

BAKÓ BARNA–KÁLE CZ-SIMON ANDRÁS

Vertikális korlátozások – növelik vagy csökkentik a jólétet?

Érvek az irodalomból

A vertikális korlátozások témaköre a versenypolitika és -szabályozás egyik legfontosabb, de mindenképpen legtöbb vitát generáló területe. A téma magyar irodalma elsősorban elméleti kérdésekkel foglalkozik, mellőzve a konkrét iránymutatásokat a probléma kezelésére. Először röviden bemutatjuk a vertikális korlátozások indokait és hatásmechanizmusát magyarázó teoretikus irodalmat, felsorolva azok hatékonyságnövelő hatását hangsúlyozó érvrendszereket, illetve a versenykorlátozás lehetőségét tárgyaló modelleket is. Ezután bemutatjuk, hogy milyen fontos empirikus vizsgálatokat végeztek ezen elméletek vizsgálatára, és milyen következtetések vonhatóak le a tapasztalatokból.

Journal of Economic Literature (JEL) kód: D43.

A mikroökonómia egyszerűbb modelljeivel szemben a termelő és a vásárló a valós életben ritkán találkozik a piacon. A gyakorlatban sokszor összetett vertikális láncokon keresztül jut el a termék a gyártótól a fogyasztóig. Ezen a láncban belüli kereskedelmi kapcsolatok is eltérnek az egyszerű modellek lineáris árazásától. Ezeket a szerződésbeli kikötéseket hívjuk összefoglaló néven vertikális korlátozásoknak (*Rey-Vergé* [2008]).¹

Katz [1989] több fontos tényezőt említ, ami miatt a vertikális kapcsolatok különböznek a végső termékek piacától. Ugyanakkor a két piac elemzése nem választható el egymástól. Mivel a vertikális láncban belüli vásárlók ugyanazon végső termékek piacán versenyeznek, a vevők kereslete összefügg egymással. Az upstream vállalatokkal² kötött szerződések így módosíthatják a downstream cégek által a végső termék piacán játszott játék egyensúlyát.

¹ Az elmúlt években magyarul is megjelent két átfogó mű (*Motta* [2007] és *Bishop-Walker* [2011]), amely külön fejezetet szán a kérdéskör tárgyalásának, a témával több hazai tanulmány is foglalkozott (lásd például *Badics-Bajnai-Kiss-Valentiny* [2010], *Valentiny* [2011], *Nagy* [2012]).

² Upstream vállalatnak a vertikális lánc felső, downstream vállalatnak az alsó szintjein elhelyezkedő vállalatot nevezzük: például a gyártó az upstream, az értékesítő a downstream vállalat, illetve a nagykereskedő az upstream, a kiskereskedő a downstream cég.

A leggyakrabban alkalmazott vertikális korlátozások rövid felsorolását *Rey–Vergé* [2008a], valamint *Katz* [1989] alapján adjuk meg.³

– *Nem lineáris árazás*: idetartoznak a fix összegű díjak (például franchise-díjak) vagy a mennyiségi kedvezmények.

– *Jogdíj*: ebben az esetben nemcsak a vertikális lánc feljebb lévő tagjától származó (*upstream*) input, hanem a vertikálisan lejjebb lévő (*downstream*) vállalat által értékesített végső termékek egységei után is díjat fizet a kiskereskedő a termelőnek. Ez abban az esetben különbözik a lineáris árazástól, amikor az input mennyisége nem rögzített arányban határozza meg a végtermék mennyiségét.

– *Árukapcsolás*: a kiskereskedő csak úgy értékesítheti vagy hasznosíthatja a vertikálisan felette lévő vállalat adott termékét, hogy más termékeit is megvásárolja (ennek egyik speciális esete az, ha csak úgy értékesítheti a gyártó termékét, ha annak egész termékpalettáját kínálja (*full line forcing*)).

– *Kiskereskedelmi ár korlátozása*: ez jelentheti a kiskereskedelmi ár/minimális vagy maximális kiskereskedelmi ár/javasolt fogyasztói ár meghatározását.

– *Mennyiségi korlátozás*: jelentheti egy minimális termékmennyiség kikötését (*quantity forcing*), maximális kvóta megszabását, vagy a termékmennyiség rögzítését (*quantity fixing*).

– *Kizárólagossági szerződések*: a kizárólagos területi jogok (*exclusive territory*) garantálásával a gyártó vállalja, hogy az adott területen működő más kiskereskedő számára nem szállít; kizárólagos értékesítés (*exclusive dealing*) esetén a kiskereskedő kötelezi el magát, hogy más gyártó termékét nem értékesíti.

A vertikális korlátozások magyarázatai

A következőkben áttekintjük a vertikális korlátozásokat magyarázó elméleti hátteret. Először azokat a modelleket mutatjuk be, amelyek a vertikális korlátozások hatékonyságnövelő hatásait hangsúlyozzák. Ezek jellemzően valamilyen tág értelemben vett vertikális vagy horizontális külső gazdasági hatás (externália) megszüntetését célozzák, és járadékok megszüntetésével, torzítások kiküszöbölésével vagy az értékesítésben részt vevő szereplők megfelelő ösztönzésével képesek a jólétet növelni. Ezután azokat az érvrendszeret mutatjuk be, amelyek a verseny korlátozásával hozzák kapcsolatba a vertikális korlátozásokat. Ezek arra a lehetőségre hívják fel a figyelmet, hogy a vertikális korlátozások elősegíthetik kartellek kiépülését a vertikális lánc felső vagy alsó részén, vagy pedig (akár hatékonyabb) versenytársak kizárásához vezethetnek. Végezetül azokat a modelleket ismertetjük, amelyek a vertikális lánc tagjai között fellépő aszimmetrikus információs helyzetre koncentrálnak.

³ Természetesen a felsorolás nem teljes, egy további fontos példa a piaci részesedésen alapuló szerződések témaköre. Itt a kiskereskedő annak alapján kap valamilyen juttatást (jellemzően árengedményt) a gyártótól, hogy milyen arányban értékesíti az adott gyártó és a versenytársak termékeit (lásd például *Inderst–Shaffer* [2010]).

Vertikális externália, vertikális integráció

A vertikális kapcsolatokban, amennyiben a vertikális lánc vállalatai ármeghatározók, mindenképpen érvényesül vertikális külső gazdasági hatás. Az egyes vállalatok árdöntései ugyanis nemcsak az adott cég, hanem a vertikális lánc többi tagjának profitját is befolyásolják. Fellép az úgynevezett kettős (vagy többes) árrés⁴ jelensége, azaz a vertikális lánc több eleme valamilyen járadékban részesül. A legegyszerűbb és legtisztább formája ennek, amikor egy upstream és egy downstream monopólium alkotja a vertikális láncot, ami kettős monopóliarázást jelent.

A vertikális kapcsolatok egyik legkorábbi elemzése Joseph J. Spenglertől származik (*Spengler* [1950]). A múlt század közepén a vertikális fúziókat a horizontális fúziókhoz hasonlóan versenykorlátozónak tartották. Spengler azonban arra hívja fel a figyelmet, hogy a vertikális integráció mind a fogyasztók, mind pedig a kínálati oldal számára lehet jólétnövelő hatású is, ugyanis kikerüli a kettős árrést.

A vertikális integrációt azonban megakadályozhatják az integráció során felmerülő költségek. *Hart-Tirole* [1990] például három különböző költségtípust említ az integrációval kapcsolatban. Egyrészt az alárendelt vállalatvezetőnek már nem feltétlenül áll érdekében, hogy innovatív módon javítsa a hatékonyságot, mivel már nem ő jogosult a fejlesztések hozadékára. Másodsorban létrejön egyfajta információs veszteség is: piaci tranzakciók hiányában nehezebb megítélni az alárendelt vállalatvezető teljesítményét. E mellett különböző jogi költségek is felmerülnek. A vertikális integrációhoz kapcsolódó eredmény azonban bizonyos esetekben tökéletesen replikálható vertikális korlátozások alkalmazásával. *Dixit* [1983] monopolista upstream vállalat és monopolisztikusan versenyző elkülönült downstream cégek esetében mutatja meg, hogy teljes informáltság mellett a kétrészes árazás (esetenként kiskereskedelmi árrögzítéssel kiegészítve), illetve a jogdíjak alkalmazása ugyanarra az eredményre vezethet, mint a vertikális integráció. *Mathewson-Winter* [1984] modelljében a vertikális externália mellett horizontális externália (a reklámtevékenység külső hatása) is szerepelhet: itt a horizontális externália létezésétől függően, valamint a kiskereskedők egymás viselkedéséről alkotott vélekedései alapján a vertikális korlátozások különböző kombinációi vezethetnek a vertikális integrációval megegyező eredményre.

Horizontális externáliák, szolgáltatással kapcsolatos elméletek

A vertikális kapcsolatokban – mint *Mathewson-Winter* [1984] említett cikke is rámutat – nemcsak vertikális, hanem horizontális externáliák is kimutathatók. Erre először *Telser* [1960] figyelt fel, aki sokat idézett cikkében többek között a kiskereskedelmi szolgáltatásokban kereste az árrögzítés motivációját. A gondolatmenet a következő. Tegyük fel, hogy a termék iránti kereslet nem csupán az ártól, hanem az értékesítési helyeken nyújtott szolgáltatások szintjétől is függ. Ekkor – árrögzítés hi-

⁴ Erre gyakran kettős marginalizációként hivatkozik az irodalom.

ányában – felmerül a potyázás problémája. Egy egyszerű példával élve: az egyik boltban költséges termékbemutatót tartanak, ahol a vásárlók megismerhetik a terméket, míg a másik boltban nem, itt azonban az alacsonyabb költségek miatt csökkentett áron kínálhatják azt a terméket, így növelve a bolt piaci részesedését a termékbemutatót tartó cég rovására. A potyázás pedig akár oda is vezethet, hogy senki nem kínálja a szolgáltatást. A kiskereskedelmi árrögzítés ugyanakkor kikényszerítheti a megfelelő szolgáltatási szintet, ugyanis a kiskereskedők a szolgáltatásokban fognak versenyezni, mivel az árakban ezt nem tehetik.

