



Institut for Nationaløkonomi

Handelshøjskolen i København

Working paper 9-98

**PRISDISKRIMINATION OG EFFEKTIV
SAMFUNDSMÆSSIG RESSOURCE-
ANVENDELSE**

Niels Blomgren-Hansen

19. oktober 1998

Prisdiskrimination og effektiv samfundsøkonomisk ressourceanvendelse

Niels Blomgren-Hansen * **

Institut for Nationaløkonomi
Handelshøjskolen i København

Summary

At least until very recently Danish competition policy towards price discrimination reflected the presumption that price discrimination impedes competition and economic efficiency. Economists have long claimed that the rationale for this presumption is weak. In this paper it is argued that price discrimination is a *precondition* for economic efficiency in three highly relevant cases: (a) if a dominant firm has large fixed costs, (b) if geographically separated dominant firms shall have an incentive to intrude each other's home market, and (c) if dominant firms compete in a market for highly standardized goods. This does not preclude the existence of harmful price discrimination, e.g. predatory pricing and strategic pricing aiming at keeping potential competitors out of the market. However, even in these cases prohibition on price discrimination is a two-edged sword that may easily make more harm than good to competition and efficiency.

Indledning: Et dogmehistorisk tilbageblik.

Prisdiskrimination siges at foreligge, såfremt en virksomhed tager forskellige priser af fabrik for samme vare eller tjenesteydelse, uden at prisforskellene modsvares af tilsvarende forskelle i virksomhedens omkostninger ved at betjene dens forskellige kundegrupper. Almindelig former for prisdiskrimination er ydelse af rabat i forhold til virksomhedens officielle listepriis eller efterfølgende udbetalinger af bonus.

Prisdiskrimination har traditionelt været betragtet som en konkurrenceretlig betænkelig markedsadfærd. Dette til trods for, at der fra industriøkonomisk side længe har været stillet kraftige spørgsmål ved dette synspunkts rationale. Det må derfor hilses med glæde, at Konkurrencestyrelsen for nylig har udsendt et notat om prisdiskrimination (Konkurrencestyrelsen 1998), hvor de gamle positioner blødes op. Men næppe helt nok. Det er i hvert fald, hvad nærværende artikel argumenterer for¹.

* Professor i Nationaløkonomi. Medlem af Konkurrencerådet.

** Baseret på mit oplæg i Konkurrencestyrelsens workshop. Jeg skylder deltagerne tak for konstruktive kommentarer. En særlig tak til lektor Peter Møllgaard, HHK.

¹ Der findes flere udmærkede fremstillinger af prisdiskrimination i velfærdsteoretisk belysning, fx. Varian (1989), Bork (1993), Martin (1994), Tirole (1988), Sheperd (1997), og ikke mindst Philips (1981).

Konkurrenceloven indeholder ikke noget eksplicit forbud mod prisdiskrimination. Ordet eller noget nærliggende synonym herfor findes ikke i loven. Hjemmel for et evt. indgreb må søges i § 11, stk. 2, litra 3, ifølge hvilken det er forbudt for en eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling på det danske marked eller en del deraf ... f.eks. ... ved anvendelse af ulige vilkår for ydelser af samme værdi over for handelspartnere, som derved stilles ringere i konkurrencen²

Formuleringerne på det danske marked, ydelser af samme værdi, handelspartnere, ringere i konkurrencen, indebærer kraftige indskrænkninger. Prisdiskrimination i salg til eksport, i salget til indenlandske forbrugere, og i salget til indenlandske virksomheder (handelspartnere), der ikke er i indbyrdes konkurrence, må således klart falde uden for³. Det samme synes umiddelbart at måtte gælde prisdiskrimination mellem handelspartnere, såfremt varen eller ydelsen er af forskellig værdi for dem, f.eks. fordi de bruger varen eller ydelsen som input i forskellige sammenhænge, de har forskellig mulighed for at erstatte den med en anden vare eller ydelse, eller de har forskellig mulighed for at overvælte omkostningerne på kunderne i næste led. Det er en meget kraftig indskrænkning. En virksomheds interesse i prisdiskrimination ligger netop (eller dog primært) i at udnytte, at samme vare eller ydelse har forskellig værdi for forskellige kunde grupper, og at disse derfor har forskellig betalingsvillighed.

§ 11, stk. 2, litra 3 hjemler næppe heller forbud mod, at en dominerende virksomheds handelspartnere forhandler sig frem til forskellige *individuelle* rabatter, uanset at varen eller ydelsen måtte have samme værdi for dem, f.eks. fordi de konkurrerer på samme marked. Sådanne individuelle rabatter vil afspejle parternes kendskab til markedet og flair for at indgå en god handel. Markedskendskab og købmændskab er vigtige konkurrenceparametre. At sætte dem ud af kraft og dermed fastlåse prisniveau og -struktur synes i direkte strid med Konkurrencelovens formål, at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem virksom konkurrence.

Umiddelbar læsning af lovtæksten leder således frem til, at § 11, stk. 2, litra 3 ikke giver hjemmel for indgreb mod en dominerende virksomheds prisdiskrimination *per se*. Det udelukker imidlertid ikke, at en dominerende virksomheds prisdiskrimination er omfattet af forbudet i § 11 mod misbrug af dominerende stilling, nemlig i det tilfælde, hvor en dominerende virksomhed bruger prisdiskriminationen er et *middel* til at opbygge barrierer for adgangen til et marked (tilfælde af troskabs- eller loyalitetsrabatter) eller dræbe en konkurrent (predatory pricing) og dermed begrænse konkurrencen.

Denne tolkning forekommer da også helt i overensstemmelse med Domstolens praksis, som efter bemærkningerne til forslaget til den nu gældende konkurrencelov (L 172 af 20. februar

²Bortset fra afgrænsningen af gyldighedsområdet er formuleringen identisk med EF-traktaten, Art. 86. Konkurrencelovens § 6 og EF-Traktaten Art. 85 indeholder et tilsvarende forbud som led i konkurrencebegrænsende aftaler.

³Som også påpeget af Kirsten Levinsen (1998, s. 220) er § 11, stk. 2 ikke en udtømmende opremsning af mulige misbrug af dominerende stilling. Det kan derfor ikke udelukkes, at en dominerende virksomheds prisdiskriminering i forhold til forbrugerne kan udgøre en konkurrenceretlig uacceptabel barriere for andre virksomheders indtrængen på markedet.

