



Προληπτικός έλεγχος συγκεντρώσεων Ουσιαστική αξιολόγηση


Δημήτρης Λουκάς

Εκπαιδευτικό Σεμινάριο για Δικαστές και Εισαγγελείς
Αθήνα, 21-23 Ιουνίου 2017

Μεθοδολογία ανάλυσης

2

- Η ίδια σε όλες τις περιπτώσεις συγκεντρώσεων
- Στάδια
 - Έννοια συγκέντρωσης
 - Ορισμός σχετικής/ -ων αγοράς/ -ών προϊόντων/ υπηρεσιών και γεωγραφικής/ -ων αγοράς/ -ών
 - Καταγραφή δομής αγοράς και έντασης ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση (ανταγωνιστικές συνθήκες)
 - Αξιολόγηση επιπτώσεων συγκέντρωσης βάσει των κριτηρίων του νόμου (αρνητικές επιπτώσεις, αποτελεσματικότητες, αιτιώδης συνάφεια)
 - Απόφαση:
 - Έγκριση συγκέντρωσης
 - Έγκριση συγκέντρωσης με δεσμεύσεις
 - Απαγόρευση συγκέντρωσης



**Κριτήρια, μεθοδολογία και εργαλεία
αξιολόγησης συγκεντρώσεων:
Θεωρητικό πλαίσιο**

Ουσιαστικό κριτήριο (1)

4

- Σημαντικός Περιορισμός Αποτελεσματικού Ανταγωνισμού (SIEC Test = Significant Impediment to Effective Competition)
 - *Οι συγκεντρώσεις που δεν ενδέχεται να **παρακωλύουν σημαντικά τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό** στην κοινή αγορά ή σε σημαντικό τμήμα αυτής, ιδίως ως αποτέλεσμα της δημιουργίας ή της ενίσχυσης μιας δεσπόζουσας θέσης, κηρύσσονται συμβατές με την κοινή αγορά*
 - Άρθρο 2(2) Κανονισμού 139/2004, άρθρο 7(1) ν. 3959/2011
- Προηγούμενο κοινοτικό κριτήριο – Απόκτηση ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης
 - *Οι συγκεντρώσεις που **δεν δημιουργούν ούτε ενισχύουν δεσπόζουσα θέση**, με αποτέλεσμα να παρακωλύεται σε μεγάλο βαθμό ο ουσιαστικός ανταγωνισμός στην κοινή αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, πρέπει να κηρύσσονται συμβατές με την κοινή αγορά*
 - Άρθρο 2(2) Κανονισμού 4064/89

Ουσιαστικό κριτήριο (2)

5

- Σημαντικός Περιορισμός Αποτελεσματικού Ανταγωνισμού
 - = η ικανότητα μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων να αυξάνει επικερδώς τις τιμές της, να περιορίζει την παραγωγή, την επιλογή ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, να μειώνει την καινοτομία ή κατ' άλλο τρόπο να επηρεάζει τις παραμέτρους του ανταγωνισμού
 - Βλέπε:
 - Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ΕΕ C 31, 05.02.2004, παρ. 8
 - Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων, ΕΕ C 265, 18.10.2008, παρ. 10

Ουσιαστικό κριτήριο (3)

- Φύση: δομικό, όχι συμπεριφορικό, κριτήριο
 - ▣ Κύριος στόχος προληπτικού ελέγχου συγκεντρώσεων:
 - *[...] Επομένως, η κοινοτική αρμοδιότητα θεμελιώνεται, κατά πρώτο λόγο, στην ανάγκη να προληφθεί η δημιουργία δομών αγοράς ικανών να δημιουργήσουν ή να ενισχύσουν δεσπόζουσα θέση και όχι στην ανάγκη αμέσου ελέγχου ενδεχομένων καταχρήσεων δεσπόζουσας θέσης*
 - Gencor / Commission, T-102/96, σκ. 106

