

Joseph E. Harrington Jr,
The Theory of Collusion and Competition Policy,
MIT Press 2017, ss. 133

The Theory of Collusion and Competition Policy (Teoria zмовy i polityki konkurencyjnej) autorstwa prof. Josepha E. Harringtona Jr.¹ opublikowana przez MIT Press w 2017 r. to przegląd teoretycznych publikacji dotyczących karteli i polityki konkurencyjnej.

W pierwszym rozdziale Harrington definiuje pojęcie „zмовy” z uwzględnieniem równowagi Nasha i cen uzyskiwanych przez przedsiębiorców działających w zмовie (tj. cen powyżej poziomu konkurencyjności). Autor wskazuje też na różne elementy będące przedmiotem oceny w przypadku ekonomicznej lub prawnej analizy zмовy (s. 6).

W rozdziale drugim Harrington wskazuje, że w ekonomii polityka konkurencyjna jest zwykle reprezentowana przez prawdopodobieństwo nałożenia kar i ich możliwą wysokość. Jednocześnie, modele ekonomiczne nie rozróżniają pomiędzy różnymi typami zмовy (tj. zмовą jawną, cichą zмовą, świadomymi działaniami paralelnymi) i upraszczają metody kalkulowania kar, biorąc pod uwagę jedynie cenę narzuconą przez kartel w momencie jego wykrycia (s. 16–17).

W trzecim rozdziale Autor zwraca uwagę na trwałość karteli, ich rozmiar i częstotliwość występowania. Analiza prowadzi do wniosku, że efektywna polityka konkurencyjna powoduje rozpad niezbyt stabilnych karteli i ich relatywnie krótki czas trwania oraz większą stabilność istniejących nadal karteli. „Średni okres działalności wykrytych karteli w perspektywie krótkoterminowej wydłuża się w odpowiedzi na bardziej efektywną politykę konkurencyjną” (s. 27).

Harrington wskazuje też, że „polityka konkurencyjna negatywnie wpływa na rozmiar karteli”. Wynika to z faktu, że kartele o mniejszej liczbie uczestniczących przedsiębiorców stają się bardziej otwarte, co pozwala im utrzymać ustalone ceny, ale zwiększa ryzyko wykrycia (s. 31).

Dodatkowo, „rosnące prawdopodobieństwo nałożenia kar lub ich rosnąca wysokość skłania kartel do ustalenia niższych cen w celu utrzymania wewnętrznej stabilności” (s. 35). Jeśli jednak efektywna polityka konkurencyjna doprowadzi do sytuacji, w której oczekiwany zysk z oszukiwania członków kartelu jest niższy od zysku z pozostawania w kartelu, to mimo istnienia polityki konkurencyjnej, kartel będzie stabilniejszy (s. 36).

„Zmiany cen z większym prawdopodobieństwem przyczyniają się do wykrycia kartelu niż stabilna wysoka cena uzgodniona w ramach kartelu” (s. 37–38; 40; 46). Stąd, zмовiający się przedsiębiorcy stopniowo podnoszą ceny, gdyż bardziej gwałtowne zmiany cen zwiększyłyby ryzyko wykrycia. Tym samym, polityka konkurencyjna „spowalnia tempo przekształcania się cen ustalanych w ramach zмовy w ceny monopolistyczne” (s. 43).

W innej części książki Harrington omawia „związek efektywności zмовy z metodą komunikacji wybraną przez zмовiających się przedsiębiorców”. Różne metody komunikacji są bowiem

¹ Joseph E. Harrington Jr. jest profesorem w katedrze Patricka T. Harkera na wydziale ekonomii biznesu i polityki publicznej w Wharton School na Uniwersytecie Pensylwanii.

związane z różną zdolnością do uzyskiwania cen powyżej poziomu konkurencyjnego. Co istotne, przedsiębiorcy „nie zawsze wykorzystują najbardziej bezpośrednią metodę komunikacji (...) by uniknąć ukarania; wybierają mniej efektywną znowę w zamian za obniżenie wysokości spodziewanych kar” (s. 14).