1997) skal være vejledende for lovens fortolkning⁴.

I *Bemærkningerne til lovforslaget* (L 172 af 20 februar 1997), er tonen imidlertid en ganske anden. Uden på nogen måde at forholde sig til lovteksten, der på dette område er totalt ændret i forhold til den tidligere konkurrencelov, eller til Kommissionens og Domstolens praksis, slås det fast, at § 11, stk. 2, litra 3 omfatter

“misbrug, der består i, at en virksomhed tilbyder visse af sine aftagere af varer og tjenesteydelser rabatter eller bonus, som ikke ydes til andre aftagere, der under samme omstændigheder får leveret samme mængder. - Som hovedregel anses de omkostningsbegrundede rabat- og bonusformer ... ikke at medføre skadelige virkninger på priserne eller konkurrencen. ... De efterspørgselsbetingede / afsætningsbegrundede rabat- og bonusformer ... vil derimod kunne påvirke konkurrencen mellem virksomhederne og dermed adgangen til markedet på en måde, der skader effektiviteten og strukturtilpasningen. ... Det vil imidlertid altid i hvert enkelt tilfælde være nødvendigt på grundlag af nærmere undersøgelser konkret at vurdere, hvorvidt de pågældende rabat- og bonusydelser har rimelige virkninger, herunder om de gives til imødegåelse af lignende rabat- og bonusydelser fra andre konkurrenter”.

Bemærkningen må læses som en stærk *forhåndsformodning* om, at prisdiskrimination har skadelige virkninger på konkurrence og effektivitet. Formuleringerne er identisk med og formeltlig afskrift fra Konkurrencerådets pjece «Konkurrenceretlig vurdering af visse typer af rabat og bonus» fra 1994, dvs. en fremstilling med reference til den gamle Konkurrencelov (L 370 af 7. juni 1989). De er også - ligeledes uden antydning af problematisering - gengivet i Konkurrencelovsudvalgets betænkning (B. 1287, 1995).

Dette genbrug er så meget desto mere bemærkelsesværdigt, som hverken den gamle konkurrencelov eller bemærkningerne hertil eksplicit omtaler prisdiskrimination, rabatter eller lignende. Hjemlen til indgreb heroverfor skulle søges i den meget rummelige § 11:

Finder Konkurrencerådet, at der på et markedsområde foreligger en konkurrencebegrænsning, der medfører eller vil kunne medføre skadelige virkninger for konkurrencen og dermed effektiviteten i produktion og omsætning af varer eller tjenesteydelser m.v., eller begrænsninger i erhvervsfriheden, jf. § 1, kan rådet søge de skadelige virkninger bragt til ophør ved forhandlinger.

Det er ikke indlysende, at man heri kan indlæse en forhåndsformodning om, at ikke-omkostningsbegrundet prisdifferentiering skulle være forbudt. Omtalte pjece fra 1994 er her ikke til megen hjælp. Den beskriver den praksis, der har udviklet sig, uden overhovedet at relatere den til lovteksten.

Man skal endnu et skridt tilbage i lovgivningshistorien for at finde «dogmets» rødder - til Monopoltilsynet praksis⁵ i sager om prisdifferentiering som beskrevet i Monopoltilsynets Med

⁴Se fx. Konkurrencestyrelsen (1998), Fejø (1997a), EU-Karnov, og Weatherril & Beaumont (1993)

⁵Denne praksis synes - naturligt nok - stærkt påvirket af den tids konkurrenceretlige debat, herunder ikke mindst den amerikanske *Federal Trade Commission's* meget restriktive administration af *Robinson-Patman Act* fra 1936. Denne lov gør det “unlawful for any person ... to discriminate in price between different purchasers .. where the effect of such discrimination may be substantially to lessen competition or tend to create a monopoly .. or to injure, destroy, or prevent competition with any person who ... knowingly receives the benefit of such discrimination, or with customers of either of them”, dog med de modifikationer, at loven ikke “prevent(s) differentials which make only due allowance for differences in the cost of manufacture, sales or

delser (1965, s. 111) og gengivet i v. Eyben (1980) og i Konkurrencelovsbetænkningen bag den gamle konkurrencelov (B.1075 fra 1986).

Det er i realiteten beskrivelsen af denne ældre praksis, der har overlevet to signifikante paradigme- og målsætningskift i dansk konkurrencelovgivning og nu optræder som - totalt uproblematisk - bemærkning til den nye konkurrencelov. Det turde et bemærkelsesværdigt eksempel på administrativ/juridisk inert⁶.

Den mindre overbevisende relation mellem lovtæst og bemærkningerne hertil må indebære, at bemærkningerne næppe kan være bindende for konkurrencemyndighedernes administration af bestemmelsen. Det må i hvert enkelt tilfælde kræves, at myndighederne vurderer de pågældende rabat- og bonusydelse i relation til Konkurrencelovens formål⁷.

Det er både naturligt og uundgåeligt, at de to faggrupper, der beskæftiger sig med konkurrencepolitik - jurister/administratorer på den ene side og økonomer på den anden - vil fortolke konkurrenceloven, herunder hvad der er eller bør være dens ægentlige målsætning, i lyset af deres faglighed.

Sproglig og forvaltningsretlig logik tilsiger, at alle i samme omstændigheder skal behandles æge. Andet ville være ænfair eller æretfærdigt. Prisdiskrimination opleves i denne prisisme som en negativ afvigelse fra det ænormale eller det æsamfundsmæssigt ænskelige.

Økonomer er af natur eller uddannelse skeptiske over for uklart definerede principper om æfairnes, lighed og æretfærdighed. For dem er det *effekten* - in casu på den samfundsøkonomisk ressourceanvendelse - der tæller. Dette formål er ofte sammenfaldende med højt konkurrencestryk og forbrugervelfærd, men ikke nødvendigvis med beskyttelse af den enkelte virksomhed mod uligheder i konkurrenceforholdene. I den prisisme er prisdifferentiering - hvadenten den er omkostnings- eller afsætningsbegrundet - ikke blot en naturlig, men også en samfundsøkonomisk ænskelig markedsadfærd, med den modifikation, at der kan være tilfælde, hvor en dominerende virksomheds prisdiskrimination i forbindelse med adgangsbarrierer *kan* udgøre et misbrug med negative virkninger for konkurrence og ressourceanvendelse. Man i så tilfælde bør indgreb - om muligt - sigte på at nedbryde adgangsbarriererne snarere end mod prisdiskri-

delivery resulting from the differing methods and quantities”, eller en lavere pris fastsat “in good faith to met an equally low price of a competitor ... “

Loven er - den tids ænd - i realiteten en konkurrencebegrænsende foranstaltning med det klare formål at beskytte især mindre handlende. Loven har været genstand for meget hård kritik fra økonom-side, se fx. Bork (1993, s. 382 ff.) og Martin (1994). Det har længe været generelt anerkendt, at den er et ganske ægnet konkurrencepolitisk instrument, hvis målsætningen er at fremme konkurrence og samfundsøkonomisk æffektivitet. Federal Trade Commission har da også for længst ophørt at anlægge sager for overtrædelse heraf (Martin 1994).

