UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris
CZU: 338.246.2:336(043.3)

ȚÎBULEAC Ana

EFECTELE ECONOMICO-FINANCIARE ALE ABUZULUI DE POZIȚIE DOMINANTĂ ASUPRA ENTITĂȚILOR ECONOMICE

Specialitatea: ***522.01. Finanțe***

Teză de doctor în științe economice

Conducător ştiinţific: **GANEA Victoria**
doctor habilitat, profesor universitar

Autorul: **ȚÎBULEAC Ana**

CHIŞINĂU, 2018

© ȚÎBULEAC Ana, 2018

CUPRINS:

ADNOTARE (RO, RU, ENG) 4

LISTA ABREVIERILOR 7

INTRODUCERE 8

1. FUNDAMENTE TEORETICE PRIVIND CONCURENȚA ȘI EFECTELE FINANCIARE ALE ACESTEIA ASUPRA ENTITĂȚILOR ECONOMICE 14

1.1. Repere teoretice privind concurența și abuzul de poziție dominantă 14

1.2. Sinteza abordărilor teoretico-metodologice cu referire la efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice 41

1.3. Concluzii la capitolul 1 64

2. **EVALUAREA IMPACTULUI ECONOMICO-FINANCIAR AL ABUZULUI DE POZIȚIE DOMINANTĂ** 67

2.1. Analiza efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă pe piața Uniunii Europene 67

2.2. Evaluarea cazurilor de abuz de poziţie dominantă pe piaţa Republicii Moldova 84

2.3. Concluzii la capitolul 2 101

3. **OPORTUNITĂȚI DE MINIMIZARE A EFECTELOR ECONOMICO-FINANCIARE ALE ABUZULUI DE POZIȚIE DOMINANTĂ ASUPRA MEDIULUI CONCURENȚIAL** 103

3.1. Metodologia de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă 103

3.2. Dezvoltarea modelului de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă 114

3.3. Analiza pieței prestării de servicii TV contra plată în Republica Moldova pentru anul 2017 .. 123

3.4. Măsuri de restabilire și redresare a mediului concurențial din cadrul economiei naționale.. 139

3.5. Concluzii la capitolul 3 141

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI 144

BIBLIOGRAFIE: 148

ANEXE 162

Anexa 1. Act de Implementare a rezultatelor științifice eliberat de Institutul Național de Cercetări Economice 163

Anexa 2. Certificat de Implementare a rezultatelor științifice eliberat de Universitatea de Stat din Moldova 164

Anexa 3. Opinie asupra tezei de doctor, Consiliul Concurenței 165

Anexa 4. Certificat de înregistrare a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală 167

Anexa 5. Certificat de inovator, Centrul de Inovare și Transfer Tehnologic 169

DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII 170

CURRICULUM VITAE 171

ADNOTARE

ȚÎBULEAC Ana, „*Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice*”, Teză de doctor în ştiinţe economice, Specialitatea *522.01. Finanțe,* Chișinău, 2018.

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii generale şi recomandări, bibliografie din 184 titluri, figuri, tabele şi anexe. Cercetările efectuate au fost reflectate în 11 publicaţii ştiinţifice.

Cuvinte-cheie: concurență, comportamente anticoncurențiale, abuz de poziție dominantă, excludere, costuri nerecuperabile, efecte economico-financiare, entități economice, concurență eficientă.

Domeniul de studii: economie, finanțe.

Scopul cercetării constă în elaborarea bazei teoretico-metodologice şi aplicative cu referire la evaluarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice autohtone în vederea minimizării acestor efecte şi eficientizării concurenței în Republica Moldova.

Pentru realizarea acestui scop, vom urmări îndeplinirea următoarelor **obiective**: argumentarea conceptuală a concurenței şi abuzului de poziție dominantă în cadrul economiei contemporane; sintetizarea abordărilor teoretico-metodologice cu privire la efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice; identificarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă pe piața UE; evaluarea cazurilor de abuz de poziție dominantă şi a efectelor economico-financiare ale acesteia în cadrul economiei naționale; dezvoltarea metodologiei de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă; identificarea modelului econometric de simulare a efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă; formularea recomandărilor privind restabilirea mediului concurențial național.

Noutatea şi originalitatea ştiinţifică a lucrării constă în: sinteza şi aprofundarea abordărilor teoretice privind conceptul de abuz de poziție dominantă în contextul economiei contemporane; elaborarea modelului econometric de simulare a efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă; dezvoltarea cadrului metodologic cu referire la restabilirea mediului concurențial din cadrul economiei naționale; argumentarea importanţei şi oportunităţilor de implementare a metodologiei de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă; determinarea direcţiilor şi elaborarea soluţiilor de perfecţionare a politicii concurențiale, care permit adoptarea unor măsuri de menţinere a echilibrului economico-financiar în cadrul economiei naționale.