Telser gondolatmenetét viszi tovább *Marvel–McCafferty* [1984], rávilágítva, hogy mi indokolja azt, ha az upstream vállalat többlétszolgáltatás hiányában rögzíti az árakat. A kiskereskedelmi egységek ugyanis azáltal, hogy kínálatukban szerepeltetnek egy adott terméket, minőségét is tanúsíthatják. Itt is lehetőség lehet azonban a potyázásra. Mivel a minőség vizsgálata költséges, más boltok, amelyek nem fordítanak erre erőforrásokat, olcsóbban árulhatják a terméket, így előfordulhat, hogy a magas színvonalat biztosító kiskereskedő nem képes fedezni a költségeit. Ezt kétféle módon kezelheti az upstream vállalat: vagy nem értékesít a diszkontoknak, vagy pedig vertikális árrögzítéssel biztosítja a magas színvonalat biztosító kiskereskedők haszonkulcsát. A szerzők megmutatják, hogy kívánatosabb az upstream szereplő számára, ha kiskereskedelmi árrögzítést alkalmaz, mivel az értékesítés megtagadása csökkenti a termék elérhetőségét.

Mathewson–Winter [1984] már említett cikke a vertikális külső gazdasági hatások mellett a horizontális externáliákat, köztük az információk tovagyrűző hatását tartja a vertikális korlátozások okának. A szerzőpáros horizontálisan elkülönült kiskereskedőket és fogyasztókat szerepeltető modelljében három alapvető externáliát azonosít. Vertikális externália jelentkezik, ha a kiskereskedő valamilyen módon növeli a termék iránti keresletet, ugyanis ez az upstream vállalat profitját is növeli. Horizontális externáliából – a feltevésektől függően – kétfajta jelentkezhet a modellben. Pénzbeli externália jelentkezik, ha valamely kiskereskedő megváltoztatja az általa értékesített termék árát, és ezáltal befolyásolja a többi kiskereskedő keresletét. Az információs externália pedig a reklámtevékenység tovagyrűző hatásából fakadhat: a reklámok ugyanis a terméket forgalmazó többi kiskereskedőnél jelentkező keresletet is növelhetik. A szerzőpáros megmutatja, hogy adott externáliák fennállása esetén a vertikális korlátozások milyen kombiációi indokolják a vertikális integrációt.

Az árrögzítésnek a kiskereskedők ösztönzőinek módosításában játszott további szerepét említi meg *Marvel–McCafferty* [1985]. Az érvelés a következő: a gyártók el akarják kerülni, hogy termékük akciós értékesítések révén veszteségvezető legyen.⁵ Egy-egy termék határköltségen vagy az alatt megszabott ára kedvező lehet a termelő számára, hiszen növeli az eladásokat az adott boltban, de a többi kiskereskedő számára csökkenti a haszonkulcsot, és adott polckapacitás mellett inkább más termékeket fognak forgalmazni. A termék elérhetőségének

⁵ Veszteségvezető (*loss-leader*) termékről beszélünk, ha a kiskereskedő az adott jószágot a többi termékéből eladni kívánt mennyiség fokozása érdekében határköltségen vagy az alatt értékesíti.

visszaesése pedig nagyobb veszteséget jelent a termelő számára, mint az egyetlen boltban megnövekedett eladásokból származó nyeresége. A termelő viszont a kiskereskedelmi árrögzítés segítségével el tudja kerülni ezt a számára kedvezőtlen forgatókönyvet. A szerzőpáros megemlíti egy másik, az értékesítők alternatív költségéhez kapcsolódó szempontot is: az árrögzítéssel az upstream vállalat elősegítheti, hogy a kiskereskedők a termelő által kívánatosnak tartott raktárkészletet tartsanak, mivel az árak rögzítése a kiskereskedők számára megemeli a terméken elérhető profitot.

Ez a tag értelemben vett szolgáltatás, a megfelelő raktárkészlet biztosítása áll *Deneckere és szerzőtársai* [1996] modelljének központjában. A szerzők gondolatmenete a következő: bizonytalan kereslet mellett az alacsonyabb raktárkészletet fenntartó kiskereskedők alacsonyabb árat szabhatnak a többiekénél, mivel kisebb annak a kockázata, hogy nem tudják eladni a raktáron levő termékeket. Ez azonban a nagyobb raktárkészletet fenntartó kiskereskedőket arra készíti, hogy tovább emeljék a haszonkulcsukat, hiszen a vevők először az olcsóbb kereskedőktől vásárolnak, így valószínűbb, hogy raktárkészletük egy része eladhatatlan lesz. Egyensúlyban tehát a vásárlók választhatnak a bizonytalan, de olcsó forrás és a biztos, de drága forrás között. A probléma abban rejlik, hogy a nem diszkontáron értékesítő kiskereskedők magasabb haszonkulcsa pozitív keresleti sokk mellett is korlátozza az eladásokat, a piac szegmentálódása tehát negatívan befolyásolja a keresletet. Ezt a problémát kezelheti a termelő kiskereskedelmi ár rögzítésével, aminek következtében mindenki megfelelő raktárkészletet tart.⁶

Klein-Murphy [1988] érvelése szerint az árrögzítés önmagában nem oldja meg a nem szerződhető kiskereskedelmi szolgáltatások problémáját. Egy műszaki cikket áruló diszkontáruház továbbra is potyázhat más boltok termékbemutatóin, miközben olcsóbb kapcsolt termékekkel csábítja el a vásárlókat. Más szolgáltatásoknál, amikor a vásárlók képtelenek megfigyelni vásárlás előtt a kiskereskedő minőséget befolyásoló szolgáltatásait (például hogy megfelelően tárolta-e a termékeket), a gyártó reputációján potyázik a kiskereskedő. Bár ezek az önérdékkövető viselkedéstípusok veszteséget jelenthetnek a jövőben,⁷ a jelenben növelik a profitot. A szerzők által felvázolt keretrendszerben tehát a gyártó csökkenti a kereskedő önérdékkövető viselkedéséből származó azonnali nyereséget, és növeli a kooperációból származó hosszú távú hasznot.⁸ Egy lehetséges megoldás a kizárólagos területi jogok alkalmazása rögzített maximális kiskereskedelmi árral kombinálva. A kiskereskedő így nem tud potyázni a riválisai által nyújtott szolgáltatásokon, ugyanakkor a profitmaximalizáló kiskereskedelmi ár mellett kínált alacsonyabb nagykereskedelmi ár kellő kvázijáradékot szolgáltat ahhoz, hogy bizonyos szintű ellenőrzés mellett számára ne érje meg a potyázás.

Winter [1993] modelljében egy monopolista termelő értékesíti az árban és vásárlási időt csökkentő szolgáltatásokban versenyző kiskereskedőkön keresztül a

⁶ A cikk eredményeit *Wang* [2004] általánosította több gyártó esetére.

⁷ Ráadásul ez a veszteség bizonytalan, hiszen az ellenőrzés költséges.

⁸ Nem elégséges, ha a termelő exkluzív területi jogokat ad, határkölségen áraz, és fix díjjal gyűjti be a járadékot: ekkor ugyanis a termelő oldalán jelenik meg a minőséggel kapcsolatos morális kockázat.

heterogén időkölséggel rendelkező vásárlóknak. A szerző érvelése szerint a kiskereskedők ebben a helyzetben túl nagy hangsúlyt helyeznek az árversenyre, és túl kevés hangsúlyt a szolgáltatásokra, mivel döntéseiket a marginális vásárlókat szem előtt tartva hozzák meg. A marginális vásárlók azonban – akik földrajzilag távolabb vannak a kiskereskedőtől – jellemzően alacsony költséget tulajdonítanak az időnek, így nem (időcsökkentő) szolgáltatással, hanem alacsony árakkal lehet őket megnyerni. Ezt a torzítást vertikális korlátozásokkal lehet kiküszöbölni: a minimális kiskereskedelmi ár rögzítése, illetve a kizárólagos területi jogok alkalmazása egyaránt alkalmas lehet erre.⁹

A vertikális kapcsolatok kartellproblémái

A vertikális kapcsolatok magyarázatának másik nagy csoportjába azok az elméletek tartoznak, amelyek szerint ezek valamilyen kartell létrehozására irányulnak. *Telser* [1960] idézett cikkében arról is említést tesz, hogy a kiskereskedelmi árörögítés hogyan segítheti elő a termelő (upstream) vállalatok kartellezését. A termelői kartell tagjai megpróbálják eladásukat a kiskereskedőknek nyújtott engedményekkel növelni. Az árörögítés azonban megszünteti ezt az ösztönzést, hiszen a kiskereskedő nem tudja csökkenteni a végső árat, így nem változnak a piaci hányadok.

A termelői kartellek formális modelljét *Jullien–Rey* [2008] dolgozta ki. A cikk kiinduló gondolata az, hogy a kiskereskedelmi árörögítés kétféle hatást fejt ki. Egyrészt merevebbé teszi az árakat, s mivel ezáltal a kiskereskedők nem tudnak reagálni a kereslet változásaira, csökkentik a kínálati oldal profitját. Ugyanakkor az árörögítés megkönnyíti a kartellszerződéstől eltérő gyártók felfedését. Az árörögítés bevezetése tehát akkor áll a termelők érdekében, ha a kartellból származó profittöbblet olyan magas, hogy meghaladja az ármerevség okozta veszteséget.

Rey–Stiglitz [1995] azt mutatja meg, hogy a területi kizárólagos értékesítési jogok hogyan gátolhatják meg a termelők közötti (upstream) versenyt. A cikk gondolatmenetének középpontjában az áll, hogy a termelő vállalat áremelését a rivális termelő nem feltétlenül akarja követni, így a kiskereskedők közötti (downstream) verseny esetén a termelők nem tudják kiaknázni piaci erejüket. Kizárólagos területi jogokkal felruházott kiskereskedők esetében azonban más a helyzet. Ekkor ugyanis a helyi monopóliumként viselkedő kiskereskedők árai már stratégiai kiegészítők. Így tehát, ha a gyártó megemeli nagykereskedelmi árát, a termékét értékesítő kiskereskedők is árat emelnek, viszont erre a rivális árut forgalmazó kiskereskedők is áremeléssel válaszolnak, ami tompítja az eredeti termelő vállalat eladásaiban jelentkező csökkenést. Mindezek következtében a termelők által érzékelt árrugalmasság alacsonyabb lesz, mint verseny esetén lenne, ami magasabb kis- és nagykereskedelmi árakhoz vezet.