⁶ Fejø (1997b, s. 166-168) omtaler et tilsvarende eksempel på inert⁶, nemlig ænkeltkalkulationsprincippet, der nok er gengivet i bemærkningerne til lovforslaget, men hvis overensstemmelse med principperne i Konkurrenceloven og den EU-konkurrenceretlige praksis findes æmindre overbevisende.

⁷ Desværre er Konkurrencelovens formål mindre klar end § 1 lader formode. Se Niels Blomgren-Hansen (1998).

minationen som sådan.

Prisdiskriminering som normal markedsførelse.

Det turde være åbenbart, at det forhold, at samme vare eller tjeneste sælges til forskellige priser til forskellige købere eller købergrupper er helt normalt i en markedsøkonomi. Nævner man ordet <markedet for menigmand m/k, tænker han eller hun nok først på noget, der ligner en arabisk basar, hvor man <prutter om prisen, og hvor det er lidt af et særsyn, om to ens krukker sælges til samme pris samme dag. Men prisdiskrimination er ikke et eksotisk særsyn. Det er simpelthen dagligdagen for os alle, hvad enten vi skal i banken og have et lån, købe en flybillet, tegne en forsikring eller udskifte køleskabet. Priserne varierer fra kunde til kunde uden nogen åbenbar omkostningsmæssig begrundelse. Og priser kan være ens for alle kunder til trods for store forskelle i omkostningerne ved at betjene dem.

Oftentimes er prisdiskriminationen indirekte i den forstand, at det essentielle gode kombineres, <bundles med andre <goods eller <bads, og at kombinationen sælges til priser, der afviger fra summen af priserne på enkelttydelserne korrigeret for evt. omkostningsbesparelser. Eller goderne sælges i forskellige kvaliteter til priser, der ikke reflekterer forskelle i omkostningerne ved produktion og salg af de forskellige kvaliteter. Eller på forskelligt tidspunkt. Disse forhold ændrer reelt ikke ved, at der foreligger prisdiskrimination, altså salg til forskellige priser, hvor prisforskellene ikke afspejler forskelle i omkostningerne, men forskelle i kundernes betalingsvillighed, betalingsvillighed eller slet og ret forskelle i deres kendskab til markedet og evne til at handle.

Prisdiskrimination er et essentielt træk ved en markedsøkonomi, en vigtig mekanisme, hvorigennem markedet fungerer. Det er ikke uden grund, at dygtige sælgere og indkøbere, godt <købmandskab, er af helt afgørende betydning for enhver virksomheds overlevelse og vækst. <The law of one price er en lærebogsabstraktion, som man kun kommer nær under meget specielle markedsformer, der ligger uden for konkurrencemyndighedernes interesseområde.

Prisdiskrimination som samfundsgavnlig adfærd.

Alle væsentlige økonomiske aktiviteter indebærer betydelige faste omkostninger (også kaldet kapacitetsomkostninger). De faste omkostninger inkluderer den forrentning af den investerede kapital plus risikopræmie, som investorerne ville kunne opnå i bedste alternative anvendelse, og som derfor er nødvendig for at opretholde den pågældende aktivitet. De faste omkostninger skal dækkes over priserne⁸.

Det fundamentale velfærdsteoretiske spørgsmål er, hvordan konkurrencemyndigheden ville ønske at fordele disse faste, nødvendige omkostninger på forskellige kundegrupper, såfremt

⁸Vi kan i princippet forestille sig, at staten går ind og dækker alle faste omkostninger og finansierede udgiften ved opkrævning af forvridningsfrie <kopsskatter. Det er en yndet simplificerende antagelse i elementære lærebøger i økonomi, men hører så åbenbart hjemme på abstraktionernes overdrev. Princippet om fuld omkostningsdækning står vist ikke længere til diskussion.

den havde fuld viden om alle forhold og kun havde det ene mål for øje, at højne den samlede velfærd? Altså hvis den - i økonom-jargon - optræder i rollen som «omniscient, benevolent social planner»

Det er tilstrækkeligt her at overveje det simple tilfælde af monopol og to kundegrupper, hvis efterspørgsel er gensidig uafhængig, og hvorimellem arbitrage er udelukket. Vi skal endvidere simplificerende antage, at grænseomkostningerne er konstante⁹.

Konkurrencemyndighedens problem kan omskrives til at fastsætte sådanne priser på hvert af de to delmarkeder, at det såkaldte «dødvægtstab» der er en følge af, at forbrugerne betaler mere for den sidste købte enhed end svarende til de samfundsøkonomiske omkostninger ved at tilvejebringe den minimeres, eller - ækvivalent - at det samlede samfundsøkonomiske overskud, der tilfalder producenten i form af profit og forbrugerne i form af såkaldt «forbrugeroverskud» maksimeres¹⁰. Den matematiske definition på problemet og dets løsning er gengivet i appendix 1.

Svaret kan ikke overraske: (1) Hvis der (som et praksis uinteressant ydertilfælde) ikke er faste omkostninger, skal prisen på begge markeder sættes lig grænseomkostningerne; i dette tilfælde er der intet «dødvægtstab» (2) Hvis de faste omkostninger er af en sådan størrelse, at de netop kan dækkes af den maksimalt opnåelige profit, skal konkurrencemyndigheden agere som prisdiskriminerende, profitmaksimerende monopolist; dvs. fastsætte en sådan pris på hvert delmarked, at dækningsbidraget i forhold til prisen er lig den reciproke værdi af priselasticiteten på dette marked. (3) Hvis de faste omkostninger er positive og mindre end den maksimale profit, skal konkurrencemyndighederne prisdiskriminere, men mindre udtalt end den profitmaksimerende monopolist.