Problema ştiinţifică importantă soluţionată în teză rezidă în: determinarea şi cuantificarea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice din Republica Moldova în scopul identificării căilor de minimizare a acestor efecte şi sporirii pieţii concurențiale în ţară.

Semnificaţia teoretică şi valoarea aplicativă a tezei rezidă în cercetarea şi dezvoltarea conceptului abuzului de poziție dominantă; determinarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice; elaborarea modelului de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice. Constatările teoretice şi concluziile formulate în baza cercetării pot constitui o bază consistentă pentru ulterioarele cercetări în domeniu, iar rezultatele cercetării pot fi integrate în cadrul cursurilor universitare pentru instruirea studenților şi masteranzilor la specialitățile cu profil economic. Recomandările elaborate pot fi aplicate în scopul consolidării mecanismului concurențial pe piața Republicii Moldova, precum şi în scopul evitării sau diminuării efectelor economico – financiare pe care le pot suporta entitățile economice care se confruntă cu abuzul de poziție dominantă.

Implementarea rezultatelor ştiinţifice. Aplicabilitatea rezultatelor ştiinţifice, a elaborărilor metodologice şi recomandărilor practice aferente temei de cercetare este confirmată prin certificatele de implementare din partea *Institutului Național de Cercetări Economice* şi a *Universității de Stat din Moldova*. Rezultatele cercetării au fost înalt apreciate de autoritatea de resort - *Consiliul Concurenței*, care a încurajat o continuitatea cercetării. În baza modelului de cuantificare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice a fost obținut Certificatul de Inovator, oferit de *Centrul de Inovare şi Transfer Tehnologic (ASEM)*, asupra modelului dat a fost înregistrat dreptul de autor, confirmat prin Certificatul de înregistrare a obiectelor de autor şi drepturilor conexe Seria OŞ nr.6007, oferit de *Agenția de Stat pentru Protecția Intelectuală (AGEPI)*. Aplicarea recomandărilor şi metodologia propusă pot constitui un reper pentru activitatea entităților economice, precum şi pentru implementarea mai aprofundată a subiectelor ce ţin de domeniul cercetării în cursurile universitare şi postuniversitare la disciplinele de specialitate.

АННОТАЦИЯ

ЦЫБУЛЯК Ана, „*Экономические и финансовые последствия злоупотребления доминирующего положения на хозяйствующих субъектах*”. Диссертация на соискание степени доктора экономических наук по специальности *522.01. Финансы,*
Кишинэу, 2018

Структура работы: введение, три главы, выводы и рекомендации, библиография из 184 наименований, рисунки, таблицы и приложения. Исследования, проведенные отражены в 11 научных публикациях.

Ключевые слова: конкуренция, антиконкурентное поведение, злоупотребление доминирующим положением, исключение, безвозвратные расходы, экономико-финансовые последствия, экономические субъекты, эффективная конкуренция.

Специальность: Экоиомические знания, 522.1. Фнансы.

Целью исследования является разработка теоретико-методологической и прикладной базы, касающейся оценки экономических и финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением (ЗДП) для отечественных экономических субъектов с целью сведения к минимуму этих последствий и повышения эффективности конкуренции в Республике Молдова. Для достижения этой цели мы будем преследовать следующие **цели:** Концептуальная аргументация конкуренции и злоупотребления доминирующим положением в современной экономике; синтез теоретических и методологических подходов к экономическим и финансовым последствиям злоупотребления доминирующим положением для хозяйствующих субъектов; определение экономических и финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением на рынке ЕС; оценка случаев злоупотребления доминирующим положением и его экономических и финансовых последствий в национальной экономике; разработка методологии определения антиконкурентного воздействия на участников на соответствующем рынке; определение эконометрической модели для моделирования финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением; формулирование рекомендаций по восстановлению национальной конкурентной среды.

Научная новизна и оригинальность работы состоит в: синтезе и углублении теоретических подходов к концепции злоупотребления доминирующим положением в контексте современной экономики; разработка эконометрической модели для моделирования финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением; разработка методологической основы, касающейся восстановления конкурентной среды в национальной экономике; аргументация важности и оценка возможностей для внедрения методологии определения антиконкурентного воздействия на участников на соответствующем рынке; определение направлений и разработка решений для совершенствования конкурентной политики, которые позволяют принять меры по поддержанию экономического и финансового баланса в национальной экономике.