⁹ Némileg hasonló, szintén marginális torzítást tárgyal *Chen* [1999], megmutatva, hogy a kiskereskedelmi árörögítés célja az is lehet, hogy megszüntetessék a fogyasztók kiskereskedők közti keresztrugalmasságokon alapuló árdiszkriminációját.

Telser [1960] megemlíti azt a lehetőséget is, hogy a kiskereskedők kartellje „beszéli rá” a termelő vállalatot az árrögzítésre. A gondolatmenet buktatója azonban az, hogy a termelő vállalatnak semmilyen érdeke nem fűződik ahhoz, hogy rögzítse árait, sőt az csökkentené a profitját. *Shaffer* [1991] cikke azonban, amely a polcpénz és a kiskereskedelmi árrögzítés között húz párhuzamot, egy lehetséges magyarázattal szolgál. A cikk egyik fő megállapítása, hogy a polcpénz és a kiskereskedelmi árrögzítés is szolgálhatja a kiskereskedők versenyének korlátozását, ugyanis mindkettő elköteleződési eszköz lehet a magasabb kiskereskedelmi ár mellett. Az árrögzítés esetében a kiskereskedő nyilvánvalóan nem változtathat egyoldalúan árat, míg a polcpénz a növekvő költségek miatt jelezhet elköteleződést. A kiskereskedők pedig azért képesek ezeket az elköteleződési eszközöket kikényszeríteni a gyártótól, mert ők rendelkeznek egy szűk keresztmetszetet előidéző erőforrással, a polchellyel.

Rey-Vergé [2008b] egy még kedvezőtlenebb forgatókönyv lehetőségére mutat rá: a vertikális relációkat „összefonódó kapcsolatok” jellemzik, azaz az egymással versengő termelők ugyanazokon az egymással versengő kiskereskedőkön keresztül értékesítenek, és míg a „közös ügynökség”, azaz a versengő termékeket egyaránt forgalmazó kiskereskedők csökkentik a termelők versenyét, addig a kiskereskedelmi árrögzítés megszünteti a kiskereskedők közötti versenyt. A szerzőpáros felhívja a figyelmet, hogy a nem árra vonatkozó vertikális korlátozások (például kizárólagos területi jogok) nem vezethetnek ilyen eredményre, ezért az ár jellegű vertikális korlátozások szigorúbb szabályozói kezelése indokolt lehet.

Morális kockázat és vertikális kizárás

A versenyhatóságok a vertikális korlátozások egyik legfőbb veszélyének azt tartják, hogy a vertikális lánc valamely szintjén kizáráshoz vezethetnek (*Lafontaine-Slade* [2008]). Érdemes tehát megvizsgálni a vertikális integráció, a vertikális korlátozások és a kizárás kapcsolatát.

Vertikális kizárásról akkor beszélhetünk, ha valamelyik vállalat kizárólagosan rendelkezik egy nélkülözhetetlen eszközzel (*Rey-Tirole* [2005]). A vertikális kizárás célja az elköteleződési probléma miatt meggyengült piaci erő helyreállítása. Az elköteleződési probléma nagymértékben hasonlít a tartós jószágot gyártó monopolista problémájához, ahol a monopolerő azért gyengül, mert köztudott tudás, hogy a kezdeti (első időszaki) szerződések megkötése után a monopolista számára az önérdék követő viselkedés profitmaximalizáló.

Az alapgondolatot *Hart-Tirole* [1990] cikke írja le. A tanulmány alapmodelljében megfigyelhető szerződések hiányában a monopolista önmaga aknázza alá saját monopolerejét. Tekintsük a szerzők egyik egyszerű példáját, ahol a monopolista termelő mellett két potenciális kiskereskedő szerepel! Ha a monopolista mindkét fél számára felajánlja a monopolista profitmaximalizáló mennyiség felét a monopolprofit feléért, akkor ezt a kiskereskedők egyensúlyban nem fogják elfogadni. Egy adott kiskereskedő ugyanis ebben a helyzetben így okozhat: amennyiben elfogadja az ajánlatot, a

termelő úgy maximalizálhatja profitját, hogy a másik kiskereskedőnek a monopolista profitmaximalizáló mennyiség felénél többet ad el. Ez viszont számára azt jelenti, hogy veszteséggel zárja az üzletet. Vertikális integrációval és az egyik potenciális kiskereskedő kizárásával visszaállítható a monopolerő.

A nélkülözhetetlen eszköz ellenőrzése ugyanakkor nem vezet mindig teljes kizáráshoz, a vertikális kizárás jelentkezhethet a nélkülözhetetlen eszköz szolgáltatásának korlátozásában is. Az idézett cikk (*Hart–Tirole* [1990]) egy bővített modelljében a vertikális lánc felső részén nem monopólium, hanem egy hatékony és egy kevésbé hatékony vállalat termel. A fentiekhez hasonlóan itt is a vertikális integráció oldja meg az elköteleződés problémáját, azonban most az integrálódott downstream vállalat szállít a másik kiskereskedőnek is, akkora mennyiséget, amennyit az a kevésbé hatékony vállalatból vásárolna.

A bővített modell arra is jó példa, hogy a vertikális integráció jobb megoldást nyújt az elköteleződési probléma megoldására, mint a kizárólagos szerződések megkötése. Kizárólagos szerződés esetén ugyanis a hatékony termelő nem szolgálhatná ki a másik kiskereskedőt, tehát a potenciálisan integrálódó cégek együttes profitja alacsonyabb lenne.

Az elköteleződés problémáját a diszkriminációellenes szabályozás vagy a legnagyobb kedvezmény elve sem feltétlenül oldja meg. *McAfee–Schwartz* [1994] egy „diszkriminációmentes” játékot ír le. A játék öt lépésből áll. Az első lépésben a termelő a többiek által nem megfigyelhető, kétrészes árat tartalmazó szerződéseket ajánl sorban az 1., 2., ..., n . kiskereskedőnek. A második lépésben a kiskereskedők elfogadják vagy elutasítják a nekik szóló ajánlatot. A harmadik lépésben mindenki megismeri az elfogadott ajánlatokat. Ezt követően kerül sor az újratárgyalásra, de ezúttal fordított sorrendben: az n ., $n - 1$., ..., 1. vállalat lehetőséget kap arra, hogy az elfogadott szerződésének feltételeit bármelyik másik elfogadott szerződés feltételeire változtassa meg. A végső, ötödik lépésben pedig lezajlik a kiskereskedők közötti verseny, amihez a szükséges inputokat a kereskedők a monopolistától vásárolják meg. Itt az első körben utolsóként szerződést kötőnek érdekében áll (a termelővel egyetemben), hogy magasabb fix díjat vállaljon alacsonyabb határkölségért cserébe. A többieknek ennek tudatában sem lesz érdekükben szerződésük megváltoztatása, ugyanis minél alacsonyabb a versenytársak határkölsége, annál kevésbé értékes a kiskereskedő számára saját határkölségének csökkentése.¹⁰ Ennek tudatában azonban ismét az elköteleződési problémával találja szembe magát, így csökken az upstream vállalat piaci ereje.

O’Brien–Shaffer [1992] is arra hívják fel a figyelmet, hogy ha a termelő és a kiskereskedők közti szerződéseket nem lehet megfigyelni, akkor a vertikális integráció kimenete a morális kockázat miatt nem valósítható meg. Ha ugyanis a szerződések alapján kialakulna valamilyen árszerkezet, a nagykereskedő és valamely kiskereskedő közös érdeke, hogy kismértékben csökkentsék az adott kiskereskedőre vonatkozó nagykereskedelmi árat, mivel így növelhetik profitjukat. Ebben az

¹⁰ Az alacsonyabb határkölségű vetélytárs ugyanis agresszívabb versenyt folytat; amint arra a szerzők rámutatnak, ez számos standard piacszerkezeti feltevés mellett teljesül.

összefüggésben a vertikális korlátozások szerepe az, hogy megszüntessék az erre irányuló ösztönzőket azáltal, hogy függetlenítik a kiskereskedők kvázijáradékát a riválisaikétól. Az egyik lehetséges megoldás az elköteleződési problémára a kizárólagos területi jogok biztosítása. Amennyiben – például jogi korlátok miatt – a termelő nem bátoríthatja a kiskereskedőket más kiskereskedők kijelölt területének megsértésére, ez tökéletesen kiküszöböli az elköteleződés hiányának következményeit. Szintén hatásos lehet olyan maximális kiskereskedelmi ár rögzítése, amely csak minimális vagy nulla haszonkulcsot tesz lehetővé a kiskereskedők számára, hiszen ekkor egyik kiskereskedőnek sem áll érdekében az ár csökkentése. Ugyanakkor, mint a szerzők is megjegyzik, a gyakorlatban jellemzőbb a minimális kiskereskedelmi ár rögzítése. Ez a vertikális korlátozás is megoldás lehet az elköteleződési problémára, de csupán abban az esetben, ha a termelő minden kiskereskedő számára kötelezően elő tudja írni a minimális kiskereskedelmi árat, hiszen csak ekkor lehet kizárni az önérdékkövető árcsökkentést.

Kizárólagos szerződések és kizárás

Aghion–Bolton [1987] a vetélytársak kizárására irányuló kizárólagos szerződések irodalmának első (és alapvető) cikke. A modellben a kiskereskedő és az inkumbens termelő hosszú távú szerződést köt. Ha a kiskereskedő nem az inkumbenstől, hanem az újonnan belépő cégtől szerzi be a terméket, akkor a szerződésben rögzített kártérítést meg kell fizetnie. Az optimális szerződés segítségével – amennyiben mégiscsak belép valaki a piacra – a vevő és az inkumbens termelő teljes mértékben megszerzi az újonnan belépő járadékát. A fizetendő kártérítés miatt ugyanis a vevő csak jóval alacsonyabb áron hajlandó szerződni az új belépővel, aki emiatt közel nulla profitot ér el. A szerződés azonban nem csak járadékátcsoportosítást eredményezhet, mivel lehetnek olyan, az inkumbens vállalatnál hatékonyabb cégek, amelyek esetében a kártérítés valódi kizárással jár. Az optimális szerződés így társadalmi költséggel jár.