Svaret er altså, at en konkurrencemyndighed, som er forpligtet til at fremme effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse«(jf. KL, § 1) skal prisdiskriminere i den gode sags tjeneste. Dvs. den skal fastsætte højere priser for de forbrugere, der reagerer relativt lidt på en prisstigning, og lavere priser for de kunder, hvis efterspørgsel er mere prisfølsom. Hvor meget, den skal prisdiskriminere, afhænger af forskellene i elasticiteten på de to markeder og af, hvor meget underskudsrestriktionen strammer¹¹. I økonom-jargon kaldes et velfærdsmaksimerende

⁹Lærebøgenes smukt monotont stigende grænseomkostningskurve er et relikvie fra forrige århundrede uden megen empirisk belæg.

¹⁰Under den angivne forudsætning om konstante grænseomkostninger er målsætningerne samfundsøkonomisk effektiv ressourceallokering og maksimal forbrugervelfærd sammenfaldende i relation til optimal prisfastsættelse.

¹¹ Bemærk, at der ikke er noget velfærdsteoretisk argument for, at en omkostningsbesparelse ved at betjene et delmarked skulle slå igennem én-til-én i prisen på det pågældende delmarked, og lade priserne på det andet delmarked uanfægtet. Generelt vil det være samfundsøkonomisk optimalt at sænke prisen på begge delmarkeder, dog mest på det marked, hvor omkostningerne er faldet. Om prisreduktionen på dette marked er større eller mindre end omkostningsreduktionen, afhænger af formen på efterspørgselskurverne og underskudsrestriktionens strammingsgrad. Se appendix 1.

flerprissystem Ramsey-priser¹².

Virksomhedernes prisdiskrimination har ikke et samfundssigte. Men motiver er analytisk uinteressante. Priserne eller i det mindste retningen af prisdiskriminationen er det samme, hvad enten motivet er samfundsmæssig velfærdsmaksimering eller profitmaksimering. Jo mindre elastisk en kundegruppes efterspørgsel er, jo højere pris¹³. En adfærd, der bedømmes som samfundsgavnlig, hvis formålet er ædelt, kan ikke fordømmes, blot fordi formålet er egoistisk.

Hvad sker der, hvis lovgiverne / konkurrencemyndighederne griber ind og forbyder prisdifferentieringen, evt. udformet som et påbud om, at de faste omkostninger skal fordeles med samme beløb per solgt enhed, jf. enkeltvarekalkulationsprincippet? Eller, hvad der kommer ud på det samme, tvinger den dominerende virksomhed til at nedbryde de barrierer, der hindrer lavpriskunderne i at videresælge til høj-priskunderne?

Svaret afhænger af, om den pågældende virksomhed indtjener overnormal profit, dvs. opnår et afkast af den investerede kapital (opgjort til aktuelle nyinvesteringspriser), der er højere end i bedste alternative kapitalanvendelse.

Indtjener virksomheden *ikke* overnormal profit, er dens profitmaksimerende prisdifferentiering identisk den velfærdsmaksimerende prisdifferentiering. Det vil være tilfældet, hvis der er flere potentielle udbydere (omend der forudsætningsvis kun er plads til én aktuel udbyder), og der ikke er væsentlige adgangsbarrierer. Forbud mod prisdiskrimination vil i så tilfælde være åbenbart velfærdsreducerende. Dækningsbidraget vil ikke længere være tilstrækkeligt til at dække de faste omkostninger. Nyinvesteringer ophører og produktionen afvikles i takt med, at produktionsfaktorerne overgår til anden anvendelse.

Hvis der er adgangsbarrierer til branchen, og den dominerende virksomhed (derfor) indtjener overnormal profit¹⁴, så vil de profitmaksimerende prisniveauer være højere og prisdifferentiering

¹²Ramsey-prisfastsættelse kendes først og fremmest fra litteraturen om fordelingen af omkostningerne ved produktion af offentlige goder, altså goder som TV-transmission, som flere / mange samtidig har fornøjelse af, uden at den enes forbrug begrænser den andens. Analogien er klar: De faste produktionsfaktorer har karakter af offentligt gode i forhold til de forskellige kundegrupper, virksomheden betjener. Ramsey-prisfastsættelse er heller ikke ukendt i Konkurrencerådssammenhæng. Det er det princip, man naturligt vil tage udgangspunkt i ved overvejelser om fastsættelse af priser på adgang til «essential facilities» havne, telefonledninger etc. Fastsættelse af ens priser på adgang til «essential facilities» efter det såkaldte LRAC-princip (long run average cost) er administrativt simple, men velfærdsteoretisk inferiørt i forhold til Ramsey-prisfastsættelse.

¹³ Om størrelsen af den profitmaksimerende prisdifferentiering er større eller mindre end den, der maksimerer den samfundsøkonomiske velfærd, afhænger af de nærmere omstændigheder. Det profitmaksimerende monopol har et problem, som den alvidende, almægtige stat ikke nødvendigvis har, nemlig arbitrage mellem højprismarkedet og lavprismarkedet. Staten kan adskille markederne administrativt, fx. ved hjælp af rationeringsmærker og straf for sortbørshandel. Monopolistens markedsadskillelse er ofte mindre perfekt og ganske omkostningskrævende. Derfor kan man meget vel tænke sig, at monopolistens profitmaksimerende prisdiskrimination er svagere end den samfundsøkonomisk optimale.

¹⁴Chicago-kolleger som Bork og Demsetz vil hævde, at vedvarende overnormal profit er et empirisk uinteressant fænomen, når man ser bort fra de tilfælde, hvor politisk regulering har skabt effektive adgangsbarrierer. Efter i mere end otte år som medlem af Konkurrencerådet forgæves at have spejdet efter

gen mere udtalt end i tilfælde af velfærdsmaksimerende Ramsey-prisfastsættelse. Det følger simpelthen af, at der nu skal fordeles et større beløb end de faste omkostninger på de forskellige kundegrupper¹⁵.

I den situation (altså med adgangsbarrierer og overnormal profit) *kan* forbud mod prisdiskrimination være velfærdsforøgende. Men det er langt fra sandsynligt, endsige sikkert. Det afhænger af efterspørgselskurvernes form; dvs. af størrelsen af de markedssegmenter, der falder bort, når de tidligere lavere priser hæves til det fælles prisniveau, henholdsvis kommer til, når priserne på højprismarkedet sænkes¹⁶. Hvis prisdiskriminationen er begrundet i ønsket om at betjene kundegrupper, der ikke ville købe varen eller ydelsen til normal (uniform) pris, har det formodningen for sig, at prisdiskrimination er velfærdsforbedrende og indgreb herimod følgerlig velfærdsreducerende.