Важная научная проблема, решаемая в диссертации, состоит в: определении и количественном определении финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением на хозяйствующих субъектах в Республике Молдова с целью выявления путей сведения к минимуму этих последствий и усиления конкурентного рынка в стране.

Теоретическое значение и практическая ценность работы состоит в исследовании и разработке концепции злоупотребления доминирующим положением; определение экономических и финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением для хозяйствующих субъектов; разработка эконометрической модели моделирования экономических и финансовых последствий злоупотребления доминирующим положением для хозяйствующих субъектов. Выводы и результаты исследований могут обеспечить последовательную основу для дальнейших исследований в этой области, результаты исследований могут быть интегрированы в университетские курсы для обучения студентов экономических специальностей. Выработанные рекомендации могут быть применены в целях укрепления конкурентного механизма на рынке Республики Молдова, а также для предотвращения или смягчения экономических и финансовых последствий, для экономически субъекты, которые сталкиваются с злоупотреблением доминирующим положением.

Применение научных результатов. Результаты работы были представлены на различных научно-практических конференциях, семинарах и международных форумах. Результаты исследования были представлены в 4х международных научно-практической конференции. На тему диссертации опубликовано 11 работ общим объемом 5,2 а.с. Разработки, методологические и практические рекомендации, относящиеся к теме исследования были приняты и реализованы некоторыми хозяйствующими субъектами в стране и соответствующих учреждений страны. Применение рекомендаций и предлагаемая методика может быть ориентиром для операторов, а также к дополнению курсов для студентов и выпускников. Применимость научных результатов, методологических разработок и практических рекомендаций, связанных с темой исследования, подтверждается сертификатами внедрения Национального Института Экономических Исследований и Государственного Университета Молдовы. Результаты исследований были высоко оценены компетентным органом Республики Молдовы - Советом по Конкуренции, который поощрял непрерывность исследований. На основе модели для количественной оценки последствий экономического и финансового злоупотребления доминирующим положением на хозяйствующих субъектов был получен Инновационный Сертификат, от Центром по Инновациям и Технологий Трансферу (ASEM), так же на данную модель были зарегистрированы авторские права, подтвержденные сертификатом регистраций Государственного агентства по защите интеллектуальной собственности (AGEPI). Применение рекомендаций и предлагаемой методологии может служить для деятельности субъектов хозяйствования, а также для более тщательной реализации исследовательских работ а так же к дополнения курсов для студентов и выпускников.

ANNOTATION

TIBULEAC Ana, *"The economic and financial effects of abuse of dominant position on economic entities"*. The thesis for the PhD degree in economic sciences, Chisinau, 2018

Thesis structure: Introduction, three chapters, general conclusions and recommendations, bibliography of 184 titles, figures, tables and annexes. The research results are reflected in 11 scientific publications.

Keywords: competition, anticompetitive behavior, abuse of dominant position, exclusion, sunk costs, economic-financial effects, economic entities, effective competition.

Field of study: Economic studies, 522.01 Finance.

The goal of the research is to elaborate the theoretical-methodological and applicative basis referring to the assessment of the economic and financial effects of abuse of dominant position on the domestic economic entities in order to minimize these effects and to increase the efficiency of the competition in the Republic of Moldova.

To achieve this goal, we will pursue the following **objectives**: Conceptual argumentation of competition and abuse of a dominant position in the contemporary economy; the synthesis of the theoretical and methodological approaches regarding the economic and financial effects of abuse of a dominant position on economic entities; identifying the economic and financial effects of abuse of a dominant position on the EU market; assessing cases of abuse of a dominant position and its economic and financial effects within the national economy; developing the methodology for determining anticompetitive effects on actors in the relevant market; identifying the econometric model to simulate the financial effects of abuse of a dominant position; formulation of recommendations on the restoration of the national competition environment.

The scientific novelty and originality of the work includes the following elements: Synthesis and deepening of the theoretical approaches regarding the concept of abuse of dominant position in the context of modern economy; Elaboration of the economic-mathematical model of simulation of the economic and financial effects of abuse of dominant position; Determining the possibilities of restoring the competitive environment within the national economy; The argumentation of the implementation of the methodology for determining the anticompetitive effects on the actors on the relevant market; Determining the directions for improvement of the competition policy, which allow the adoption of measures to maintain the financial equilibrium of national economy.

The important scientific problem solved in the thesis consists in: determining and quantifying the financial effects of abuse of a dominant position on economic entities in the Republic of Moldova in order to identify ways of minimizing these effects and increasing the competitive market in the country.