Rasmusen–Ramseyer–Wiley [1991] a következő játékot elemzi: az inkumbens gyártó első körben egy X összeget ajánl minden olyan kiskereskedőnek, aki kizárólagos értékesítési szerződést ajánl neki. A második fordulóban a kiskereskedők szimultán döntenek arról, hogy elfogadják-e az ajánlatot. A harmadik körben a potenciális belépő dönt arról, hogy belép-e a piacra, és ha igen, akkor meghatározza terméke nagykereskedelmi árát is. A negyedik lépésben az inkumbens meghatározza, hogy mekkora árat szab a kizárólagos szerződést aláíróknak, illetve az el nem kötelezett kereskedőknek. Végül a szerződést aláírók az inkumbenstől, az el nem kötelezett kiskereskedők pedig vagy az inkumbenstől vagy pedig a belépőtől beszerezik a kívánt termékmennyiséget. A szerzők a játék kapcsán felvetik, hogy az egyik kiskereskedő által aláírt kizárólagos szerződés a többi kiskereskedőt érintő externáliával járhat. A szerződés elfogadása ugyanis csökkenti a vetélytárs gyártó belépésének valószínűségét abban az esetben, ha a belépőnek szüksége van valamilyen hatékony disztribúciós üzemméret elérésére a belépéshez. Így ha pél-

dául minden kiskereskedő azt hiszi, hogy a többiek aláírják a szerződést, akkor az inkumbens termelő ingyen monopolizálhatja a piacot.

A cikk gondolatmenetét és a játék leírását *Segal–Whinston* [2000] pontosította. Felhívta a figyelmet, hogy megfelelően kis piaci erejű kiskereskedők esetén méretgazdaságságtól függetlenül költségmentesen megvalósítható a kizárás: mivel bármelyik kiskereskedő, akinek felajánlják a kizárólagos szerződést, tudatában van annak, hogy ő nem kulcsszereplő, így kompenzáció nélkül elfogadja azt.

Bernheim–Whinston [1998] modelljében a kizárólagos értékesítési szerződés célja egy később megnyíló piac biztosítása: az exkluzív szerződést megkötő termelő az eredeti piacról történő kizárás segítségével éri el, hogy vetélytársa ne léphessen be a később megnyíló piacra. A cikk ugyanakkor megállapítja, hogy nem mindig vezet eredményre a kizárólagos szerződések tiltása: ez egyes esetekben ugyanis megszüntetheti a kizárást, más esetekben azonban más, kevésbé hatékony (például mennyiségi előírásokat tartalmazó) vertikális korlátozásokkal valósítják meg az implicit kizárást.

Az erős alkupozíciójú kiskereskedők a kizárólagos szerződések segítségével megakadályozhatják más kiskereskedők belépését (*Comanor–Rey* [2000]). Ebben az esetben az inkumbens kiskereskedő kizárólagos értékesítési szerződést köt a termelővel. A termelő számára nyilvánvalóan előnyös lenne az alternatív értékesítési csatorna, de őt a kiskereskedő a magasabb nagykereskedelmi áron keresztül kompenzálja. Ugyanakkor a kizárólagos szerződés megakadályozhatja akár hatékonyabb versenytárs belépését is.

A vertikális korlátozások közül azonban nem csak a kizárólagos szerződések vezethetnek kizáráshoz. *Whinston* [1990] azt vizsgálja, hogy milyen feltételek mellett alkalmazható az árukapcsolás a monopolerő „áttételeként”, azaz mikor képes a monopolista egy másik termék piacáról ezzel az eszközzel nyereségesen kizárni a versenytársakat. A kizárás megvalósulhat stratégiai kizárásként, amikor a monopolista elkötelezi magát a csomagban történő értékesítés mellett, és így a jövőbeli alacsony profitok miatt a vetélytárs kivonul a piacról, vagy közvetlen kizárásként, amennyiben a kapcsolt terméknek van független felhasználási módja is.

A csomagban való értékesítést vizsgálja *Nalebuff* [2004] is, ebben a modellben azonban nem a monopolerő áttételéről, hanem az egyik termék piacán belépő potenciális versenytárs kizárásáról van szó. A szerző megmutatja, hogy a csomagban történő értékesítés hatásos eszköz lehet egy korlátozott termékskálával rendelkező belépővel szemben, továbbá ezen eszköz alkalmazása ekkor sem okoz számára veszteséget, ha nem lépne be más vetélytárs, ellentétben például a szintén kizárás célzó ragadozó árazással.

Az említett korlátozások mellett a kiskereskedelmi árrögzítés is lehet a kizárás eszköze (*Asker–Bar–Isaac* [2010] és *Marvel–McCafferty* [1985]). A termelő ebben a modellben a kiskereskedelmi árrögzítéssel és a nagykereskedelmi ár megválasztásával az iparági profit egy részét átengedi a kiskereskedőknek. A kizárás lehetősége több tényezőtől függ: a kiskereskedők alacsony száma, a magas belépési költség, illetve a magas diszkontfaktor mind segítik a kizárást. Amennyiben a kizárás lehetséges, akkor az – bár gátolja a versenyt – mind az inkumbens, mind a kiskereskedők számára előnyös.

Aszimmetrikus információ és vertikális korlátozások

Rey-Tirole [1986] modelljében a kiskereskedőket a termelő által nem megfigyelhető keresleti vagy költségsokkok érhetik. A cikk megállapítja, hogy a kizárólagos területi jogok esetében hasznosulnak a leghatékonyabban ezen decentralizált információk. A kiskereskedelmi árörögztítés esetén ugyanis a fogyasztói ár nem változik a sokkok hatására, mert a vertikális korlátozások nélkül a versenyző kiskereskedők által megszabott ár változatlan marad a keresleti sokkok hatására, a költségsokkokra viszont a vertikális integrációhoz képest túlzóan reagálnak. A vertikális struktúra ugyanakkor nemcsak a fogyasztói ár meghatározásában játszik szerepet, hanem a termelő és a kiskereskedők közti kockázatmegosztást is befolyásolja. A szerzők feltevése szerint a kiskereskedők kockázatkerülők is lehetnek, így indokolt annak vizsgálata, hogy melyik környezet nyújt magasabb szintű biztosítást a kiskereskedők számára. A tanulmány rámutat, hogy a vertikális korlátozásoktól mentes versenyzői piacon a legkevésbé változékony a kiskereskedők profitja. Az árörögztítés nem kezeli a költségsokkok okozta kockázatot, ugyanakkor a keresleti sokkokra tökéletes biztosítást nyújt. A kizárólagos területi jogok esetén azonban a kiskereskedők – mint helyi monopóliumok – maguk viselik mind a költségekkel, mind pedig a kereslettel kapcsolatos kockázatokat.

Gal-Or [1991] az előző cikkhez hasonlóan keresleti és költségsokkokat szerepeltető bizonytalan környezetben, de bonyolultabb szerződési lehetőségek mellett hasonlítja össze a kétrészes árazást és a kiskereskedelmi árörögztítést. Itt a termelő és a kiskereskedő egy három lépésből álló játékot játszanak. Először a két fél egy szerződést köt egymással, amelynek végső feltételei függhetnek a későbbi kommunikációtól. Ezután a kiskereskedő megfigyeli a keresleti és költségsokkok kimenetét, és ennek alapján tárgyal a termelővel. Természetesen lehetősége van valótlan információ közlésére is. Végezetül a szerződés és a kiskereskedő által közölt információ alapján meghatározzák a termelő és a kiskereskedő közti végleges feltételeket. A tanulmány információszempontból két alesetet különböztet meg. Az első esetben a termelő nem képes megfigyelni a kiskereskedelmi árat: ekkor a szerződés nem tartalmazhat a kiskereskedelmi árra vonatkozó kitételt, így az optimális szerződés kétrészes árazási opciókból álló menüvel valósítható meg.¹¹ Amennyiben az alkalmazott kiskereskedelmi ár megfigyelhető, a kiskereskedelmi árörögztítés további befolyásoló eszköz lehet a termelő kezében. A gyártó két problémával szembesül. Egyrészt a kiskereskedőnek egyes helyzetekben pozitív profitot kell elérnie, így a termelő nem képes elvonni a teljes többletet. Másrészt, amikor a termelő meghatározza a kibocsátást és az árat, figyelembe kell vennie, hogy akciója nemcsak saját profitjára hat, hanem megváltoztathatja a kiskereskedő kommunikációval kapcsolatos ösztönzőit is. Ennek figyelembevételé ugyanakkor a kibocsátás alacsonyabb szintjéhez és magasabb kiskereskedelmi árakhoz vezethet. A szerző megmutatja, hogy amikor modelljében csak keresleti sokk szerepel, akkor a kiskereskedelmi árörögztítés képes a vertikális integráció reprodukálására. Ha azonban a költségsokk nem nulla, akkor sem a két-

¹¹ A szerző azt is megmutatja, hogy alkalmasan megválasztott kétrészes árazással minden olyan önérdékkövető feltétel megvalósítható, amit mennyiségi rögzítéssel elérnénk.

részes árazás, sem az árörögztítés nem vezet a vertikális integrációval azonos eredményre, de a torzítások mértéke a kiskereskedelmi árörögztítés mellett alacsonyabb.

Piccolo–Martimort [2007] a kiskereskedelmi árörögztítést¹² és a mennyiségi rögzítést¹³ hasonlítja össze egy aszimmetrikus információs modellben. A modellben a termelő nem tudja megfigyelni a végső keresletet, így fellép a kontraszelekció problémája, emellett mivel a kiskereskedő erőfeszítését sem tudja megfigyelni, ezért morális kockázattal is szembe kell néznie. A mennyiségi rögzítés bizonyos értelemben rugalmasabb az árörögztítésnél, ugyanis ekkor a kiskereskedő maga határozhatja meg a fogyasztói árat és így az ahhoz kapcsolódó optimális szolgáltatási szintet is. Az ár és a mennyiség együttes rögzítése azonban gyakorlatilag közvetett módon egy fix szolgáltatási szintet határoz meg. A mennyiségi rögzítésnél magasabb lesz a kiskereskedő erőfeszítésének a szintje, mivel itt teljes mértékben ő részesül a keresletnövekedésből származó profittöbbletből. Ugyanakkor a mennyiségi rögzítésnél a kiskereskedő megnövekedett piaci ereje miatt erősebben jelentkezik az árprés, így a járadék maximalizálása érdekében a termelő csökkenti kibocsátását. A két hatás közötti átváltást a kiskereskedői szolgáltatás határkölséggörbéjének alakja határozza meg. A termelő a modellben akkor dönt az árörögztítés mellett, ha az a hatékonyságot megfelelő mértékben növeli, így ez a fogyasztói jólét növekedésével is jár.