Είδη συγκεντρώσεων

- Οριζόντιες συγκεντρώσεις
 - Μεταξύ πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών στην ίδια σχετική αγορά προϊόντος
 - Πιθανές αρνητικές επιπτώσεις
 - Εξάλειψη ενός ανταγωνιστή, αύξηση ισχύος εξαγοράζουσας στην αγορά και αύξηση επιπέδων συγκέντρωσης ή/και
 - Δημιουργία ή ενίσχυση συλλογικής δ.θ. ή διευκόλυνση συντονισμού
- Μη οριζόντιες συγκεντρώσεις
 - Κάθετες συγκεντρώσεις
 - Μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές βαθμίδες της αγοράς
 - Ετερογενών δραστηριοτήτων
 - Μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε στενά σχετιζόμενες αγορές (π.χ. αγορές συμπληρωματικών προϊόντων)
 - Πιθανές αρνητικές επιπτώσεις
 - Αποκλεισμός πραγματικών ή δυνητικών ανταγωνιστών από την πρόσβασή τους σε εισροές ή αγορές/ πελάτες και/ ή
 - Δημιουργία ή ενίσχυση συλλογικής δ.θ. ή διευκόλυνση συντονισμού
- Δημιουργία κοινής επιχείρησης


Μονομερείς / Μη Συντονισμένες Επιπτώσεις

8

- 2 είδη επιπτώσεων:
 - Απόκτηση ή ενίσχυση ατομικής δεσπόζουσας θέσης (δ.θ.)
 - Όχι πλέον η μόνη μορφή μονομερών επιπτώσεων
 - Ανάπτυξη μονομερών επιπτώσεων εν απουσία ατομικής δ.θ. και εν απουσία συντονισμού (“gar cases” υπό τον Κανονισμό 4064/89)
 - Κατάργηση **σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων** που ασκούσαν προηγουμένως **μεταξύ τους τα μέρη, σε συνδυασμό** με τη μείωση της **ανταγωνιστικής πίεσης επί των υπολοίπων ανταγωνιστών**, σε περίπτωση ελάχιστης πιθανότητας συντονισμού μεταξύ των μελών **του ολιγοπωλίου**
 - Επιχειρήσεις «αποστάτες» (maverick) - Βλ. T-Mobile/Tele.ring, M.3916
Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ζήτησε δέσμευση ενώ η συναλλαγή μείωσε τον αριθμό των παρόχων κινητής τηλεφωνίας στην Αυστρία από 5 σε 4 και η νέα οντότητα δεν προπορευόταν από άποψη μεριδίων αγοράς
 - Πηγές:
 - Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 24-25 & 37-38
 - Κατευθυντήριες γραμμές για μη οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 18

Συντονισμένες Επιπτώσεις

- Συλλογική δεσπόζουσα θέση
 - Δ.θ. που κατέχουν οι μετέχοντες στη συγκέντρωση μαζί με τρίτη ως προς τη συγκέντρωση επιχείρηση
 - Καλύπτεται από τον κοινοτικό Κανονισμό – Βλέπε Kali und Salz, C-68/94 και C-30/95, παρ. 166
- Προϋποθέσεις διαπίστωσης - Ολιγοπωλιακή δομή αγοράς μη επαρκής – Απαιτείται να καταδειχθεί ότι:
 - Είναι δυνατό, οικονομικά λογικό και συνεπώς προτιμητέο για τους ολιγοπωλητές να καταλήξουν σε κοινή πολιτική
 - Είναι δυνατή η παρακολούθηση παρεκκλίσεων & η τιμωρία αυτών
 - Ο συντονισμός θα παραμείνει σταθερός παρά τις όποιες αντιδράσεις λοιπών ανταγωνιστών ή πελατών (αγοραστική δύναμη, κινητικότητα πελατών, κόστος μεταστροφής κλπ)
 - Βλέπε:
 - Airtours, T-342/99
 - Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 39–41 και 44-60
 - Κατευθυντήριες γραμμές για μη οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 19