The theoretical significance and the applicative value of the thesis lie in the research and development of the concept of abuse of a dominant position; determining the economic and financial effects of abuse of a dominant position on economic entities; developing a simulation model of the economic and financial effects of abuse of a dominant position on economic entities. Theoretical findings and research findings can provide a consistent basis for further research in the field, and the results of research can be integrated into university courses to train students in economics specialties. The recommendations can be applied in order to strengthen the competitive mechanism on the market of the Republic of Moldova, as well as to avoid or mitigate the economic - financial effects that the economic entities that face the abuse of a dominant position can endure.

Implementation of scientific results.The applicability of the scientific results, the methodological elaborations and the practical recommendations related to the research topic are confirmed by the implementation certificates from the National Institute of Economic Research and the State University of Moldova. The research results were highly appreciated by the competent authority of Moldova - the Competition Council, which encouraged continuity of research. Based on the model of economic and financial effects quantification of abuse of dominant position on the economic entities, was received an Innovator Certificate, issued by the Center for Innovation and Technological Transfer (ASEM), also, on this model was registered the copyright, confirmed by the Registration Certificate issued by the State Agency for Intellectual Property Protection (AGEPI). The application of the recommendations and the proposed methodology can be a reference for the activity of the economic entities, as well as for the more thorough implementation of the research subjects in the academic and postgraduate courses in the specialized disciplines.

LISTA ABREVIERILOR

ADSL –Asimmetrical Digital Subscriber Line

ANPC – Agenția Națională pentru Protecția Concurenței

ANRCETI – Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Energetice și Tehnologii Informaționale

ANRE – Agenția Națională pentru Reglementare în Energetică

APD – Abuz de Poziție Dominantă

CE – Comisia Europeană

CC – Consiliul Concurenţei

HHI – Hirschman-Herfindahl Index

Î.S. – Întreprindere de Stat

ÎMM –Întreprinderi Mici și Mijlocii

MDL - Lei moldoveneşti

OCDE – Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică

RM – Republica Moldova

S.A. – Societate pe Acțiuni

S.R.L. – Societate cu Răspundere Limitată

SUA – Statele Unite ale Americii

TFEU – Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene

TVA – Taxa pe Valoare Adăugată

UE – Uniunea Europeană

USD – Dolari Americani

INTRODUCERE

Actualitatea și importanța problemei abordate. Economia mondială, la momentul actual, se află la o etapă dinamică de dezvoltare, caracterizată de un nivel înalt al dezvoltării tehnologice, intensificarea fluxurilor de schimburi comerciale ce se datorează liberalizării comerțului și competiției continue între state, unele având ca scop supremația economică, altele luptând pentru atingerea unui nivel economic *decent.* Indiferent de scopul urmărit, calea de realizare este una – eficiența economică și progresul tehnologic, pentru asigurarea cărora trebuie să se țină cont de crearea unui mediu concurențial eficient.

Concurența este considerată un factor primordial, care contribuie la eficientizarea proceselor economice prin „constrângerea" entităților economice să devină eficiente și să satisfacă nevoile consumatorilor, oferind raportul optim dintre calitate și preț prin alocarea eficientă a resurselor, asigurând bunăstarea consumatorilor, echilibrul pieței și contribuind, nemijlocit, la dezvoltarea economică prin stimularea inovațiilor și a progresului tehnologic. Anume din aceste considerente, statele promovează concurența eficientă prin supravegherea mediului concurențial.

Dat fiind faptul că mediul economic în Republica Moldova nu este caracterizat de o concurență perfectă, în confruntarea acerbă pentru apărarea intereselor proprii, constatăm că, în multe cazuri, nu se mai ține cont de legalitatea și corectitudinea acțiunilor întreprinse de către concurenți. Efectele benefice ale existenței și acțiunii concurenței eficiente, pe o piață, pot fi amplificate de acțiunile concurențiale sau pot fi suprimate de activitățile sau practicile anticoncurențiale. Asigurarea unui mediu concurențial, fiind elementul indispensabil al economiei de piață, care pune în mișcare întregul mecanism economic, necesită o atenție deosebită din partea autorităților naționale. Menținerea unui mediu concurențial „sănătos", prin prevenirea sau contracararea activităților anticoncurențiale care ar putea distorsiona sau denatura concurența eficientă, reprezintă scopul primordial al politicilor concurențiale.

Păstrarea unui mediu concurențial eficient este o condiție esențială pentru asigurarea creșterii și dezvoltării economice a unui stat. În acest context, există numeroase studii axate pe cercetarea efectelor comportamentelor anticoncurențiale asupra mediului economic și necesitatea intervenției statului în reglementarea sau „supravegherea" mediului concurențial.