Kastl és szerzőtársai [2011] továbbgondolva *Piccolo–Martimort* [2007] modelljét, olyan feltevést épít a modellbe,¹⁴ aminek következtében a gyártó számára egyenértékű a mennyiségi rögzítés és a kiskereskedelmi árörögztítés. Ebben a modellben azonban több kiskereskedő van, így a kiskereskedők közti nem piaci tevékenységből eredő externáliák kiemelt szerepet kapnak. Ez lehet negatív (ha például egy specifikus csomagban történő szolgáltatás csökkenti a versenytársak forgalmát) vagy pozitív (ha például a termék reklámja növeli a riválisoknál jelentkező keresletet is). Amennyiben az árörögztítés tiltott, és így a termelő a mennyiségi rögzítést kénytelen választani, akkor *Piccolo–Martimort* [2007] eredményeihez hasonlóan a kiskereskedők nagyobb erőfeszítést fejtenek ki. Ezért negatív külső hatás esetén az árörögztítés nagyobb egyenúlyi mennyiséghez, míg pozitív externália mellett kisebb mennyiséghez vezet.

*

E magyarázatok sokszínűsége mutatja, hogy a vertikális korlátozások *jóléti hatásait* nem lehet egyértelműen megítélni. A nyolcvanas évek elejére az irodalomban kialakult egy, a chicagói iskola álláspontjához közeli konszenzus, amely szerint a vertikális korlátozások alapvetően hatékonysági problémák megoldását szolgálják, s ilyen módon jólétnövelő hatásúak. A később megjelent modellek, amelyek többsége az információ kérdésköréhez tartozik, és a szerződések megfigyelhetőségére vagy a termelő által közvetlenül nem megfigyelhető végső piacra összpontosít, árnyaltabb képet adtak a jóléti következményekről.

¹² Ez itt teljes szerződést jelent, ahol a termelő a mennyiséget és a kiskereskedelmi árat is rögzíti.

¹³ Ez megfeleltethető az előbb tárgyalt cikk (*Gal-Or* [1991]) első alesetének, amikor a termelő nem képes megfigyelni a kiskereskedelmi árat.

¹⁴ A kiskereskedő szolgáltatási határkölséggügvényének második deriváltja nulla.

Empirikus tanulmányok

Az elméleti irodalom természetesen nem ad egyértelmű választ arra a kérdésre, hogy a vertikális korlátozások kívánatosak-e jóléti szempontból, ezért versenypolitikai döntésekben az előzetes vélekedéseinket empirikusan is igazolnunk kell. Az elméleti irodalomnak így fontos kiegészítője az empirikus vizsgálatok irodalma. Bár az eredmények itt sem teljesen egyértelműek, az empirikus tanulmányok összefoglalói (*Cooper és szerzőtársai* [2005], *Lafontaine–Slade* [2008]) azt állapítják meg, hogy a vertikális korlátozások többségében jólét- és hatékonyságnövelő hatással járnak.

Kiskereskedelmi árrögzítés

A kiskereskedelmi árrögzítés korai empirikus vizsgálatait *Overstreet* [1983] foglalta össze. Bár megállapította, hogy a kiskereskedelmi árrögzítés a legtöbb esetben az árak emelkedéséhez vezetett, hozzátette, hogy ebből nem vonhatók le jóléti következtetések, ugyanis ez együtt járhat például magasabb szolgáltatási szinttel is. Az árrögzítés értékesített mennyiségre gyakorolt hatása ugyanakkor korántsem egyértelmű. A felsorolt vizsgálatok kevésbé bizonyították a kiskereskedői kartellek létezését, és kevés esetben lehetett csak kimutatni, hogy az árrögzítés visszafogta a disztribúciós csatornák hatékonyságát. A vizsgált eseteket számba véve, *Overstreet* [1983] leszögezte: nincs általános elmélet, amely minden esetre alkalmazható lenne – az árrögzítés a gyakorlatban kívánatos és nemkívánatos hatásokkal egyaránt járhat.

Ornstein–Hanssens [1987] az égetett szeszek értékesítésében alkalmazott iparági szintű kiskereskedelmi árrögzítés hatékonyságát vizsgálta az 1974 és 1978 közötti időszakra az Egyesült Államokban. Paneladatok alapján becsülve az árrögzítés fogyasztásra gyakorolt hatását, a szerzők azt találták, hogy a kiskereskedelmi árrögzítés 8 százalékkal csökkenti a fogyasztást. Így kizárható, hogy az árrögzítés célja a kereslet növelése, például magasabb szolgáltatási szint kikényszerítésével. A szerzőpáros az említett cikkben azt is megvizsgálta, hogy az árrögzítés hatékonyabbá tette-e az értékesítési csatornákat. Arra az eredményre jutott, hogy az egyes kiskereskedők által kiszolgált vevők száma lényegesen alacsonyabb volt azokban a tagállamokban, ahol árrögzítést alkalmaztak. Az árrögzítés tehát nemhogy hatékonyabbá tette volna a disztribúciót, de a kedvezőbb kiskereskedelmi üzemméret elérését is meggátolta. Ezután a szerzőpáros megvizsgálta, hogyan hatott a kiskereskedelmi árrögzítés eltörlése az értékesítési engedélyek értékére. Eredményei alapján ez jelentős értékcsökkenéshez vezetett, ami konzisztens azzal a magyarázattal, hogy a kiskereskedelmi árrögzítés a versenyzői szint fölé emelte a termékárakat. Megvizsgálva a piac résztvevőinek politikaikampány-hozzájárulásait, megmutatta, hogy a nagykereskedők hozzájárulásai folyamatosan emelkedtek 1975 és 1984 között. A kiskereskedők hozzájárulásai viszont folyamatosan csökkentek, a legnagyobb visszaesés pedig 1978, az árrögzítés megszüntetése után történt. Ezek a tények azt valószínűsítik, hogy a kiskereskedelmi árrögzítés a kiskereskedőknek állt érdekében.

Mivel a kiskereskedelmi árrögzítés törvénytelen volta megnehezítette azok empirikus vizsgálatát, *Ippolito* [1991] az egyesült államokbeli bíróságokon tárgyalt ügyek elemzésével próbált következtetéseket levonni azok gyakorlatát illetően. A cikkben vizsgált minta 203 olyan tagállami vagy szövetségi bíróság által tárgyalt esetet tartalmaz, ahol vertikális árrögzítés gyanúja merült fel. Feltételezhető volt, hogy azok az esetek, ahol a törvényi tiltás ellenére is ehhez az eszközhöz nyúltak a vállalatok, a vertikális árrögzítés bizonyult a legjövődélmezőbbnek. A mintavétel azonban nem lehetett véletlenszerű, legalábbis azokban az esetekben, ahol nem állami szerv volt a felperes. A torzítás oka az, hogy a bíróság által nyilvánvalóan elítélendő esetekben sokkal valószínűbb, hogy az ügy nem tárgyalással, hanem peren kívüli megegyezéssel végződik. Így azonban a mintát úgy is tekinthetjük, mint a jogi standard határán levő eseteket: ahol peren kívül egyértelműen sem elvetni, sem megerősíteni nem lehet a tényállást.¹⁵ *Ippolito* [1991] a rendelkezésre álló információk alapján az árrögzítés vizsgált alkalmazásaihoz keresett közgazdasági magyarázatokat. A minimális kiskereskedelmi árrögzítéssel esetek csupán 13,1 százalékában merült fel a horizontális kartell gyanúja (a kiskereskedői kartellek gyanúja tett ki ebből 7,2 százalékot, míg a termelői kartellek 5,9 százalékot). Sokkal nagyobb részarányt tettek ki azok az ügyek, ahol komplex termékről volt szó, így szükség lehetett speciális, kiskereskedő által nyújtott szolgáltatásokra (a kormányzati szervek által indított perek 42, az egyéb perek 65 százalékában), illetve azok, ahol a kiskereskedő tevékenysége befolyásolta a minőséget (a kormányzati szervek által indított perek 28, az egyéb perek 43 százalékában). Azokban az esetekben pedig, ahol egyszerű termékekről volt szó, az esetek nagy részét termelő és nagykereskedő vagy pedig franchise-rendszerben működő kiskereskedő közti perek adták. Mivel az esetek többsége a területi korlátozást is magában foglalta, valószínűsíthető volt, hogy alkalmazni lehetett a kereskedői erőfeszítés ösztönzésén alapuló magyarázatot. Összességében tehát a határon levő ügyek esetének többségében inkább a hatékonyságot fokozó, mint a versenyt korlátozó motiváció volt a valószínűbb, így a jólétet növelhette a szabályozás enyhítése.

Gilligan [1986] a kiskereskedelmi árrögzítést alkalmazó vállalatok ellen indult eljárások hatását vizsgálta a vállalatok részvényárfolyamaira. A szerző négy lehetséges hipotézist vetett fel, amelyeket empirikusan kívánt ellenőrizni: a kiskereskedelmi kartell, a termelői kartell, az árdiszkriminációt elősegítő árrögzítés, valamint a hatékonyabb disztribúciót elősegítő árrögzítés hipotézisét. Az első esetben az árfolyam növekedését várnánk az eljárás hatására, a második és a harmadik esetben az árfolyam csökkenését, a negyedik esetben azonban nem egyértelmű a hatás, hiszen míg az árrögzítés kiküszöbölhet hatékonysági vagy morális kockázathoz tartozó problémákat, rugalmatlanná is teheti a disztribúciós csatornákat.