Den simple analyse vedrører umiddelbart forbrugersalg. Men analysen er ganske analog, hvis vi i stedet ser på salget til erhvervsdrivende.

Konklusionen er, at forbud mod prisdiskrimination er et tveægget sværd, også i de tilfælde, hvor prisdiskriminationen bidrager til at øge en i forvejen overnormal profit. Indgreb mod prisdiskrimination, der afspejler en dominerende virksomheds bestræbelser på at udnytte kundegrupperes forskellige priselasticitet, vil med stor sandsynlighed føre til mindre effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse. Hertil kommer, at et sådant indgreb vil gøre høj-prismarkedet mindre attraktivt og derved mindske potentielle konkurrenters incitament til at trænge ind på markedet. Der er således god økonomisk mening i, at Konkurrencelovens § 11, stk. 2, litra 3 eksplicit undtager prisdiskrimination mellem handelspartnere, for hvem varen eller ydelsen har forskellig 'værdi' for videre \langle tiltale \rangle . Problemet er ikke prisdiskrimination som sådan, men de adgangsbarrierer, der muliggør den overnormale profit. Det er følgerlig heroverfor konkurrencemyndighederne bør gribe ind.

Asymmetriske markedspositioner.

Økonomerne har andre og måske stærkere argumenter for at mane konkurrencemyndighederne

virksomheder og brancher med forargelig høj profit, er jeg tilbøjelig til at give dem ret. Det er dog ikke et synspunkt, som industri-økonomer helt kan tilslutte sig. Som fremhævet af Martin (1994, s. 537): "In imperfectly competitive markets, profit maximizing firms are able to engage in strategic behaviour to increase their own profits by restricting the opportunities of rivals. *In absence of a competition policy that makes the expected costs of strategic behaviour sufficiently great, strategic behaviour will occur in equilibrium in imperfectly competitive markets*". (Martin's fremhævelse)

¹⁵Argumentet forudsætter, at der ikke er omkostninger forbundet med prisdiskriminering. Hvis der er omkostninger ved at adskille kundegrupperne (begrænse muligheder og incitament til arbitrage), så vil prisdiskriminering både være mindre udtalt og mindre effektivitetsforøgende.

¹⁶Hvis efterspørgselskurverne er lineære, og den maksimale pris på hvert delmarked er højere end prisen uden prisdiskrimination (alle markedet vil blive betjent også uden prisdiskrimination), så vil det samlede salg være upåvirket af prisdiskriminering, og velfærdstabet sfa. fejlallokering vil dominere. Det er dette tilfælde, der skamrides i lærebøgerne ofte med en tekst, der undlader omtale af de faste omkostninger, og som (derfor) efterlader det indtryk, at prisdifferentiering altid eller dog som det normale er velfærdsreducerende.

til tilbageholdenhed med indgreb over for prisdifferentiering. I mange og særdeles relevante tilfælde er prisdifferentiering faktisk en *nødvendig* betingelse for at skabe konkurrence. I disse tilfælde vil prisdifferentiering ikke indebære, at prisen sænkes for en kundegruppe på bekostning af en anden. Prisdifferentiering medfører lavere priser for *alle* kundegrupper.

Den centrale forudsætning er, at virksomhederne står forskelligt på de forskellige markeder. Hver har deres hovedmarked, hvor de står stærkt. De øvrige markeder betragtes som sekundære markeder. Her står de over for en relativt mere prisfølsom (elastisk) residuefterspørgsel.

Det klassiske eksempel (kendt fra udenrigshandelsteorien) er *reciprosal dumping*. Problemløsningen er analyseret i appendix 2.

Antag, at der er to virksomheder, der producerer samme standardgode, fx. cement. De er lokaliseret geografisk adskilt. Effektiv produktion er forbundet med så store faste omkostninger, at der kun er plads til én producent på hvert marked. Transportomkostninger ved eksport er betydelige, men ikke prohibitive.

For hver virksomhed vil det være profitabelt at sælge på den anden virksomheds hjemmemarked, hvis den pris, der kan opnås her med fradrag af transportomkostninger er større end de marginale fremstillings- og markedsføringsomkostninger. Det kan meget vel være tilfældet, såfremt der som antaget er store faste omkostninger, og salg af et standardprodukt til professionelle, dvs. små markedsføringsomkostninger.

Hvad der er profitabelt for den ene virksomhed, er også profitabelt for den anden, så resultatet bliver, at de begge kører eller sejler cement (eller mælk, hvis vi tager den danske mælkekrig som eksempel) til den andens hjemmemarked. Denne transport, såkaldt *cross-hauling*, er i sig selv et samfundsøkonomisk spild, men den derved skabte konkurrence vil føre til faldende priser på begge markeder, og den samfundsøkonomiske velfærdsgevinst herved kan meget vel være større end transportomkostningerne.

Konkurrencen og velfærdsgevinsten *forudsætter* prisdifferentiering. Da der er tale om et standardgode, vil ingen betale mere for importeret cement eller mælk fra en anden landsdel end for hjemmeproduceret. Eksportørerne må folgelig selv betale transportomkostningerne. Dvs. eksportprisen af fabrik er lavere end hjemmemarkedsprisen af fabrik.

Hvis myndighederne forbyder denne prisdifferentiering, hindrer de konkurrencen, med højere priser og velfærdstab til følge. Udviklingen i mælkepriserne efter den politisk dikterede aflysning af *mælkekrigen* taler sit tydelige sprog.

Ens markedsposition, troskabsrabatter og individuelle prisnedslag

Konkurrence mellem få virksomheder, der sælger ens eller let substituerbare goder, er ikke noget robust fænomen. Den enkelte virksomheds efterspørgselskurve er stærkt elastisk. Dvs. den enkelte virksomhed har et kraftigt incitament til at sætte priserne ned for derved at erobre en større markedsandel og større dækningsbidrag. Men da alle har samme incitament og under

alle omstændigheder er tvunget imødegå konkurrencen (meet the competition), vil de drive priserne ned til grænseomkostningerne, hvorved ingen af virksomhederne kan dække deres faste omkostninger. Åben priskonkurrence på markeder for tilnærmelsesvis homogene varer - såkaldt Bertrand-konkurrence - er følgelig en ustabil markedsform. Bertrand-konkurrence vil føre til, at enten kun én virksomheder overlever, dvs. at konkurrencen afløses af et monopol, eller at virksomhederne laver konkurrencebegrænsende aftaler, dvs indgår aftaler - eksplicitte eller stiltiende - der begrænser konkurrencen så meget, at den ikke længere er livstruende for konkurrenterne. Kun tåber går frivilligt ind i hane- eller gladiator kampe, hvis forudsigelige resultat er, at én af dem må dø¹⁷.