Una dintre practicile anticoncurențiale, căreia i se acordă o deosebită atenție, este abuzul de poziție dominantă care reprezintă o nișă extrem de dificilă a concurenței, iar cuantificarea efectelor acestuia este destul de complicată datorită dualității efectelor sale: același tip de comportament poate fi în cazuri diferite benefic și dăunător atât pentru echilibrul economico-financiar al entităților economice, cât și pentru dezvoltarea economică per

ansamblu. Totodată, este important de menționat faptul că, deseori, rezultatele pozitive, înregistrate de o entitate economică ce deține o poziție dominantă, nu se datorează, neapărat, efectelor comportamentului abuziv, ci, mai degrabă, poate fi rezultatul eficienței sale economice, datorită gradului sporit de inovare și dezvoltare tehnologică a acesteia, gradului de dezvoltare și de deschidere a pieței și, desigur, eficienței economice reduse a concurenților. Prin urmare, este esențial de racordat efectele comportamentului abuziv la un cadru de analiză complex care va ţine cont de toți factorii care ar putea afecta performanța economică a jucătorilor pieței, și vor amplifica sau diminua efectele economico-financiare ale comportamentului abuziv.

Prin urmare, trebuie să accentuăm faptul că pentru evaluarea și cuantificarea efectelor abuzului de poziție dominantă este necesară o analiză minuțioasă a tuturor factorilor ce ar putea influența piață. În caz contrar, există riscul să se ajungă la rezultate eronate și la aplicarea măsurilor necorespunzătoare, care ar condiționa destabilizarea echilibrului pe piață și diminuarea eficienței concurenților care ar reduce atât bunăstarea consumatorilor, cât și a economiei per ansamblu.

Cu referire la analiza efectelor practicilor anticoncurențiale de excludere și de exploatare, relatăm că nu există suficiente lucrări științifice ce vizează abordarea pe larg a respectivului subiect. Această tendință se datorează complexității măsurării efectelor comportamentelor abuzive de excludere, deoarece implică analiza tuturor indicatorilor de eficiență și a efectelor suportate de toți actorii pieței relevante și a piețelor conexe.

În acest context pot fi menționate lucrările autorilor Prosperetti – Pani – Tomasi (2009) și Fumagalli – Padilla – Polo (2010), care sunt axate pe subiecte cu privire la evaluarea poziției dominante, la structura concurențială a piețelor vizate, la presiunea exercitată de către entitățile active pe piețele examinate și cuantificarea daunelor provocate concurenților și mediului economic.

De menționat că datorită efectelor negative pe care le poate avea abuzul de poziție dominantă asupra pieței, asupra stabilității financiare a entităților economice și asupra bunăstării consumatorului, acest fenomen necesită o deosebită atenție din partea autorităților de resort, mai ales dacă vorbim de țările în curs de dezvoltare. În contextul tendinței mondiale de liberalizare a comerțului, serviciile și produsele de primă necesitate, în aceste țări, ar putea deveni subiectul practicilor anticoncurențiale, care ar stagna piața sau ar contribui la majorarea prețurilor și diminuarea cantității și calității produselor/serviciilor oferite, fapt care ar face posibilă reducerea dinamicii și eficienței piețelor și a participanților pe piață.

În acest context, intervenția statului în vederea depistării, evaluării și limitării cazurilor de abuz de dominanță ar putea încuraja concurența și, respectiv, dezvoltarea economică în unele sectoare, astfel asigurând funcționalitatea și eficiența pieței, în special, prin încurajarea dezvoltării entităților economice.

Realitatea politică și economică distinctă a țărilor, caracterizată de nivele diferite de dezvoltare și structuri de piață diferite, implică abordarea diferențiată a nivelului de intervenție a statului și a metodelor de cuantificare a efectelor economico-financiare.

Astfel, din cele expuse concluzionăm că printre obiectivele de bază, pe care le promovează statele lumii, sunt: bunăstarea consumatorului, eficiența dinamică a piețelor, creșterea economică, protejarea libertății economice și, nu în ultimul rând, asigurarea unui mediu favorabil pentru afaceri. Prin urmare, toate acestea contribuie la asigurarea funcționalității eficiente a piețelor prin promovarea unui mediu concurențial eficient.