**Κριτήρια, μεθοδολογία και εργαλεία
αξιολόγησης συγκεντρώσεων:
Αξιολόγηση οριζόντιων
συγκεντρώσεων**

Βασικό ερώτημα

11

- Δημιουργείται ή ενισχύεται
- Λόγω της συγκέντρωσης
 - Αιτιώδης συνάφεια
- Η ικανότητα και το κίνητρο
 - Ικανότητα → ορισμός δ.θ. → η ικανότητα μιας επιχείρησης να δρα στην αγορά σε ικανό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της, τους πελάτες της και εν τέλει τους καταναλωτές
 - Κίνητρο → υποθετικά σενάρια που στηρίζονται επί προβολών πραγματικών στοιχείων + αξιολόγηση αποτελεσματικότητας
- Μίας ή περισσότερων επιχειρήσεων
 - Ατομική ή συλλογική δ.θ. - Παράλληλη συμπεριφορά σε ολιγοπώλιο
- Να περιορίσουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό μέσω αύξησης τιμών κλπ ?

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: μονομερείς επιπτώσεις

12

- Δυναμική ανάλυση ανταγωνιστικών πιέσεων επί της νέας οντότητας – Αξιολόγηση ικανότητας και κινήτρου αυτής να περιορίσει τον ανταγωνισμό
- Μερίδια αγοράς εξαγοράζουσας + Επίπεδα συγκέντρωσης (Δείκτης HHI)
 - Σύγκριση πριν και μετά τη συγκέντρωση
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 14-23
- Ανταγωνιστική πίεση που ασκείται από την εταιρία στόχο
 - Στην εξαγοράζουσα – άμεσοι ανταγωνιστές
 - π.χ. διάθεση προϊόντων τα οποία αποτελούν την 1η και τη 2η επιλογή για σημαντικό αριθμό πελατών
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 28-30
 - Στην αγορά εν γένει – «maverick»
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 37-38
- Αριθμός και μερίδια αγοράς ανταγωνιστών
 - Αλλαγή προμηθευτή
 - Ικανότητα και κίνητρο προμηθευτών να αυξήσουν την παραγωγή τους
 - Ικανότητα και κίνητρο πελατών να αλλάξουν προμηθευτή

Αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς

13

- Αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς
 - Η αγοραστική δύναμη που απολαμβάνει ο αγοραστής έναντι του προμηθευτή κατά τις εμπορικές διαπραγματεύσεις στη βάση του μεγέθους του, της σημασίας του ως εμπορικού εταίρου για τον προμηθευτή και της ικανότητάς του να μεταφέρει τη ζήτησή του σε άλλους προμηθευτές
 - Π.χ. όταν είναι σε θέση να αποτρέψει μια αύξηση τιμών
 - Αλλάζοντας προμηθευτή
 - Μέσω καθετοποίησης της επιχείρησής του
 - Χρηματοδοτώντας την είσοδο ενός νέου ανταγωνιστή
 - Προϋποθέσεις
 - Με υψηλές πιθανότητες πραγματοποίησης
 - Κόστη μεταστροφής
 - Εντός εύλογου χρόνου
 - Σε ικανό βαθμό
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 64 επ.

Είσοδος νέων ανταγωνιστών

14

- Κρίσιμη εφόσον ικανή να αποτρέψει πιθανά αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα
- Προϋποθέσεις
 - Με υψηλές πιθανότητες πραγματοποίησης
 - Νομικά και οικονομικά εμπόδια εισόδου, κερδοφορία εισόδου
 - Εντός ευλόγου χρόνου
 - < 2 χρόνια
 - Σε επαρκή κλίμακα
 - Η είσοδος πρέπει να είναι τέτοιας εμβέλειας και έκτασης ώστε να δύναται ευλόγως να αποτρέψει τα διαφαινόμενα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα της συγκέντρωσης
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 68 επ.