Vi står altså her over for markeder, hvor konkurrencebegrænsende aftaler er en *forudsætning* for konkurrencens overlevelse. Konkurrencemyndighedernes opgave bliver følgelig ikke at gribe ind over for enhver eksplicit eller stiltiende konkurrencebegrænsende aftale, men at understøtte og medvirke til udvikling af et sæt af konkurrencebegrænsende aftaler og adfærd, der bidrager til at opretholde virksom konkurrence på et maksimalt eller optimalt niveau. Regulering på sådanne markeder stiller store krav til myndighedernes musikalsitet. Det er nemt at gøre mere skade end gavn.

En forudsætning for, at konkurrencen kan opretholdes, er at risiciene ved konkurrencen for deltagerne begrænses til et acceptabelt niveau. Dvs. at taberne ikke risikerer at tabe en meget stor del af markedet eller sin indtjening på kort sigt.

I praksis ser vi to former for konkurrencebegrænsende adfærd, som tjener dette formål¹⁸ - adfærd som konkurrencemyndighederne ikke altid har forstået at værdsætte efter fortjeneste.

Den ene er de såkaldt troskabsrabatter, dvs prisdiskriminering i form af rabatter, som gives til loyale kunder, og som stiger med disses akkumulerede køb over en periode, typisk ét år¹⁹. Effekten er selvfølgelig, at grænseomkostningerne ved at købe hos den gamle leverandør er mindre end ved at skifte til en ny. Det bliver sværere for en konkurrent at fortrænge en gammel leverandør. Det vil fortsat være muligt. Men det koster, og det begrænser aggressiviteten. Markedsandelene stabiliseres og dermed risikoen for at pådrage sig ulivssår i konkurrencen.

¹⁷Megen konkurrencepolitisk litteratur bygger på den forudsætning, at erhvervsledere hader at konkurrere og derfor benytter enhver lejlighed til at indgå konkurrencebegrænsende aftaler. Det er ikke rigtigt. Rigtige mænd m/k elsker at konkurrere. Sport er som bekendt det væsentligste livsindhold for mange. Det at vinde over andre, vise sig stærkere, klogere, smartere end dem - at positionere sig - opfylder et væsentligt behov, også hos virksomhedsledere. Står valget mellem konkurrence og udfordringsløs behagelighed, falder valget ud til fordel for konkurrence, forudsat - selvfølgelig - at konkurrencen ikke er det rene selvmord.

¹⁸En anden, konkurrenceretlig acceptabel, men samfundsøkonomisk bekostelig, måde at begrænse konkurrencen og risiciene derved, er overdreven produktdifferentiering. Omkostningerne ved konkurrencebegrænsende aftaler må afvejes mod alternativerne.

¹⁹Bemærk, at troskabs- eller loyalitetsrabatter som andre, substituerende former for vertikal integration, fx. eksklusive handelsaftaler, har både en positiv og negativ effekt på konkurrence og effektivitet. Sådanne aftaler vil typisk begrænse intra-brand konkurrence (færre vil udbyde samme mærke), men kan meget vel styrke inter-brand konkurrence (de enkelte, specialiserede, forhandlere bliver mere målrettede i deres markedsføring af deres mærke).

Den anden er individuelle, hjemmelige prisnedslag, hvorved virksomhederne prøver at sjæle kunder fra hinanden. Det centrale er, at prisnedslagene skal være hjemmelige og individuelle²⁰. Virksomhederne må holdes i uvidenhed om, hvilke af deres kunder, der er nu forsøges lokket væk, og kunderne må holdes i uvidenhed om, hvor godt det ænestående tilbud, de har fået, i virkeligheden er i forhold til, hvad andre leverandører ville være villige til - presset - at fremkomme med.

Gennem individuel prisdifferentiering erstattes en potentielt dødelig krig om markedet af en række begrænsede enkeltslag om enkeltkunder. Man vinder nogle slag (og er stolt over det) og taber andre (og ærgrer sig og håber på revanche). Dødelig konkurrencen er blevet til mand-folke-sport, måske hård, men også sjov og livsbekræftende.

Eksistensen af konkurrencebegrænsende, ikke-omkostningsbestemte troskabsrabatter og af individuelle prisnedslag, der reducerer de gennemsnitlige salgspriser til et niveau langt under de officielle listepriser, er ofte nok dokumenteret. Min påstand er, at indgreb måske nok i visse tilfælde har været berettiget ud fra et samfundsøkonomisk effektivitetshensyn. Men også, at der er grund til at være forsigtig. Konkurrencemyndighederne ageren i disse sager kan meget vel ligne en blind elefants optræden i en glasbutik. Et indgreb for lidt er at foretrække for et for meget.

Konklusion:

Der er ikke økonomisk-teoretisk grundlag for en forhåndsformodning om, at en dominerende virksomheds prisdiskrimination strider mod Konkurrencelovens formål, at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem virksom konkurrence. Sondringen mellem omkoningsbegrundet og konkurrence- eller afsætningsbegrundet prisdifferentiering er ikke hensigtsmæssig. Prisdiskrimination vil ofte være en *forudsætning* for effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse. Det gælder, hvis de(n) dominerende virksomhed(er) har store faste omkostninger, hvis geografisk adskilte virksomheder lokale monopoler skal brydes, eller hvis dominerende virksomheder konkurrerer på et marked for standardiserede goder.