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de cercetare. Complexitatea temei cercetate a determinat studierea aprofundată a literaturii de specialitate. Au fost analizate și luate în considerare rezultatele numeroaselor studii internaționale și naționale ce ţin de domeniul cercetat. Totodată, menţionăm faptul că fenomenul concurenței, mecanismul de funcționare și efectele acestuia asupra creșterii și dezvoltării economice au fost și sunt un subiect de interes sporit. Există numeroase studii, lucrări și articole științifice care abordează efectele negative ale comportamentelor anticoncurențiale, cum ar fi: concentrările economice, acordurile anticoncurențiale și abuzul de poziție dominantă. Printre autorii străini și naționali care au abordat aceste teme putem menționa următorii: Prosperetti L., Ammirati D., Connor J.M., Basso L, Albaek S., Abraham-Frois G., Baek C., Baumol W. J., Bolotova Y, John C., Douglas M., Bozian L., Cabral Luis M. B., Buccirossi P., Evans D., Padilla J.A., Polo M., Friederiszick H.W., Maier-Rigaud P., Pani E., Tomasi I., Sandicchi G.B, Kneazeva I.V., Tot T., Oglindă L., Ganea V., Maxim I. etc.

Problema ştiinţifică importantă soluţionată în teză rezidă în: determinarea și cuantificarea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice din Republica Moldova în scopul identificării căilor de minimizare a acestor efecte și sporirii pieţii concurențiale în ţară.

Scopul cercetării constă în elaborarea bazei teoretico-metodologice şi aplicative cu referire la evaluarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice autohtone în vederea minimizării acestor efecte și eficientizării concurenței în Republica Moldova.

Pentru realizarea acestui scop, vom urmări îndeplinirea următoarelor **obiective**: argumentarea conceptuală a concurenței și abuzului de poziție dominantă în cadrul economiei contemporane; sintetizarea abordărilor teoretico-metodologice cu privire la efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice; identificarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă pe piața UE; evaluarea cazurilor de abuz de poziție dominantă şi a efectelor economico-financiare ale acesteia în cadrul economiei naționale; dezvoltarea metodologiei de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă; identificarea modelului econometric de simulare a efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă; formularea recomandărilor privind restabilirea mediului concurențial național.

Noutatea și originalitatea ştiinţifică a lucrării constă în: sinteza şi aprofundarea abordărilor teoretice privind conceptul de abuz de poziție dominantă în contextul economiei contemporane; elaborarea modelului econometric de simulare a efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă; dezvoltarea cadrului metodologic cu referire la restabilirea mediului concurențial din cadrul economiei naționale; argumentarea importanţei şi oportunităţilor de implementare a metodologiei de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă; determinarea direcţiilor şi elaborarea soluţiilor de perfecţionare a politicii concurențiale, care permit adoptarea unor măsuri de menţinere a echilibrului economico-financiar în cadrul economiei naționale.

Semnificaţia teoretică și valoarea aplicativă a tezei rezidă în cercetarea și dezvoltarea conceptului abuzului de poziție dominantă; determinarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice; elaborarea modelului de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice. Constatările teoretice și concluziile formulate în baza cercetării pot constitui o bază consistentă pentru ulterioarele cercetări în domeniu, iar rezultatele cercetării pot fi integrate în cadrul cursurilor universitare pentru instruirea studenților și masteranzilor la specialitățile cu profil economic. Recomandările elaborate pot fi aplicate în scopul consolidării mecanismului concurențial pe piața Republicii Moldova, precum și în scopul evitării sau diminuării efectelor economico – financiare pe care le pot suporta entitățile economice care se confruntă cu abuzul de poziție dominantă.

Aprobarea și implementarea rezultatelor științifice. Principalele constatări și rezultatele tezei au fost prezentate în cadrul conferinţelor ştiinţifico-practice naționale și internaționale, seminariilor și forumurilor internaționale, precum și în reviste științifice. La tema studiului de disertație au fost publicate 11 lucrări științifice cu volum total de 5,2 c.a.

Rezultatele cercetării au fost raportate la 4 conferințe practico-științifice internaționale. Aplicabilitatea rezultatelor științifice, a elaborărilor metodologice şi recomandărilor practice aferente temei de cercetare este confirmată prin certificatele de implementare din partea Institutului Național de Cercetări Economice și a Universității de Stat din Moldova. Rezultatele cercetării au fost înalt apreciate de autoritatea de resort - Consiliul Concurenței, care a încurajat o continuitatea cercetării. În baza modelului de cuantificare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice a fost obținut Certificatul de Inovator, oferit de Centrul de Inovare și Transfer Tehnologic (ASEM), asupra modelului dat a fost înregistrat dreptul de autor, confirmat prin Certificatul de înregistrare a obiectelor de autor și drepturilor conexe Seria OȘ nr.6007, oferit de Agenția de Stat pentru Protecția Intelectuală (AGEPI). Aplicarea recomandărilor şi metodologia propusă pot constitui un reper pentru activitatea entităților economice, precum și pentru implementarea mai aprofundată a subiectelor ce ţin de domeniul cercetării în cursurile universitare şi postuniversitare la disciplinele de specialitate.