Βελτιώσεις αποτελεσματικότητας

15

- Νομική βάση
 - Άρθρο 2(1β) Κανονισμού 139/2004 & Άρθρο 7(2) ν. 3959/2011
- Προϋποθέσεις
 - Προς όφελος των καταναλωτών
 - Ουσιώδεις
 - Έγκαιρες
 - Κατά κανόνα, επ' ωφελεία των καταναλωτών στις σχετικές αγορές όπου είναι πιθανό να προκύψουν προβλήματα ανταγωνισμού
 - Να συνδέονται άμεσα με τη συγκέντρωση (αρχή αναλογικότητας)
 - Επαληθεύσιμες
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 76 επ.

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: συντονισμένες επιπτώσεις (1)

16

- Απόφαση επιχειρήσεων για αύξηση τιμών στη βάση ρητού ή σιωπηρού (λόγω φόβου αντιποίνων) συντονισμού
- Ανάλυση πιθανοτήτων ανάπτυξης συντονισμού – 3 προϋποθέσεις
 - Δυνατότητα συντονισμού (1)
 - Βιώσιμος συντονισμός - σε μόνιμη βάση
 - Μηχανισμός παρακολούθησης παρεκκλίσεων (2)
 - Αξιόπιστος κίνδυνος αντιποίνων σε περίπτωση παρέκκλισης από τους όρους συντονισμού (3)

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: συντονισμένες επιπτώσεις (2)

17

- Παράγοντες προς αξιολόγηση
 - Υψηλός βαθμός συγκέντρωσης αγοράς → (1)
 - Ομοιογενή προϊόντα → (1)
 - Ωριμότητα αγοράς / προϊόντων - Έλλειψη καινοτομίας → (1)
 - Διαφάνεια αγοράς → (1) και (2)
 - Σταθερή σχετικά ζήτηση → (1)
 - Ανελαστικότητα ζήτησης → (1)
 - Συμμετρικά κόστη → (1) και (3)
 - Συμμετρικά μερίδια αγοράς → (1)
 - Συμμετρικά επίπεδα παραγωγικής ικανότητας → (1)
 - Συμμετρικός βαθμός καθετοποίησης → (1)
 - Διαρθρωτικοί δεσμοί → (1) και (2)
 - Δεσμοί σε περισσότερες από μία αγορές → (3)
 - Φραγμοί εισόδου → (1)
 - Έλλειψη αντισταθμιστικής αγοραστικής ισχύος → (1)



HELLENIC
COMPETITION
COMMISSION

**Κριτήρια, μεθοδολογία και εργαλεία
αξιολόγησης συγκεντρώσεων:
Αξιολόγηση μη οριζόντιων
συγκεντρώσεων**

Κάθετες συγκεντρώσεις

Μονομερείς επιπτώσεις - Βασικό ερώτημα

19

- Αυξάνονται ή ενισχύονται
- Λόγω της συγκέντρωσης
- Η ικανότητα και το κίνητρο της νέας οντότητας
- Να αποκλείσει την πρόσβαση των ανταγωνιστών της στην ανάντη ή στην κατάντη αγορά και να αυξήσει τις τιμές?