Rozdział czwarty dotyczy optymalnego projektowania prawa konkurencji i sposobów jego egzekwowania. Przede wszystkim, Autor zauważa, że organ ochrony konkurencji nie może zapobiec wszelkim znowom i musi wybierać sprawy, którymi się zajmuje (s. 67, 69). Dodatkowo, zwraca On uwagę, że nakładane kary muszą być możliwie wysokie, aby były skuteczne (s. 66). Omawiając metody obliczania kar, wskazuje, że kara może być obliczana na podstawie zysków pochodzących ze znowy, przychodów uczestników znowy lub różnicy cen w porównaniu z cenami konkurencyjnymi (s. 71). Ta ostatnia metoda jest zaś najskuteczniejsza z perspektywy polityki konkurencyjnej (s. 74, 76).

Omawiając kwestię odszkodowań, autor zauważa, że jeśli klienci nie wiedzą o kartelu, to popyt staje się bardziej elastyczny, co w konsekwencji może powstrzymać kartel przed ustaleniem wyższych cen. W odmiernej sytuacji, gdy kartel podnosi ceny, popyt klientów pozostaje niezmienny ze względu na możliwość uzyskania odszkodowania w przyszłości (s. 77–78).

Ponadto sposób szacowania odszkodowań może powodować, że „przedsiębiorcy będą samodzielnie podnosić ceny powyżej poziomu konkurencyjnego po rozpadzie kartelu. Wartość odszkodowania zmniejszy się więc względem cen z poziomu konkurencyjności, a wywołana szkoda rozciągnie się poza czas funkcjonowania znowy” (s. 81–82).

W rozdziale piątym Harrington analizuje wpływ programu łagodzenia kar (*leniency*) na działania przedsiębiorców. Postępowania antymonopolowe wszczęte na podstawie wniosków *leniency* stanowią część spraw, którymi zajmuje się organ ochrony konkurencji i wykorzystują zasoby, z których mogłyby być prowadzone inne postępowania. Jeśli więc postępowania *leniency* nie oszczędzają zasobów organu ochrony konkurencji, to rozpatrywanie wniosków *leniency* może skutkować likwidacją mniejszej liczby karteli (s. 98). Jednocześnie, „jeżeli kary nakładane w ramach tzw. postępowań *leniency* nie są wystarczająco dotkliwe, to efekt odstraszenia może nie zrównoważyć efektu przeciążenia organu liczbą spraw, a program łagodzenia kar będzie nieskuteczny” (s. 98). Harrington zauważa też, że znowy przedsiębiorców są mniej stabilne przy bardziej pobłażliwej polityce *leniency*, a łagodzenie kar w ramach programów *leniency* jest optymalne dla skutecznego egzekwowania prawa konkurencji (s. 90-92).

Autor analizuje również wpływ programu łagodzenia kar na kartele działające na kilku rynkach geograficznych lub produktowych (s. 99–102). Dodatkowo, omawia kwestię dopuszczalności wnoszenia o złagodzenie kary po rozpoczęciu postępowania (s. 92–94) oraz kwestię składania wniosków *leniency* przez inicjatorów kartelu oraz przedsiębiorców ukaranych już z tytułu praktyk antykonkurencyjnych (s. 102–103).

W ostatnim rozdziale Harrington identyfikuje obszary wymagające dalszych badań, m.in.: sposoby podejmowania decyzji w ramach organów ochrony konkurencji oraz w ramach przedsiębiorstw angażujących się w kartele.

W ocenie recenzenta książka stanowi kompleksowy przegląd piśmiennictwa podsumowujący istniejące publikacje ekonomiczne dotyczące kartelów. Zgodnie z założeniami nie zawiera

ona omówienia konkretnych rodzajów polityki, ale wskazuje elementy, które należy uwzględnić podczas tworzenia polityki konkurencyjnej.

Marcin Alberski

Absolwent WPiA UW (2014) oraz studiów podyplomowych z zakresu ekonomii w prawie konkurencji na uniwersytecie King's College w Londynie (2016)

Associate w międzynarodowym zespole prawa konkurencji kancelarii Bird & Bird

ORCID: 0000-0002-3293-7936

e-mail: marcin.alberski@gmail.com

K
A
R