Structura şi conţinutul lucrării. Scopul și sarcinile stabilite pentru tema de cercetare au determinat următoarea structură a tezei: adnotare, lista abrevierilor, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografia și anexe.

Introducerea are ca scop argumentarea actualității, importanţei și necesitatea studierii temei date, prezentând și o scurtă evaluare a gradul de studiere a temei de cercetare. Au fost formulate scopul şi sarcinile cercetării și determinat suportul metodologic și informațional al lucrării. Acest compartiment conține semnificaţia teoretică, elementele noutății ştiinţifice, valoarea aplicativă a lucrării și o prezentare succintă a conținutului tezei și a rezultatelor cercetării.

Capitolul 1 „*Fundamente teoretice privind concurența și efectele financiare ale acesteia asupra entităților economice”* conține abordări teoretico-conceptuale privind noțiunea de concurență și abuz de poziție dominantă, principiile de funcționare, impactul asupra dezvoltării economice, conținutul și structura. Se atrage atenția asupra studierii mecanismului și formelor de manifestare a abuzului de poziție dominantă. Sunt redate efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice.

Capitolul 2 „*Evaluarea impactului economico-financiar al abuzului de poziţie dominantă”* reflectă un studiu detaliat al celor mai răsunătoare cazuri de abuz de poziție dominantă din Uniunea Europeană și Republica Moldova, evaluarea efectelor anticoncurențiale și acțiunilor întreprinse de autoritățile de resort.

Capitolul 3 „*Oportunități de minimizare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra mediului concurențial”* este dedicat argumentărilor științifice directe referitoare la elaborarea modelului de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice și cuantificarea acestora în scopul minimizării riscurilor de destabilizare a mediului concurențial și a echilibrului pieței. De asemenea, este reflectată o simulare a comportamentelor entităților pe piața serviciilor TV cu plată, aflate într-un acord ipotetic de cartel, și motivele acestora de a crea o poziție dominantă, respectiv abuzul lor.

În *Concluzii generale şi recomandări* este prezentată sinteza rezultatelor cercetării, care, în opinia autorului, vor contribui la fundamentarea științifică a evaluării și cuantificării efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice din Republica Moldova în vederea eficientizării concurenței economice în Republica Moldova.

Suportul metodologic şi informaţional al cercetării conține studiile naționale și internaționale referitoare la conceptele cercetate, conceptele fundamentale ale teoriilor financiare şi economice, actele și normele legislative în vigoare ale Republicii Moldova și Uniunii Europene, Programul Naţional în domeniul concurenţei şi al ajutorului de stat, Strategia „Moldova 2020” cu privire la concurență, prevederile capitolului 10 „Concurența” din Acordul de Asociere dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană, Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, ratificat de Parlamentul Republicii Moldova, Planului Național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova– Uniunea Europeană în perioada 2014-2016 etc. Cercetările realizate au contribuit la crearea unor elemente metodologice noi pentru continuarea investigaţiilor ştiinţifice ulterioare din domeniu.

Metodologia aplicată în teză. Pentru atingerea scopului şi realizarea obiectivelor stabilite pentru cercetarea dată, autorul a utilizat metode și instrumente diverse, printre care: analiza, sinteza, analogia, analiza comparativă, metoda abstracţiei ştiinţifice, clasificării, comparării, metoda inducţiei şi deducției, diverse metode statistice, reprezentări grafice și tabelare, analiza evolutivă a evenimentelor şi fenomenelor, modelarea economico-matematică și altele.

Cuvintele-cheie: concurență, comportamente anticoncurențiale, abuz de poziție dominantă, excludere, cheltuieli nerecuperabile, efecte economico-financiare, entități economice, concurență eficientă.

1. FUNDAMENTE TEORETICE PRIVIND CONCURENȚA ȘI EFECTELE FINANCIARE ALE ACESTEIA ASUPRA ENTITĂȚILOR ECONOMICE

1.1. Repere teoretice privind concurența și abuzul de poziție dominantă

Economia mondială, la momentul actual, se află la o etapă de dezvoltare elevată, caracterizată de un nivel înalt al dezvoltării tehnologice, fluxuri de schimburi comerciale majore, liberalizarea comerțului și o continuă competiție între state, unele având ca scop supremația economică, altele luptând pentru atingerea unui nivel economic decent. Scopul primordial urmărit este eficiența economică a ţărilor.