Κάθετες συγκεντρώσεις

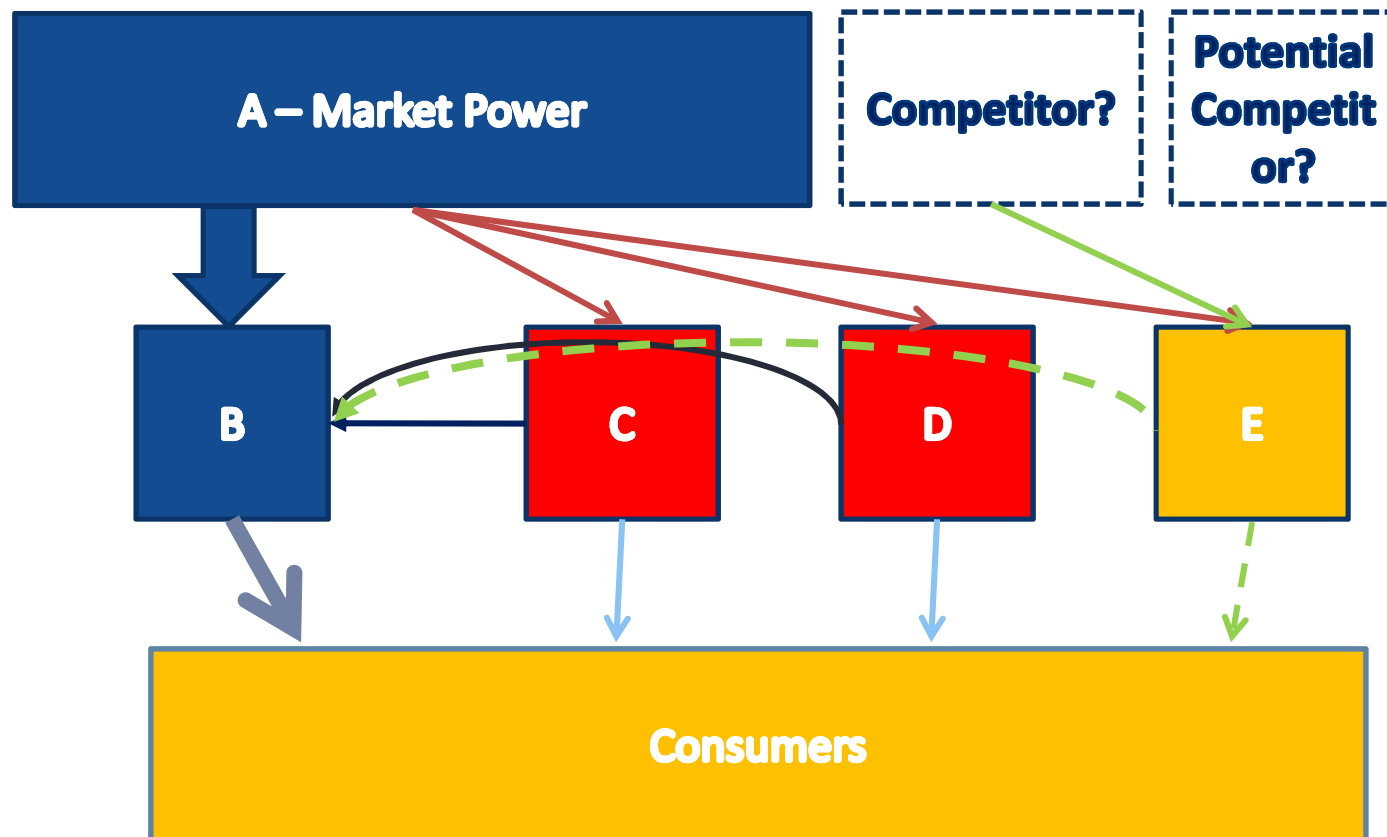
Είδη μονομερών επιπτώσεων

20

- Σημαντικό περιθώριο για αποτελεσματικότητες
- Δύο είδη αποκλεισμού από την αγορά εφόσον η νέα οντότητα απολαμβάνει σημαντικής ισχύος στην αγορά σε μία τουλάχιστον από τις σχετικές αγορές
 - Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε εισροές
 - *[Μ]ετά τη συγκέντρωση, η νέα επιχείρηση ενδέχεται να περιορίσει την πρόσβαση στα προϊόντα [...] τα οποία θα παρείχε σε περίπτωση που δεν είχε πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό το κόστος των ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται σε αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας και καθιστώντας δυσχερέστερη γι' αυτούς την προμήθεια εισροών υπό παρεμφερείς τιμές και συνθήκες με εκείνες που ίσχυαν προ της συγκέντρωσης*
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για μη οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 31
 - Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες
 - *Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση σε πελάτες ενδέχεται να προκύψει όταν ένας προμηθευτής προβαίνει σε συγκέντρωση με ένα σημαντικό πελάτη στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας. Λόγω της συγκεκριμένης παρουσίας στην αγορά επόμενης οικονομικής βαθμίδας, η συγχωνευθείσα εταιρεία ενδέχεται να αποκλείσει την πρόσβαση σε επαρκή βάση πελατών στους [...] ανταγωνιστές της στην αγορά προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας (την αγορά εισροών) και να μειώσει την ικανότητα ή τα κίνητρά τους να ανταγωνιστούν*
 - Βλέπε Κατευθυντήριες γραμμές για μη οριζόντιες συγκεντρώσεις, παρ. 58