A szerző először az általánosított legkisebb négyzetek módszerével megbecsülte az eljárás indításához kapcsolódó rendkívüli részvényhozamot. A becült eredmények alapján ez a vizsgált nyolc iparágból hatban (üzemanyag-értékesítés, ruházat,

¹⁵ Mivel ebben az időszakban önmagában az árrögzítés ténye jogellenesnek minősült, az ítéletet elsősorban az határozta meg, hogy az adott gyakorlat a jogi standard szerint árrögzítésnek minősült-e.

háztartási cikkek, kozmetikai cikkek, alkoholos italok, ipari termékek) negatív (négy iparágnál szignifikánsan kisebb nullánál), kettőben (fogyasztói elektronika és szabadidős felszerelések) pedig pozitív (egy iparágnál szignifikánsan pozitív) összefüggést mutatott ki. Ennek alapján az első csoportnál el lehetett utasítani a kiskereskedői kartell hipotézisét, a második csoport esetében pedig a gyártói kartell, valamint az ársziszkrimináció hipotézisét. A szerző ezután újrabecsülte a fenti egyenletet, de a következő helyettesítéssel:

$$\delta_i = \gamma_{0i} + \gamma_{1i} \text{DLRCON}_i + \gamma_{2i} \text{MANCON}_i + \gamma_{3i} \text{MKTSHR}_i,$$

ahol δ_i az *i-edik* vállalat esetében jelentkező rendkívüli hozam, DLRCON_i és MANCON_i az *i-edik* cég esetében releváns kereskedői és termelői koncentrációt mutatják, MKTSHR_i pedig az *i-edik* cég piaci részesedése. Itt a kiskereskedői kartell kizárólagos fennállása esetén γ_1 esetében pozitív értéket, a másik két paraméterre (γ_2 , γ_3) nullát, gyártói kartell esetén γ_2 esetében negatív értéket, a másik két paraméterre nullát lehetett várni. Piaci diszkrimináció elősegítésére a jelentős piaci erővel rendelkező szereplő alkalmazhatott volna árörögzítést, így e hipotézis kizárólagos fennállása esetén γ_2 , illetve γ_3 értékeire nullától különböző (negatív) értéket lehetett várni. Ha a disztribúciós csatornákat befolyásoló árörögzítésről lett szó, akkor γ_1 és γ_2 értékeire is nullát lehetett várni, míg γ_3 értéke pozitív vagy negatív is lehetett. A becslés alapján γ_1 pozitív, γ_2 negatív, γ_3 pedig pozitív lett. Mindhárom változó szignifikáns volt. Ezek az eredmények a kereskedői kartell, a termelői kartell, illetve a disztribúciós csatornákat rugalmatlanná tevő ösztönzők hipotéziseivel konzisztensnek bizonyultak.

Érdekes természetes kísérletre talált *Hersch* [1994] szintén részvényárfolyamok változását vizsgálva. A szerző *Ippolito* [1991] és *Gilligan* [1986] idézett tanulmányait bírálta, mivel mindkét esetben mintatorzító hatást tulajdonít a kiskereskedelmi árörögzítést tiltó jogi környezetnek. Így a tanulmány egy olyan korszakot vizsgált, amikor a kiskereskedelmi árörögzítés a legtöbb amerikai tagállamban törvényes volt. A vizsgált esemény az Egyesült Államok legfelsőbb bíróságának 1951-es döntése (*Schwegmann Bros. versus Calvert Distillers Corp.*, 341 U.S. 384, 1951), amely jelentősen korlátozta az árörögzítést lehetővé tevő Miller–Tydings-törvény hatáskörét. *Hersch* [1994] megbecsülte a döntéseket követő napok rendkívüli hozamait, a becslés után pedig aggregálással megállapította a kumulált rendkívüli hozamok nagyságát. A termelők iparágai esetében csupán a fogyasztói elektronika esetében volt nullától szignifikánsan különböző (pozitív) az ötnapos kumulált rendkívüli hozam. Ez a kiskereskedői kartell vagy a disztribúciós csatornákat rugalmatlanná tevő ösztönzők hipotéziseivel konzisztensnek bizonyult. Érdekes módon a kiskereskedők között az áruházaknál szignifikánsan pozitív volt a rendkívüli hozam, míg más üzletláncok esetében a kumulált rendkívüli hozam nem volt szignifikáns. A hipotézisek részletesebb összehasonlítása érdekében a szerző a termelők esetében számított kumulált rendkívüli hozamokra a következő egyenletet becslte:

$$\text{CAR}_i = \alpha_0 + \alpha_1 \text{SHARE}_i + \alpha_2 \text{CR4}_i + \alpha_3 \text{ADV}_i + \alpha_4 \text{OUTLETS}_i + \alpha_5 \text{SINGLE}_i + \varepsilon_i,$$

ahol CAR_i az *i-edik* vállalat kumulált rendkívüli részvényhozama, $SHARE_i$ annak piaci részesedése, $CR4_i$ iparágának koncentrációs mérőszáma, ADV_i az iparági reklám és értékesítések aránya, $OUTLETS_i$ a releváns termékcsoporthoz értékesítő kiskereskedelmi egységek száma, $SINGLE_i$ a termékcsoporthoz értékesítő kiskereskedelmi egységen belül a független boltok aránya. *Hersch* [1994] megvizsgálta azt az esetet is, amikor a fogyasztói elektronika szektorához egy külön kétértékű változó kapcsolódik. A vizsgált hipotézisek közül a termelői kartell magyarázata nagy piaci erejű termelők és kevésbé koncentrált kiskereskedői szektor esetén volt hihető, így a $CR4_i$, az $OUTLETS_i$, és a $SINGLE_i$ változók együtthatóira lehetett negatív értékeket várni. Kiskereskedői kartell esetében a kiskereskedők nagyobb piaci erővel rendelkezettek, így szintén a $CR4_i$, az $OUTLETS_i$, és a $SINGLE_i$ változók együtthatóira lehetett negatív értékekre számítani, de pozitív kumulált rendkívüli hozamokkal. Ha az árörögítés célja a kiskereskedők szolgáltatási szintjének kikényszerítése volt, akkor valószínűsíteni lehetett, hogy a kiskereskedői hálózat nagysága okozott problémákat, így az $OUTLETS_i$, és a $SINGLE_i$ változók esetében negatív együtthatókat lehetett várni, s mivel a nagy értékesítési hálózat nagyobb gyártókat jellemez, a $SHARE_i$ változó együtthatójára is negatív értékekre lehetett számítani. Ha a gyártók termékük hírnevét akarják megvédeni, és elkerülni, hogy azt veszteségvezetőként értékesítsék, az ADV_i változó előjele negatív akkor, amennyiben a veszteségvezetőket a reklámozott termékek közül választják. A két becslés eredményei a kiskereskedői kartellre és a szolgáltatási szintet kikényszerítő árörögítésre, valamint kisebb mértékben a termék hírnévre vonatkozó hipotézist támasztotta alá.

Ippolito–Overstreet [1996] a Federal Trade Commission által a Corning Glass Works ellen 1975-ben indított ügyet elemezte, amelynek eredményeképp a cég felhagyott a kiskereskedelmi árörögítés gyakorlatával. Az eset vizsgálatát az motiválta, hogy a Corning által gyártott termékek (üveg és üvegkerámia) viszonylag egyszerűek voltak, így első ránézésre nem lehetett a hatékonyságon alapuló érveket használni. A Corning vezetői ugyanakkor a veszteségvezető szerep elkerülésével, a megfelelő disztribúciós csatornák elérésével, a kereslet ingadozásait kiegyenlítő nagyobb raktárkészletekkel, valamint az ajándéktárgyak érzékelt értékével magyarázta az árörögítés alkalmazását. A szerzők elsőként a strukturális adatokat tekintették át, ezen belül először a vállalat piaci részesedését állapították meg. Ha a releváns piacot a konyhai eszközök piacaként határozták meg, akkor ez 11,9 százalék volt. Ha az üvegből készült konyhai eszközök piacára szorítkoztak, akkor a részesedés elérte az 50 százalékot, így az igazságügyi minisztérium besorolása alapján domináns cégről lehetett beszélni. A szerzők valószínűtlennek tekintették a kiskereskedői kartell hipotézisét, mivel a Corning termékeit értékesítő cégek száma több tízezerre rúgott, összetételük kifejezetten heterogén volt, az árörögítés gyakorlat pedig csaknem 40 évig tartott. Kevésbé hihető, hogy ilyen környezetben a kiskereskedők összehangolt fellépése kényszerítette ki és tartotta fenn a gyakorlatot. Elvetették a termelői kartell hipotézisét is, mivel a cég számos fontos versenytársa már korábban felhagyott az árörögítéssel. A következő lépés az *ex post* rendelkezésre álló adatok vizsgálata. Itt a szerzők összehasonlítják a Corning, illetve főbb versenytársainak eladási trendjeit. Eredményeik alapján a Corning eladásaiban strukturális

változást (csökkenést) hozott az árrögzítés megszüntetése, a legtöbb versenytárs eladásában azonban nem változott az eladások trendje. Ez ismét nem konzisztens sem a kiskereskedői kartell hipotézisével – hiszen az az értékesítés növekedésével járna –, sem pedig a termelői kartell hipotézisével, mert ebben az esetben a versenytársak eladásai is jelentősen megváltoznának. Nem vethetjük el ugyanakkor a fenti megfigyelés fényében azt a hipotézist, hogy a Corning árrögzítése a disztribúciós hatékonyságot javította. A szerzők megvizsgálják a Corning reklámkiadásainak trendjeit is. Itt azt találják, hogy az üveg-, illetve konyhai termékek esetében pozitív hatás figyelhető meg az árrögzítés megszüntetése után, míg a porcelántermékek esetében nincs szignifikáns változás. Ezt szintén magyarázhatja az, hogy mivel az árrögzítést már nem alkalmazhatta a cég a hatékonyabb értékesítés érdekében, ezt a reklámstratégiával próbálta ellensúlyozni. Végezetül megvizsgálják a kumulatív rendkívüli részvényhozamokat a Corning és versenytársai esetében. Míg a Corning árfolyama esett, a legközelebbi versenytárs árfolyama kismértékben emelkedett, a többi versenytárs esetében pedig nem tapasztalható változás. Ez ismét ellentmond mind a kiskereskedői kartell, mind a termelői kartell hipotézisének. Az első esetben ugyanis a Corning árfolyamának emelkedését, a második esetben pedig a versenytársak árfolyamának csökkenését váránk.

