¹⁰⁶ Vj-33/2004. ügyszámú eset.

Az ÉRD és TÉRSÉGE” Regionális Víziközmű Kft elleni ügyben¹⁰⁷ a Versenytanács végül azért nem állapított meg bírságot, mert a vállalat önként csökkentette díjait, a díjkülönbözetet pedig az eljárás során visszafizette az érintett fogyasztóknak. Ezen túl pedig jogsértés rövid időtartalmú, hetekben mérhető volt, és ezzel összefüggésben a sérelmet szenvedett fogyasztók is csekély számúak, illetve az eljárás alá vontnak a jogsértésből származó csekély árbevétele származott.

A két pénzbírsággal zárult ügyben a Versenytanács 2006-ban TITÁSZ ellen¹⁰⁸ két millió forint, míg a TIGÁZ ellen¹⁰⁹ négy millió forint pénzbírságot szabott ki. A TIGÁZ esetében a Versenytanács értékelésében a jogsérelmet 100 pontból 4 pontnyi súlyosságúnak ítélte, mivel bár a vállalat monopólium, a díjszabását a MEH ellenőrizheti, illetve a magatartás felróhatóságát nem állapította meg a Versenytanács. A TITÁSZ esetében a Versenytanács ugyanazon érvekkel élt, mint az Érdi Víziközmű esetében: a jogsértés fél évig tartott, a fogyasztók csekély körét érinti, a vállalat kis forgalommal bírt a vizsgált időben, illetve az eljárás alá vont a jogsértő magatartással önként felhagyott. Bár a kiszabott bírságok csekély mértékűnek tűnnek, az itt felsorolt ellenérvek miatt, de főként a - túlzó áras esetekre jellemző- felróhatóság hiányában a bírság kiszabása nehezen indokolható.

A Logisztár Székesfehérvári Logisztikai Szolgáltató Központ Tulajdonosi és Fejlesztő Kft. ellen indult eljárásban¹¹⁰ a Versenytanács megállapította a jogsértést, mivel a vállalat az általa üzemeltetett vámudvarban működő vámhivatal be nem rendelt ügyfeleit üzemeltetési költségtérítés megfizetésére kötelezte, és a Versenytanács kötelezte a vállalatot üzemeltetési költségtérítés alkalmazásának abbahagyására. A Versenytanács bírság kiszabásától eltekintett a jogsértés rövid tartama miatt, illetve mivel a vállalatnak üzemeltetési költségtérítés kiszabásából elenyésző bevétele származott. Az eseteket a következő táblázat foglalja össze:

¹⁰⁷ Vj-43/2012. ügyszámú eset.

¹⁰⁸ Vj-190/2004. ügyszámú eset.

¹⁰⁹ Vj-116/2005. ügyszámú eset.

¹¹⁰ Vj-3/2006 ügyszámú eset.

Ügyszám	Domináns vállalat	Az eljárás tárgya	Döntés	Intézkedés
Vj-116/2005	TIGÁZ	hálózat csatlakozási díj rendszerhasználati díjak	Jogsértés	Pénzbírság
Vj-190/2004	TITÁSZ	ideiglenes bekapcsolás szolgáltatási díj	Jogsértés	Pénzbírság
Vj-3/2006	Logisztár	üzemeltetési költségtérítés	Jogsértés	Magatartás előírás
Vj-43/2012	Erd és Térsége Regionális Víziközmű Kft	mellékvízmérő óra hitelesítési díja	Jogsértés	Nincs intézkedés

9. táblázat. Az intézkedések a magyar joggyakorlatban.

Összességében elmondható, hogy az uniós joggyakorlattal ellentétben a magyar marasztaló döntések tisztán kizsákmányoló hatásúak, nem jelenik meg versenykorlátozó elem a vizsgált magatartásban, illetve mind a négy elmarasztalt vállalat törvényi monopólium volt. Megállapítható továbbá, hogy a jogsértés is csekély számú, illetve ezen belül is vannak olyan ügyek, ahol a Versenytanács nem szabott ki bírságot, csak jogkövető magatartásra hívta fel a vállalatot. Ez tükrözheti az elméletben kialakult azon álláspontot, miszerint a túlzó árazás elleni ügyekben óvatosan kell eljárnia a hatóságnak, illetve hogy a szankció tekintetében is a bírságkiszabást kerülendő. A jogkövetés pontos előírása egyfelől nem is kívánatos, hiszen a Versenyhatóságnak nincsenek olyan pontos információi az adott piacról, hogy a vállalat árait hosszú távon fenntartható módon szabályozza, másfelől pedig erre sokszor felhatalmazása sincsen, mivel az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény (Átv.) mellékletében feltüntetett termékekre és szolgáltatásokra árszabást kizárólag az ott feltüntetett miniszter írhat elő.