Det betyder ikke, at prisdiskrimination i alle tilfælde er ønskværdig ud fra en konkurrencepolitisk indfaldsvinkel, og at konkurrencemyndighederne i alle tilfælde skal afstå fra at gribe ind. Der *kan* være tilfælde, hvor prisdiskriminationen går længere end nødvendigt for at opnå et dækningsbidrag, der kan dække de faste omkostninger, og resulterer i et større dødvægtstab end uniforme priser. Prisdiskrimination *kan* også være et *middel* til at etablere uacceptabelt høje barrierer for konkurrenters indtrængen på et marked eller presse konkurrenter ud af markedet (predatory pricing). I begge tilfælde forudsættes det, at den dominerende virksomhed sætter strategisk *lave* priser, hvilket i sig selv begrænser den dominerende virksomheds forudsætningsvist overnormale profit og fremmer samfundsøkonomisk effektiv ressourceanvendelse. I alle tilfælde er der grund til at advare konkurrencemyndighederne mod at forivre sig. Risikoen for at gøre mere skade end gavn på konkurrence og effektivitet er ganske betydelig.

Referencer:

²⁰ Albæk (1997) peger på, at let tilgængelig information om rabatter vil understøtte koordineret prisfastsættelse i et oligopol.

Albæk, S., Møllgaard, H.P. and Overgaard, P.B. (1997) Government-Assisted Oligopoly-Coordination? A Concrete Case. *Journal of Industrial Economics*. 45(4), 429-443.

Betænkning nr. 1075 (1986): *Fra Monopollov til Konkurrencelov*. Industriministeriet

Betænkning nr. 1297 (1995): *Konkurrencelovgivningen i Danmark*. Erhvervsministeriet

Blomgren-Hansen, N. (1998): Formålsbestemmelers værdi som fortolkningsvejledning: En analyse af konkurrencelovens § 1. I *Juristen*. Januar, s. 31-43.

Bork, R.H. (1993): *The Antitrust Paradox. A Policy at War with Itself*. The Free Press. New York.

v. Eyben, W.E. (1980): *Monopoler og priser*. Gad, København

Fejøl, J. (1997a): *EU-Konkurrenceret*. 2. udg. Jurist- og Økonomforbundets Forlag. København.

Fejøl, J. (1997b): *Konkurrenceloven af 1997 med kommentarer*. Jurist- og Økonomforbundets Forlag. København

Koktvedgaard, M (1997): *Lærebog i konkurrenceret*. 3. udg. Jurist- og Økonomforbundets Forlag. København

Konkurrencestyrelsen (1997): *Konkurrenceloven* (materialesamling).

Konkurrencestyrelsen (1998): *Prisdiskrimination i relation til konkurrenceloven* (notat)

Levinsen, K. (1998): *Konkurrenceloven med kommentarer*. Jurist- og Økonomforbundets Forlag. København

Martin, S. (1994): *Industrial Economics. Economic Analysis and Public Policy*, 2nd. ed.. Prentice Hall, Englewood Cliffs. N.J.

Monopoltilsynet (1965): *Monopoltilsynets Meddelelser*

Norman, V.D. (1998): *Competition policy and market dynamics*. Paper prepared for the Oslo Competition Conference, June 1998.

Phlips, L. (1983): *The Economics of price discrimination*. Cambridge University Press.

Sheperd, W. G.. (1997): *The Organization of Industrial organization*, 4th ed. Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.

Tirole, J.(1988): *The theory of Industrial Organization*. MIT Press. Mass.

Varian, H. R. (1989): Price Discrimination. In R Schmalensee and R. D.Willig (eds.), *Hand-*

book of Industrial Organization, Volume I. Elsevier Science Publishers.

Weatherrill, S. and Beaumont, P. (1993): *EU Law*, 2nd ed.. Pinguin Books. London

Prisdiskrimination og effektiv samfundsøkonomisk ressourceanvendelse

Appendices

Appendix A. Et monopols samfundsøkonomisk optimale fordeling af faste omkostninger

Antag, at en monopolvirksomhed sælger på to uafhængige delmarkeder, at efterspørgselen på de to delmarkeder er karakteriseret ved isoelastisk efterspørgselskurver,

$$q_i = a_i \cdot p_i^{-\varepsilon_i}, (i = 1, 2)$$

hvor q_i er den solgte mængde på marked i til prisen p_i , a_i et index for markedets størrelse, og ε_i priselasticiteten på dette marked. Antag endvidere, at virksomhedens samlede faste omkostninger er F , og at den variable produktions- og markedsføringsomkostninger ved salg på marked i er c_i .

Den sociale planlæggeres opgave er at bestemme priserne p_1 og p_2 således, at summen af 'dødvægtstabene'

$$\int_{c_1}^{p_1} q_1(z) \partial z - (p_1 - c_1) \cdot q_1(p_1) + \int_{c_2}^{p_2} q_2(z) \partial z - (p_2 - c_2) \cdot q_2(p_2)$$

minimeres under bibetingelsen, at summen af dækningsbidragene kan dække de faste omkostninger

$$(p_1 - c_1) \cdot q_1(p_1) + (p_2 - c_2) \cdot q_2(p_2) \geq F$$

Første ordens betingelsen er

$$p_i = c_i \cdot \frac{(1 + \lambda) \cdot \varepsilon_i}{1 + (1 + \lambda) \cdot (\varepsilon_i - 1)} = c_i \cdot \frac{1}{1 - \frac{\lambda}{(1 + \lambda) \cdot \varepsilon_i}}$$

hvor Lagrange-multiplikatoren λ er et mål for bibetingelsens strammingsgrad, $\lambda = \lambda(c_1, c_2, F)$, $\lambda_j > 0$ for alle tre argumenter. Såfremt produktionen ikke er forbundet med faste omkostninger, $\lambda = 0$, reduceres udtrykket til $p_i = c_i$, dvs. den samfundsøkonomiske pris på hvert marked er lig grænseomkostningerne. Såfremt den maksimalt opnåelige profit kun lige kan dække de faste omkostninger, $\lambda = \infty$, reduceres det til

$$p_i = c_i \cdot \frac{1}{1 - \frac{1}{\varepsilon_i}}$$

dvs. den samfundsøkonomisk optimale pris på hvert marked er lig den profitmaksimerende.