Απεικόνιση σχέσεων

21



Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: Κάθετες συγκεντρώσεις – Μονομερείς επιπτώσεις (1)

22

- Κοιτάζοντας προς την ανάντη αγορά - Αποκλεισμός από εισροές
 - Ικανότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών από την ανάντη αγορά
 - Σημασία δυνητικών νεοεισερχόμενων ανταγωνιστών στην κατάντη αγορά
 - Μερίδιο αγοράς στην ανάντη αγορά
 - Ικανότητα και κίνητρων λοιπών προμηθευτών να ικανοποιήσουν τη ζήτηση των πελατών υπό ανταγωνιστικούς όρους
 - Ικανότητα ανταγωνιστών στην κατάντη αγορά να αναπτύξουν αποτελεσματικές και έγκαιρες αντισταθμιστικές στρατηγικές
 - Κίνητρο αποκλεισμού ανταγωνιστών από την ανάντη αγορά
 - Μείωση πωλήσεων στην ανάντη αγορά – μείωση κερδών (1)
 - Αύξηση τιμών στις κατάντη αγορές – αύξηση κερδών (2)
 - (2) > (1) ?

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: Κάθετες συγκεντρώσεις – Μονομερείς επιπτώσεις (2)

23

- Κοιτάζοντας προς την κατάντη αγορά – Αποκλεισμός από πελάτες
 - Ικανότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών από την κατάντη αγορά
 - Μερίδιο αγοράς στην κατάντη αγορά
 - Έλλειψη εναλλακτικών πελατών, πραγματικών ή δυνητικών
 - Σημαντικός αντίκτυπος μείωσης πελατειακής βάσης στην ικανότητα των ανταγωνιστών στην ανάντη αγορά να ανταγωνιστούν
 - Κίνητρο αποκλεισμού ανταγωνιστών από την κατάντη αγορά
 - Μείωση πωλήσεων στην κατάντη αγορά → μείωση κερδών (1)
 - Αύξηση τιμών στην ανάντη και/ ή κατάντη αγοράς → μείωση κερδών (2)
 - (2) > (1) ?

Συγκεντρώσεις ετερογενών δραστηριοτήτων

Μονομερείς επιπτώσεις - Βασικό ερώτημα

24

- Δημιουργούνται ή ενισχύονται
- Λόγω της συγκέντρωσης
- Η ικανότητα και το κίνητρο της νέας οντότητας
- Να υιοθετήσει πρακτικές που οδηγούν στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από αγορές συμπληρωματικών προϊόντων και να αυξήσει τις τιμές?

- Υψηλό μέτρο απόδειξης
 - *Επειδή τα αποτελέσματα συγκεντρώσεως εταιριών ετερογενών δραστηριοτήτων θεωρούνται συχνά ως ουδέτερα, και μάλιστα ευεργετικά, όσον αφορά τον ανταγωνισμό επί των θιγομένων αγορών, [...] η απόδειξη των αντιθέτων προς τον ανταγωνισμό συσπειρωτικών συνεπειών της συγκεντρώσεως αυτής χρήζει **ακριβούς εξετάσεως**, τεκμηριωμένης με **ισχυρές αποδείξεις** των στοιχείων που φέρεται ότι συνιστούν τα εν λόγω αποτελέσματα*
 - Tetra Laval, T-5/02, σκ. 155

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: Συγκεντρώσεις ετ.δρ. - Μονομερείς επιπτώσεις