ÖSSZEGZÉS

A túlzó árazás elleni fellépés célja, hogy megakadályozza az erőfölényben lévő vállalat kizsákmányoló hatású árszabását, növelve ezzel a fogyasztók jólétét. A vizsgálat azonban nagyon bonyolult, sok erőforrást igényel, ráadásul nagyon nagy a fölösleges beavatkozás veszélye, amely hosszú távon nagyobb fogyasztói kárt okoz, mint a rövid távon elérhető haszon. Dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy milyen feltételek esetén érdemes a versenyhatóságnak mégis beavatkoznia a vállalatok árazásába, milyen módszertant alakított ki a joggyakorlat a túlzás meghatározására, illetve, hogy milyen érvek és ellenérvek merültek fel a szakirodalomban a beavatkozás mellet és ellen.

Következtetésként a vizsgált szakirodalom és joggyakorlat alapján arra jutottam, hogy a versenyhatóságnak a túlzó árazás miatt indult esetekben csak a következő három kumulatív feltétel teljesülése esetén célszerű beavatkoznia: 1) a piacon jelentős és tartós belépési korlátok vannak, a vállalatnak nagyon nagy piaci ereje van (szuperdominancia); 2) a piacon az innováció vagy beruházás a közeljövőben nem várható, így a szuperdominancia forrása is más tényezőkből fakad; 3) a piacon nincs ágazati szabályozó vagy az a beavatkozásban akadályozva van. A túlzóan magas árak miatt való beavatkozás kiemelt célja lehet a „gap cases” esetek elleni fellépés. Ezek olyan esetek, ahol az erőfölényhez valamilyen versenykizáró magatartás vezetett, azonban a kizáró magatartás ellen a versenyhatóság már valamilyen jogi okból nem tud fellépni.

Ha a versenyhatóság az eljárást megindította, azt vizsgálja, hogy a vállalat (1) erőfölénnyel rendelkezik-e, (2) árai jelentősen meghaladják-e a költségeit, (3) árai aránytalan viszonyban vannak-e (önmagában vagy benchmarkhoz képest) a gazdasági értékkel, amely a versenyzői ár. A versenyhatóságnak az összes lehetséges benchmarkot érdemes vizsgálnia, és ezek összhangja esetén javasolt csak jogsértést megállapítania. Az eltérésnek jelentősnek kell lennie, a szakirodalom három szemjegyű eltérést javasol. Amennyiben a versenyhatóság jogsértés állapít meg, a lehetséges intézkedések közül a versenyhatóságnak leginkább strukturális szankciót javasolt alkalmaznia, szemben a bírsággal vagy árszabályozással.

Dolgozatom második részében azt vizsgáltam, hogy ezen eredmények hogyan érvényesülnek magyar joggyakorlatban. 2002 és 2013 között összesen 36 olyan esetet találtam, ahol a vizsgált magatartás túlzóan magas árak miatt indult és az eljárás alá vont vállalat nem kábeltelevíziós társaság volt. A vizsgálat eredményeként arra a következtetésre jutottam, hogy a

GVH főként - az uniós ügyekhez hasonlóan- törvényi monopóliumok ellen lép fel. Az uniós ügyekkel ellentétben a magyar marasztaló döntésekben a kifogásolt magatartások tisztán kizsákmányoló hatásúak. A Versenytanács 36 esetből 13 esetben úgy járt el, hogy a túlzó árakat szabályozó hatóság is kezelhette volna. A szakirodalom tanulsága alapján ilyen esetekben a versenyhatóságnak nem szabad beavatkoznia, mivel csak ex post szabályozásra képes, míg a probléma - jellegéből fakadóan- ex ante szabályozást igényel, így a versenyhatóság eljárása időigényes és pontatlan eredményre is vezethet.