Hvis de variable omkostninger er ens ved produktion til de to markeder, $c_1 = c_2$, og $0 < \lambda < \infty$, vil den samfundsøkonomisk optimale pris være lavest på markedet med den laveste elasticitet, men den relative prisforskel vil være mindre udtalt end i tilfælde profitmaksimerende prisfastsættelse

$$1 < \frac{p_1}{p_2} = \frac{1 - \frac{\lambda}{(1 + \lambda) \cdot \varepsilon_2}}{1 - \frac{\lambda}{(1 + \lambda) \cdot \varepsilon_1}} < \frac{1 - \frac{1}{\varepsilon_2}}{1 - \frac{1}{\varepsilon_1}} \text{ for } \varepsilon_1 < \varepsilon_2$$

Ved samfundsøkonomisk optimal prissætning vil stigning i grænseomkostningerne ved salg til det ene delmarked vil medføre stigning i prisen på begge delmarkeder. Udtrykt i prisernes og λ 's elasticiteter mht. grænseomkostningernes på marked i fås

$$\eta_{p_i, c_i} = 1 + \frac{1}{\varepsilon_i + (\varepsilon_i - 1) \cdot \lambda} \cdot \eta_{(1 + \lambda), c_i} > 1; \eta_{p_j, c_i} = \frac{1}{\varepsilon_j + (\varepsilon_j - 1) \cdot \lambda} \cdot \eta_{(1 + \lambda), c_i} > 0; j \neq i$$

Appendix B. Prisdiskrimination som betingelse for konkurrence på geografisk adskilte markeder for standardvarer

Antag, at der er to virksomheder med hvert sit hjemmemarked. Begge virksomheder står over for identiske lineære (inverse) efterspørgselsfunktioner, og identiske konstante grænseomkostninger

$$P_i = a - bQ_i; c_i = c; i = (1, 2)$$

hvor P_i er prisen, Q_i den solgte mængde, og c_i grænseomkostningerne på marked i . I tilfælde af lokalt monopol er den profitmaksimerende pris, den dertil svarende solgte mængde, profit (Π_i) og 'dødvægtstab' (L_i)

$$Q_i = \left(\frac{a-c}{2b}\right), P_i = \left(\frac{a+c}{2}\right), \Pi_i = \frac{(a-c)^2}{4b}, L_i = \frac{(a-c)^2}{8b}$$

Hver virksomhed har imidlertid et incitament til at sælge på den anden virksomheds hjemmemarked, hvis den kan opnå et positivt dækningsbidrag, dvs. hvis prisen er højere end grænseomkostningerne, c , med tillæg af transportomkostningerne, t .

Lad Q_{ij} betegne virksomhed i 's salg til marked j og opstil de to virksomheders profitfunktioner

$$\begin{aligned} \Pi_1 &= (P_1 - c)Q_{11} + (P_2 - c - t)Q_{12} \\ &= (a - b(Q_{11} + Q_{21}) - c)Q_{11} + (a - b(Q_{12} + Q_{22}) - c - t)Q_{12} \\ \Pi_2 &= (P_1 - c - t)Q_{21} + (P_2 - c)Q_{22} \\ &= (a - b(Q_{11} + Q_{21}) - c - t)Q_{21} + (a - b(Q_{12} + Q_{22}) - c)Q_{22} \end{aligned}$$

Maksimering af Π_1 mht. Q_{11} and Q_{12} og af Π_2 mht. Q_{21} og Q_{22} giver følgende fire ligninger

$$\begin{aligned} a - c - 2bQ_{11} - bQ_{21} &= 0 \\ a - c - t - 2bQ_{12} - bQ_{22} &= 0 \\ a - c - t - 2bQ_{21} - bQ_{11} &= 0 \\ a - c - 2bQ_{22} - bQ_{12} &= 0 \end{aligned}$$

hvoraf

$$\begin{aligned} Q_{11} &= Q_{22} = \frac{a - c + t}{3b} \\ Q_{12} &= Q_{21} = \frac{a - c - 2t}{3b} \end{aligned}$$

Ikke-kooperativ adfærd vil føre til, at begge virksomheder sælger på den andens hjemmemarked - "cross hauling" - ($Q_{12} = Q_{21} > 0$) hvis

$$t < \frac{a - c}{2}$$

Den samlede produktion er større end i tilfælde af lokalt monopol,

$$Q = \frac{2}{3} \frac{2a - 2c - t}{b} > \frac{a - c}{b}$$

og forbrugerpriserne lavere, trods de samfundsøkonomisk ”unødvendige” transportomkostninger, t ,

$$P_1 = P_2 = \frac{a + 2c + t}{3} < \frac{a + c}{2}$$

Hver virksomhed må selv bære transportomkostningerne ved salg på den anden virksomheds hjemmemarked. Dvs. ab fabrikprisen er lavere på det ‘marginale’ marked end på hjemmemarkedet,

$$P_{ij} = P_{ii} - t$$

I udenrigshandelsterminologi tales om *reciprocal dumping*, i konkurrenceretlig terminologi om *prisdiskrimination*.

Hvorvidt konkurrence og *cross hauling* er en samfundsøkonomisk gevinst afhænger af, om ‘dødvægtstabene’ plus transportomkostninger er lavere end ‘dødvægtstabene’ i tilfælde af lokalt monopol,

$$\begin{aligned} \Delta &= 2 \cdot (L_{PD} + Q_{ij} \cdot t) - 2 \cdot L_{LM} \\ &= 2 \cdot \left(\frac{(P_{ii} - c)^2}{2b} + Q_{ij} \cdot t \right) - 2 \cdot \frac{(P_i - c)^2}{2b} \\ &= 2 \cdot \left(\frac{(a - c + t)^2}{18b} + \frac{a - c - 2t}{3b} \cdot t \right) - 2 \cdot \frac{(a - c)^2}{8b} \\ &= -\frac{1}{36b} \cdot [(a - c) - 2t] \cdot [5(a - c) - 22t] < 0 \text{ hvis } t < \frac{a - c}{4.4} \end{aligned}$$

Ikke-kooperativ adfærd vil resultere i prisdiskrimination og *cross hauling*, hvis $t < \frac{a-c}{2}$. Men den samfundsøkonomiske effektivitetsgevinst ved øget konkurrence vil kun overstige tabet ved ”overflødig” transport, hvis $t < \frac{a-c}{4.4}$. Hvis $\frac{a-c}{4.4} < t < \frac{a-c}{2}$ vil det følgelig være en samfundsøkonomisk fordel at forbyde prisdiskrimination og derved beskytte de lokale monopoler mod konkurrence.

Mulighed for prisdiskrimination er blot en *nødvendig* betingelse for konkurrence. Det er ikke en *tilstrækkelig* betingelse. Virksomhederne har en klar interesse i at indgå en aftale om at undlade at sælge på den andens virksomheds hjemmemarked. Adgangen til prisdiskrimination bør kombineres med forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og fusionskontrol.