25

- Ικανότητα αποκλεισμού ανταγωνιστών από αγορές συμπληρωματικών προϊόντων μέσω π.χ. συνδεδεμένων ή ομαδικών πωλήσεων
 - Μεριδίδια αγοράς στην κύρια αγορά προϊόντος
 - Ικανότητα μεταμόχλευσης δύναμης σε άλλη αγορά
 - Σπουδαιότητα προϊόντος για τους καταναλωτές
 - Σύγκριση ζήτησης για τα δύο προϊόντα με ζήτηση για τα μεμονωμένα προϊόντα
 - Ικανότητα υιοθέτησης πολιτικής δεσμευμένων πωλήσεων (τεχνικού ή συμβατικού χαρακτήρα)
 - Έλλειψη υποκατάστατων για το δεσμευόν προϊόν
 - Αδυναμία ανάπτυξης αντισταθμιστικών στρατηγικών από τους πελάτες
- Κίνητρο μεταμόχλευσης δύναμης σε άλλη αγορά
 - Μείωση πωλήσεων στην κύρια αγορά προϊόντος → μείωση κερδών (1)
 - Εσωτερίκευση διπλού περιθωρίου κέρδους (η καθετοποίηση αυξάνει το κίνητρο της επιχείρησης να μειώσει τις τιμές και να αυξήσει την παραγωγή καθώς μια καθετοποιημένη επιχείρηση μπορεί να συλλάβει μεγαλύτερο ποσοστό των πλεονεκτημάτων) και πωλήσεις δεσμευμένων προϊόντων (με ή χωρίς αύξηση τιμής) και/ή προστασία πωλήσεων δεσμευόντων προϊόντων (2)
 - (2) > (1)?
 - Αύξηση τιμής μετά τον αποκλεισμό ανταγωνιστών χωρίς κίνδυνο προσέλκυσης νέας εισόδου ή επανεισόδου

Δομή και ένταση ανταγωνισμού πριν και μετά τη συγκέντρωση: Μη οριζόντιες συγκεντρώσεις - Συντονισμένες επιπτώσεις

26

- Διευκόλυνση αντι-ανταγωνιστικού συντονισμού
 - Δυνατότητα συντονισμού
 - Αύξηση βαθμού συμμετρίας
 - Εξάλειψη σημαντικών ανταγωνιστικών πιέσεων
 - Μείωση αριθμού ανταγωνιστών
 - Διαφάνεια
 - Πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες
 - Κίνδυνος αντιποίνων
 - Ικανότητα αποτελεσματικότερης τιμωρίας ανταγωνιστών όταν αποκλίνουν από τους όρους ανταγωνισμού, όταν η νέα οντότητα συνιστά σημαντικό πελάτη ή ανταγωνιστή τους
 - Ανταγωνιστές σε τρωτή θέση
 - Παρουσία των ίδιων ανταγωνιστών σε περισσότερες αγορές αυξάνει την έκταση και την αποτελεσματικότητα των μηχανισμών επιβολής αντιποίνων

Λοιποί παράγοντες

Μη οριζόντιες συγκεντρώσεις

27

- Αντισταθμιστική αγοραστική ισχύς/ Δυνητικός ανταγωνισμός
 - Αξιόπιστη, έγκαιρη, σε αποτελεσματική κλίμακα
 - Είσοδος σε δύο επίπεδα?
- Βελτιώσεις αποτελεσματικότητας
 - Προς όφελος των καταναλωτών, άμεσα συνδεόμενες με τη συγκέντρωση, επαληθεύσιμες
 - Εξοικονόμηση κόστους μέσω οικονομιών φάσματος (είτε σε επίπεδο παραγωγής είτε σε επίπεδο κατανάλωσης)
 - Μείωση των περιθωρίων κέρδους στην κατάντη αγορά
 - Μείωση του κόστους συναλλαγής
 - Καλύτερος συντονισμός στο σχεδιασμό των προϊόντων, την οργάνωση της παραγωγής, τη διακίνηση των προϊόντων

Ευχαριστώ για την προσοχή σας!