IRODALOMJEGYZÉK

- Backhouse, R. (2002). *The Ordinary Business of Life. A History of Economics from the Ancient World to the Twenty-First Century*. USA: Princeton UP.
- Evans, D. S., & Padilla, J. A. (2004). Excessive Prices: Using economics to define administrable legal rules. *CEMFI Working Paper*(0416), 1-35.
- Fletcher, A., & Jardine, A. (2007. 06 09). *Towards an Appropriate Policy for Excessive Pricing*. 12th Annual Competition Law and Policy Workshop, Robert Schuman Centre, Florence, Italy.
- GVH. (2011). Hungary. In OECD, *Excessive Pricing* (old.: 255-260). OECD Directorate for Financial and Enterprise Affairs.
- Inrapont Kft. (2007). A túlzó árazás kezelése és módszertani megközelítése a versenyhatósági gyakorlatban.
- Iránymutatás az EKSZ 82. cikkének az erőfölényben lévő vállalkozások versenykorlátozó visszaélő magatartására történő alkalmazásával kapcsolatos bizottsági jogérvényesítési prioritásokról, 2009/C 45/02 (Európai Bizottság 2009).
- Jenny, F., Peeperkorn, L., Werden, G. J., Crampton, P. S., Kovacic, W., Lewis, D., és mtsai. (2009). Exploitative abuses. In B. E. Hawk, *Annual proceedings of the Fordham Competition Law Institute* (old.: 665-716). Huntigton: Juris Publishing Inc.
- Jones, A., & Sufrin, B. (2001). *EC Competition Law*. Egyesült Királyság: Oxford University Press.
- Közlemény a közösségi versenyjog alkalmazásában az érintett piac meghatározásáról, 97/C 372/03 (Európai Bizottság 1997. 11 10).
- Kroes, N. (2005. 09 23). *Preliminary Thoughts of Article 82*. Letöltés dátuma: 2014. 11 20, forrás: European Commission: http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-05-537_en.htm
- Lang, J. T. (1979). Some Aspects of Abuse of Dominant Positions in European Community Antitrust Law. *Fordham International Law Journal*, 3(1), 1-50.
- Lyons, B. (2007). The Paradox of the Exclusion of Exploitative Abuse. In S. C. Authority, *Pros and Cons of high prices* (old.: 65-88). Sweden: Lenanders Grafiska.

- Motta, M., & de Streel, A. (2007). Excessive pricing in Competition Law: Never say Never? In Swedish Competition Authority, *Pros and Cons of High Prices* (old.: 14-47). Sweden: Lenanders Grafiska.
- O'Donogh, & Padilla. (2006). *Law and Economics of the Article 82 EC*. Oxford és Portland, Oregon: Hart Publishing.
- OECD. (2011). Excessive Pricing. *Policy Roundtables*. OECD Directorate for Financial and Enterprise Affairs.
- Paulis, E. (2007. 06 09). *Article 82 EC and exploitative conduct*. 12th Annual Competition Law and Policy Workshop, Robert Schuman Centre, Florence, Italy.
- Peeperkorn, L. (2009). Price Discrimination and Exploitation. In B. E. Hawk, *Annual Proceeding of the Fordham Law Institute* (old.: 611-663). Huntington: Juris Publishing, Inc.
- Röller, L.-H. (2007. 06 09). *Exploitative Abuses*. 12th Annual Competition Law and Policy Workshop, Robert Schuman Centre, Florence, Italy.
- Wahl, N. (2007). Exploitative high prices and European competition law- a personal reflection. In Swedish Competition Authority, *Pros and Cons of High Prices* (old.: 47-65). Sweden: Lenanders Grafiska.
- Werden, J. G. (2009). Monopoly pricing and competition policy: divergent path to the same destination? In B. E. Hawk, *Annual Proceeding of the Fordham Law Institute* (old.: 649-663). Huntington: Juris Publishing, Inc.
- Williams, M. (2007). Excessive Pricing. In Konkurrensverket, *Pros and Cons of High Prices* (old.: 128-153). Sweden: Lenanders Grafiska.
- Wish, R. (2010). *Versenyjog*. Budapest: HVG ORAC.

FELDOLGOZOTT JOGESETEK LISTÁJA

Az Európai Unió esetek

26/75 sz. ügy, General Motors Continental NV v. Commission [1975] ECR 1367

85/76 sz. ügy, Hoffman- La Roche & Co AG v. Commission [1979] ECR 461, [1979] 3 CMLR 211.

27/76 sz. ügy, United Brands Co and United Brands Continental BV v. Commission [1978] ECR 207, [1978] 1 CMLR 429.

27/76 ügy, United Brands Company v. Commission [1978] ECR 207.

66/86 sz. ügy, Ahmed Saeed Flugreisen v. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs [1989] ECR 803.