Kizárólagos területi jogok

Sass-Saurman [1993] a törvény által előírt kizárólagos területek jóléti hatásait vizsgálja a sörpiacon, elsősorban *Klein-Murphy* [1988] elméleti modelljét továbbgondolva. A kizárólagos szerződések célja lehet az értékesítői kartell elősegítése, a potyázás megszüntetése a szolgáltatások területén, illetve az értékesítő promóciós tevékenységének ellentételezése. Miért szükséges ugyanakkor az állami szintű törvényi szabályozás? *Klein-Murphy* [1988] érvelésében fontos szerepet játszanak a kvázijáradékok jövőbeli folyamai. A törvényi szabályozás kikényszeríthetővé teszi a magánszerződéseket, és megnehezíti azok megtámadását, így jelentősen növeli a jövőbeli kvázijáradékok valószínűséggel kiigazított diszkontált jelenértékét: ezzel vélhetően felerősíti a kizárólagos területi szerződések hatásait. A vizsgált, 1982–1987 közötti időszakban az amerikai tagállamok egy része a sörpiacon törvényben írta elő a kizárólagossági szerződéseket, egyetlen állam (Indiana) tiltotta, egy részük pedig vagy nem írta elő kötelezően a kizárólagosságot, vagy pedig nem hozott ilyen jellegű szabályozást. A szerzők a hatékonysági és versenykorlátozó hatások vizsgálatát egy olyan rendszer becsülésével elemzik, ahol külön strukturális egyenletet írtak fel a keresletre és a kínálatra. A keresletet leíró egyenlet a következő:

$$\text{BEERQ}^D = f(\text{PRICE, BAN, MANDATE, NOCONTRACT, FORCEDEP, PCSALES, TOURISM, PCTMETRO, MINAGE, POP18}),$$

ahol BEERQ a sörfogyasztás mennyisége, PRICE a Budweiser vagy Schlitz sör hatos csomagjának átlagos reálára, BAN kétértékű változó, ami Indiana esetében 1, egyéb-

ként 0, MANDATE kétértékű változó, ami 1, ha törvény által előírt a kizárólagos területek létrehozása, különben 0, NOCONTRACT az 1982-es év azon része, amikor az állami szintű törvények sem nem tiltották, sem nem írták elő a kizárólagos területeket,¹⁶ FORCEDEP az év azon hányadának része, amikor az adott államban hatályosak voltak a betétdíjra vonatkozó kötelező előírások, PCSALES a 18 év feletti lakosok átlagos kiskereskedelmi vásárlásainak reálértéke, TOURISM a szálláshelyek bevételei a kiskereskedelmi eladások arányában, PCTMETRO a nagyvárosi lakosság aránya, MINAGE az alkoholfogyasztás törvényes alsó korhatára, POP18 az állam 18 év feletti lakossága. A kínálatot a szerzők a következő strukturális egyenlettel írták le:

$$\text{BEERQ}^S = f(\text{PRICE}, \text{BAN}, \text{MANDATE}, \text{NOCONTRACT}, \text{CASHLAW}, \text{TAX}, \text{DISTANCE}, \text{RETAILERS}),$$

ahol a korábbi változók mellett CASHLAW kétértékű változó, ami 1, ha az állami törvények szerint a kiskereskedők számára kötelező azonnal fizetni a nagykereskedők által szállított sörért, különben 0, TAX a hatos csomag sörre kivetett állami és szövetségi jövedéki adók reálértéke, DISTANCE az állam legnépesebb városának távolsága a hat legnagyobb sörgyártó legközelebbi üzemétől a főútvonalak mentén mérve, RETAILERS pedig az élelmiszerboltok, italboltok és bárók száma. Az árra és a mennyiségre vonatkozó redukált egyenletek becslése alapján a kizárólagos területi szerződések törvényi előírása emeli, tiltása csökkenti az árat, ugyanakkor egyik változónak sincs szignifikáns hatása az eladott mennyiségre. A kétlépcsős legkisebb négyzetek módszerével becsült keresleti és kínálati függvények azt mutatják, hogy a törvény által előírt exkluzív szerződések csökkentik a kínálatot, de jelentősen emelik a keresletet. A hatásosan működő kizárólagos szerződések tehát növelik az értékesítők által nyújtott szolgáltatások és reklámtevékenység szintjét. A fogyasztók számára ez ellensúlyozza az áremelés önmagában negatív jóléti hatását.

Mivel a vizsgált időszakban Indiana volt az egyetlen állam, amely tiltotta a kizárólagos területi szerződéseket, a fenti becslésekben szereplő BAN változó nemcsak a tiltás hatását, hanem más, Indiana államra specifikusan jellemző faktorok hatását is magában foglalhatta. Ezért a szerzőpáros egy későbbi cikkében (Sass-Saurman [1996]) külön megvizsgálja az indianai sörpiacot. Itt a következő redukált egyenletet becslik 1948 és 1990 közti adatokon:

$$\text{BEER} = f(\text{BAN}, \text{TRANSSHIP}, \text{SCHWINN}, \text{TAX}, \text{INCOME}, \text{RETAILERS}, \text{AGEDIFF}, \text{PRICEADS}, \text{QUOTA}, \text{USBEER}),$$

ahol BEER az egy felnőttre jutó sörfogyasztás Indiana államban, BAN az adott év azon hányada, amikor tagállami szinten törvény tiltotta a kizárólagos szerződéseket, TRANSSHIP az év azon hányada, amikor a nagykereskedők kijelölt területükön kívül is értékesítettek, SCHWINN az év azon hányada, amikor az Egyesült Államok

¹⁶ Ez a szerződéses kizárólagos területek sörgyártók általi országos szintű bevezetésének hatását méri.

legfelsőbb bíróságának Schwinn-ügyben hozott ítélete hatályban volt,¹⁷ TAX a sör egy gallonjára jutó tagállami és szövetségi jövedelemadó reálértéken, INCOME az egy felnőttre jutó jövedelem reálértéken, RETAILERS az élelmiszerboltok, italboltok és bárók száma, AGEDIFF az alkoholfogyasztás törvényes korhatárának átlagos különbsége Indiana és a szomszédos államok között, PRICEADS az év azon hányada, amikor engedélyezettek voltak a sörök nyomtatott reklámjai, QUOTA az év azon hányada, amikor a lakosság számának arányában korlátozták az új nagykereskedők piacra lépését, USBEER pedig az egy felnőttre jutó sörfogyasztás az összes többi szövetségi tagállamban. A kizárólagos területi szerződésekhez fűződő három változó közül csak az állami szintű tiltás együtthatója szignifikáns. A szerzők becslése szerint a kizárólagos területi szerződések tiltása körülbelül 5 százalékkal csökkenti a sörfogyasztást. Ez arra utal, hogy a kizárólagos szerződések valószínűleg (amennyiben nincs nagy különbség a fogyasztók szolgáltatásokkal kapcsolatos értékelésében) növelik a társadalmi jólétet.

A kizárólagos területi jogok kérdését a franchise-rendszereken belül vizsgálja *Azoulay-Shane* [2001]. Arra a következtetésre jut, hogy a franchise-szerződések sikerét nagymértékben az határozza meg, hogy nyújtanak-e kizárólagos területi jogokat az értékesítőknél. Ha ugyanis nem teszik ezt, kevésbé gyorsan tudják növelni hálózatukat, illetve kevesebb ösztönzője lesz az értékesítőknél, hogy specifikus befektetéseket hajtsanak végre. A szerzőpáros azt is megemlíti, hogy önszelekcio is működhet: azok a franchise-tulajdonosok, akik jobban bíznak üzleti modelljükben, nagyobb valószínűséggel kínálnak kizárólagos területi jogot.

Kizárólagos értékesítési szerződések

Heide és szerzőtársai [1998] kérdőíves felméréssel próbálták felmérni a döntéshozók motivációit a kizárólagos értékesítési szerződések alkalmazására. Ipari gépeket, illetve elektromos berendezéseket gyártó cégek marketing- és értékesítési vezetőit kérdezték termékeikkel, azok értékesítésével, valamint az értékesítési szerződések feltételeivel kapcsolatban. A beérkezett válaszok alapján egy binomiális logit modellt becsültek, amelynek célja az volt, hogy azonosítsák a kizárólagos szerződések alkalmazásának legfőbb meghatározó tényezőit. Növelte a kizárólagos értékesítési szerződések valószínűségét, ha a gyártó által nyújtott szolgáltatások jellege lehetővé teszi a versenytársak potyázását. Csökkentette ugyanakkor a valószínűséget, ha magas költségekkel járt volna annak megfigyelése, hogy az értékesítő betartja-e a kizárólagossági szerződést, illetve ha a kizárólagos értékesítés túlságosan megnövelte volna a végső fogyasztók keresési költségét. Nem volt ugyanakkor szignifikáns az, hogy mennyire tartották valószínűnek a döntéshozók új versenytárs belépését a piacra.

¹⁷ A *United States versus Arnold, Schwinn & Co.* (388 U.S. 365, 1967) ügyben az amerikai legfelsőbb bíróság a területi korlátozásokat – azok tartalmától függetlenül – törvényellenesnek nyilvánította.

*

A vertikális korlátozásokkal kapcsolatosan általában azt a kérdést teszik fel, hogy javítja-e a hatékonyságot, vagy korlátozza-e a versenyt. Az elméleti modellek a hatékonyságváltozást rendszerint az árprés megszüntetésének, illetve a disztribúció területén megjelenő ösztönzők kiigazításának tulajdonítják. A vertikális korlátozások veszélyei között a közgazdászok elsősorban a kartellek elősegítését, a disztribúciós csatornák merevségét, illetve a versenytársak potenciális kizárását említik, bár ez utóbbi esetben a jóléti hatások nem mindig egyértelműek.

Ezek a modellek ugyan nem képesek önmagukban megválaszolni azt a kérdést, hogy jóléti szempontból kívánatosak-e a vertikális korlátozások, de így is fontos támpontokat adhatnak: megmondhatják, hogy milyen esetekben hihetőbb egy adott magyarázat.