395/87 sz. ügy Ministère Public v Tournier (SACEM I) [1989] ECR 2521

110/88 sz. ügy F. Lucazeau v Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique, 241/88 & 242/88 [1989]

72/21 EEC sz. Bizottsági Döntés, Continental Can 1971. 12. 09.

75/75/EEC sz. Bizottsági Döntés, General Motors Continental, 1974. 12.19.

76/353/EEC sz. Bizottsági Döntés, Chiquita, 1975.12.17.

84/379/EEC sz. Bizottsági Döntés, British Leyland, 1984.07.02.

2001/892/EEC sz. Bizottsági Döntés, Deutsche Post AG-Interception of cross-border mail, 2001.07.25.

C-323/93 sz. ügy Centre d'insémination de la Crespelle [1984] I-5077

COMP/38.636 sz. Bizottsági döntés, Rambus 2009. 12. 09.

COMP/A.36.568/D3 ügy, Scandlines Sverige AB v. Port of Helsingborg, 2004 július 23.

Magyar esetek

Vj-069/2002 Balatoni Hajózási Rt.

Vj-047/2002 Magyar Autóklub –ELMKA

Vj-024/2002 Bp. Gyógyfürdői és Hévízei Rt.

Vj-022/2002 Westel Mobil Rt, Pannon GSM Távközlési Rt, Vodafone Rt.

Vj-150/2003 Hungarotel Távközlési Rt.

Vj-057/2003 Korona 2001 Kft.

Vj-049/2003 MM Ingatlanüzemeltető Kft.
Vj-001/2003 Balatongáz Kft.
Vj-190/2004 E.ON Tiszántúli Áramszolgáltató (TITÁSZ) Zrt.
Vj-036/2004 Bodor és fiai 2003 Kft.
Vj-033/2004 MOL Magyar Olaj- és Gázipari Rt.
Vj-001/2004 Budapesti Elektromos Művek Rt.
Vj-176/2005 Centrum Parkoló Rendszer Szolgáltatás Kft.
Vj-156/2005 E.ON Észak-dunántúli Áramszolgáltató (ÉDÁSZ) Zrt.
Vj-116/2005 Tiszántúli Gázszolgáltató (TIGÁZ) Zrt.
Vj-084/2005 Hungarotel Távközlési Zrt.
Vj-047/2005 Dél-magyarországi Áramszolgáltató (DÉMÁSZ) Rt.
Vj-038/2005 Balatoni Hajózási Zrt.
Vj-031/2005 Fővárosi Gázművek (FŐGÁZ) Rt.
Vj-027/2005 Antenna Hungária Zrt.
Vj-085/2006 Paksi Halászati Szövetség
Vj-003/2006 Székesfehérvári Logisztikai Szolgáltató Központ Tulajdonosi és Fejlesztő Kft.
(Logisztár)
Vj-157/2007 N&P KEGYELET 2006 Temetkezési, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.
Vj-141/2007 Országos Fordító és Fordításhitelesítő Iroda Zrt. (OFFI)
Vj-069/2007 Budapesti Elektromos Művel Nyrt.
Vj-056/2007 Budapesti Elektromos Művek Nyrt., Dél-magyarországi Áramszolgáltató
(DÉMÁSZ) Nyrt., E.ON Észak-dunántúli Áramszolgáltató (ÉDÁSZ) Zrt., E.ON Dél-dunántúli
Áramszolgáltató (DÉDÁSZ) Zrt., E.ON Tiszántúli Áramszolgáltató (TITÁSZ) Zrt.
Vj-037/2007 Esztergomi Kegyeleti Kft.
Vj-031/2007 E.ON Dél-dunántúli Áramszolgáltató (DÉDÁSZ) Zrt.
Vj-021/2008 E.ON Hungária Zrt.
Vj-024/2008 Budapesti Elektromos Művek (ELMŰ) Nyrt. és Észak-magyarországi
Áramszolgáltató (ÉMÁSZ) Nyrt.
Vj-141/2008 Viasat Hungária Műsorszolgáltató Zrt. és Viasat Broadcasting UK Limited
Vj-001/2009 Jécsai Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.
Vj-051/2009 Nitrogénművek Zrt.

Vj-111/2010 Országos Fordító és Fordításhitelesítő Iroda Zrt. (OFFI)

Vj-050/2010 MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.

Vj-043/2012 ÉRD és TÉRSÉGE Regionális Víziközmű Kft.