A vertikális kapcsolatok empirikus vizsgálatai többnyire a hatékonyságnövelő magyarázatokat támasztották alá, ugyanakkor ezt részben a szabályozás miatt torzított minta okozhatta. A szabályozói felfogás a hetvenes évektől egyre megengedőbb a vertikális korlátozásokkal szemben. Az elméleti irodalom sokszínűsége is emellett szól: számos esetben a tiltás vélhetően csökkenti a disztribúciós csatornák hatékonyságát, vagy torzítja az ott megjelenő ösztönzőket, így a vertikális korlátozások egyértelmű tiltása jóléti veszteséghez vezethet.

Hivatkozások

- AGHION, P.–BOLTON, P. [1997]: Contracts as a barrier to entry. *American Economic Review*, Vol. 77. No. 3. 388–401. o.
- ASKER, J.–BAR-ISAAC, H. [2010]: Exclusionary minimum resale price maintenance. NBER Working Papers, 16564.
- AZOULAY, P.–SHANE, S. [2001]: Entrepreneurs, contracts, and the failure of young firms. *Management Science*, Vol. 47. No. 3. 337–358. o.
- BADICS JUDIT–BAJNAI BLANKA–KISS KÁROLY MIKLÓS–VALENTINY PÁL [2010]: Vertikális korlátozások és hatásuk a versenyre. A vertikális korlátozásokkal kapcsolatos újabb közgazdasági irodalom. Zárótanulmány. Pannon Egyetemen, Veszprém, <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/17931C4A3F7405280.pdf>.
- BERNHEIM, B. D.–WHINSTON, M. D. [1998]: Exclusive dealing. *Journal of Political Economy*, Vol. 106. No. 1. 64–103. o.
- BISHOP, S.–WALKER, M. [2011]: Az európai közösségi versenyjog közgazdaságtana. Alapfogalmak, alkalmazások és mérési módszerek. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest.
- CHEN, Y. [1999]: Oligopoly price discrimination and resale price maintenance. *RAND Journal of Economics*, Vol. 30. No. 3. 441–455. o.
- COMANOR, W.–REY, P. [2000]: Vertical restraints and the market power of large distributors. *Review of Industrial Organization*, Vol. 17. No. 2. 135–153. o.
- COOPER, J. C.–FROEB, L. M.–O'BRIEN, D.–VITA, G. M. [2005]: Vertical Antitrust Policy as a Problem of Inference. Federal Trade Commission, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 23. No. 7–8. 639–664. o.

- DENECKERE, R.–MARVEL, H. P.–PECK, J. [1996]: Demand uncertainty, inventories, and resale price maintenance. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 11. No. 3. 885–913. o.
- DIXIT, A. [1983]: Vertical integration in a monopolistically competitive industry. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 1. No. 1. 63–78. o.
- GAL-OR, E. [1991]: Vertical restraints with incomplete information. *Journal of Industrial Economics*, 39. Vol. 503–516. o.
- GILLIGAN, T. W. [1986]: The competitive effects of resale price maintenance. *RAND Journal of Economics*, Vol. 17. No. 4. 544–556. o.
- HANSSEN, F. A. [2000]: The block booking of films reexamined. *Journal of Law and Economics*, Vol. 43. No. 2. 395–426. o.
- HART, O.–TIROLE, J. [1990]: Vertical Integration And Market Foreclosure. *Brookings Papers on Economic Activity, Special Issue*, 205–276. o.
- HEIDE, J. B.–DUTTA, S.–BERGEN, M. [1998]: Exclusive dealing and business efficiency: Evidence from industry practice. *Journal of Law and Economics*, Vol. 41. No. 2. 387–407. o.
- HERSCH, P. L. [1994]: The effects of resale price maintenance on shareholder wealth: The consequences of schwegmann. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 42. No. 2. 205–216. o.
- INDERST, R.–SHAFFER, G. [2010]: Market-share contracts as facilitating practices. *RAND Journal of Economics*, Vol. 41. No. 4. 709–729. o.
- IPPOLITO, P. M. [1991]: Resale price maintenance: Empirical evidence from litigation. *Journal of Law and Economics*, Vol. 34. No. 2. 263–294. o.
- IPPOLITO, P. M.–OVERSTREET, T. R. JR. [1996]: Resale price maintenance: An economic assessment of the federal trade commission's case against the corning glass works. *Journal of Law and Economics*, Vol. 39. No. 1. 285–328. o.
- JULLIEN, B.–REY, P. [2007]: Resale price maintenance and collusion. *RAND Journal of Economics*, Vol. 38. No. 4. 983–1001. o.
- KASTL, J.–MARTIMORT, D.–PICCOLO, S. [2011]: When should manufacturers want fair trade? New insights from asymmetric information when supply chains compete. *Journal of Economics and Management Strategy*, Vol. 20. No. 3. 649–677. o.
- KATZ, M. L. [1989]: Vertical Contractual Relations. Megjelent: *Schmalensee, R.–Willig, R. D. (szerk.): Handbook of Industrial Organization*. Vol. 1. North-Holland, Amsterdam, 655–721. o.
- KLEIN, K. M.–MURPHY, B. [1988]: Vertical restraints as contract enforcement mechanisms. *Journal of Law and Economics*, Vol. 31. No. 2. 265–297. o.
- LAFONTAINE, M.–SLADE, F. [2008]: Exclusive contracts and vertical restraints: Empirical evidence and public policy. Megjelent: *Buccirossi P. (szerk.): Handbook of Antitrust Economics*. MIT Press, Cambridge, MA, 391–414. o.
- MARVEL, S.–MCCAFFERTY, H. P. [1984]: Resale price maintenance and quality certification. *RAND Journal of Economics*, Vol. 15. No. 3. 346–359. o.
- MARVEL, S.–MCCAFFERTY, H. P. [1985]: The welfare effects of resale price maintenance. *Journal of Law and Economics*, Vol. 28. No. 2. 363–379. o.
- MATHEWSON, G. F.–WINTER, R. A. [1984]: An economic theory of vertical restraints. *RAND Journal of Economics*, Vol. 15. No. 1. 27–38. o.
- MCAFEE, R. P.–SCHWARTZ, M. [1994]: Opportunism in vertical contracting: Nondiscrimination, exclusivity, and uniformity. *American Economic Review*, Vol. 84. No. 1. 210–230. o.
- MOTTA, M. [2007]: Versenypolitika. Elmélet és gyakorlat. Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ, Budapest.
- NAGY CSONGOR ISTVÁN [2012]: A viszonteladási ár rögzítésének megítélése az amerikai, az európai unióbeli és a magyar versenyjogban – megragadott és kihagyott lehetőségek.

- Megjelent: *Valentiny Pál–Kiss Ferenc László–Nagy Csongor István*: Verseny és szabályozás, 2011. MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest.
- NALEBUFF, B. [2004]: Bundling as an entry barrier. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 119. No. 1. 159–187. o.
- O'BRIEN, D. P.–SHAFFER, G. [1992]: Vertical Control with Bilateral Contracts. *RAND Journal of Economics*, Vol. 23. No. 3. 299–308. o.
- ORNSTEIN, S. I.–HANSENS, D. M. [1987]: Resale price maintenance: Output increasing or restricting? The case of distilled spirits in the United States. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 36. No. 1. 1–18. o.
- OVERSTREET, T. R. JR. [1983]: Resale Price Maintenance: Economic Theories and Empirical Evidence. Bureau of Economics Staff Report, Federal Trade Commission, Washington, D.C.
- PICCOLO, S.–MARTIMORT, D. [2007]: Resale price maintenance under asymmetric information. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 25. No. 2. 315–339. o.
- RASMUSEN, E. B.–RAMSEYER, J. M.–WILEY, J. S. [1991]: 'Naked exclusion.' *American Economic Review*, Vol. 81. No. 5. 1137–1145. o.
- REY, P.–STIGLITZ, J. [1995]: The role of exclusive territories in producers' competition. *RAND Journal of Economics*, Vol. 26. No. 3. 431–451. o.
- REY, P.–TIROLE, J. [1986]: The logic of vertical restraints. *The American Economic Review*, Vol. 76. No. 5. 921–939. o.
- REY, P.–TIROLE, J. [2005]: A Primer on Foreclosure. Megjelent: *Armstrong, M.–Porter, R.* (szerk.): *Handbook of Industrial Organization*, Vol. III. 2145–2220. o.
- REY, P.–VERGÉ, T. [2008a]: The economics of vertical restraints. Megjelent: *Buccirossi, P.* (szerk.): *Handbook of Antitrust Economics*. MIT Press, Cambridge, MA, 353–390. o.
- REY, P.–VERGÉ, T. [2008b]: Resale price maintenance and interlocking relationships. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 58. No. 4. 928–961. o.
- SASS, T. R.–SAURMAN, D. S. [1993]: Mandated exclusive territories and economic efficiency: An empirical analysis of the malt-beverage industry. *Journal of Law and Economics*, Vol. 36. No. 1. 153–177. o.
- SASS, T. R.–SAURMAN, D. S. [1996]: Efficiency effects of exclusive territories: Evidence from the indiana beer market. *Economic Inquiry*, Vol. 34. No. 3. 597–615. o.
- SEGAL, I. R.–WHINSTON, M. D. [2000]: Naked Exclusion. Comment. *American Economic Review*, Vol. 90. No. 1. 296–309. o.
- SHAFFER, G. [1991]: Slotting allowances and resale price maintenance: A comparison of facilitating practices. *RAND Journal of Economics*, Vol. 22. No. 1. 120–135. o.
- SPENGLER, J. J. [1950]: Vertical integration and antitrust policy. *Journal of Political Economy*, Vol. 58. No. 4. 347–352. o.
- TELSER, L. [1960]: Why Should Manufacturers Want Fair Trade? *Journal of Law and Economics*, Vol. 3. 86–105. o.
- VALENTINY PÁL [2011]: Árukapcsolás és csomagban történő értékesítés: jogesetek és közgazdasági elmélet. *Külgazdaság*, 55. évf. 7–8. sz. 79–107. o.
- WANG, H. [2004]: Resale price maintenance in an oligopoly with uncertain demand. *International Journal of Industrial Organization*, 22. 389–411. o.
- WHINSTON, M. D. [1990]: Tying, foreclosure, and exclusion. *American Economic Review*, Vol. 80. No. 4. 837–859. o.
- WINTER, R. A. [1993]: Vertical control and price versus nonprice competition. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108. No. 1. 661–676. o.