Viabilitatea și eficiența unei economii este influențată considerabil de structura și funcționalitatea pieței interne și externe, de nivelul de inovare și dezvoltare tehnologică care, la rândul lor, sunt influențate de existența unui mediu concurențial eficient. Paradoxul principal în legătură cu conceptul modern al concurenței este acela că în pofida studiilor aprofundate efectuate, acesta mai reprezintă un subiect extrem de controversat, iar definirea sa nu reuşeşte acoperirea tuturor elementelor acestui fenomen economic și social. De-a rândul anilor, mai multe generații de economiști din cadrul școlilor economice au definit concurența în mod diferit.

Pentru a înțelege importanța acestui fenomen și efectele sale economice și financiare asupra entităților economice și asupra economiei naționale per general, ne-am propus să analizăm evolutiv diverse abordări ale acestui concept.

Așadar, conceptul concurenței, rolul și esența acesteia au fost abordate în mod divers, în diferite perioade de timp. Practic fiecare abordare asupra esenței și funcțiilor concurenței a influențat, mai mult sau mai puțin, activitatea legiuitorilor cu referire la implicarea lor în dirijarea procesului concurențial. Definiția și efectele concurenței au constituit obiectul primar de cercetare a numeroaselor școli economice, care au încercat să descopere cele mai reușite căi pentru a beneficia de efectele pozitive, stabilizatoare și a reduce efectele mai puțin favorabile. Totuși, nu putem spune că până acum s-a creat vreun tipar de succes care ar regla mecanismul concurențial, aducându-l la forma sa teoretică, de concurență pură și perfectă.

Ca fenomen, concurența a existat de la apariția lumii, însă termenul „concurență” i-a fost atribuit mult mai târziu. Abia pe la mijlocul secolului al XVIII-lea, concurența devine elementul central al gândirii economice [178]. Acesta a pătruns în lumea economică treptat, suferind numeroase modificări conceptuale de-a lungul deceniilor. Ambiguitatea definițiilor economice și dualitatea acestora apar din cauza faptului că acest fenomen a început să fie

abordat în domeniul economic mult mai târziu decât în sfera socială, având o semnificație mai puțin tehnică decât o are astăzi.

Încă la grecii antici, concurența era asemănată cu un „conflict bun" cu efecte pozitive [111, p.3], fapt ce explică motivul de bază care a făcut acest fenomen atât de studiat și accentuează importanța acestuia pentru toate procesele evolutive. Termenul dat apare în unele lucrări ale lui Aristotel și în uzanța juriștilor romani, însă preistoria acestui concept nu se limitează aici.

O abordare economică mai detaliată, centrată pe efectele concurenței asupra bunăstării națiunii, apare la sfârșitul secolului al XVI-lea, când mercantiliștii abordează problema schimburilor economice între națiuni, provocând o concurență între acestea pentru bogăția națiunilor.

Printre primii teoreticieni care au descris concurența au fost clasicii A. Smith și D. Ricardo, ei fiind primii care au descris mecanismul prețului în cadrul concurenței perfecte. Aceștia vedeau concurența ca un proces firesc, spontan, care contribuie la realizarea echilibrului între libertatea, egalitatea și bunăstarea fiecărui individ [184, p.35].

În lucrarea sa „Avuția națiunilor" (The Wealth of Nations, 1776), Adam Smith dezvoltă teoria „mâinii invizibile", susținând că concurența asigură bunăstarea colectivă a națiunii. Confruntarea intereselor reprezenta *însuși* comportamentul concurențial, care declanșa reacții din partea actorilor pieței la anumite acțiuni, ce, în mod ideal, duc la restabilirea automată a echilibrului pe piață. La confruntarea intereselor individuale se creează un echilibru general al pieței, care favorizează eficiența proceselor economice, având drept rezultat bunăstarea indivizilor și a economiei. Un factor de succes în teoria lui A. Smith este *libertatea economică*, care reprezintă posibilitatea individului/entității de a alege alternativa de acțiune, adică cea mai potrivită. Cu alte cuvinte, elementul esențial pentru realizarea echilibrului economic este *libertatea concurenței* – asociată „mâinii invizibile" [178], statului revenindu-i doar rolul de a facilita exercitarea libertății de acțiune, fără a interveni în dirijarea proceselor concurențiale.

În viziunea clasicilor, concurența este un proces dinamic, evolutiv, prin urmare libertatea de acțiune permite fiecărui individ/entități să obțină ceea ce merită [111, p.7]. Însă, luând în considerare faptul că interesele urmărite deseori se suprapun și procesul concurențial este, în final, un joc cu suma zero între concurenți, va exista o luptă continuă pentru suprapunerea de interese, fiind aplicate diverse acțiuni, care zădărnicesc echilibrul pieței. Cu alte cuvinte, acest model, fără intervenția statului, este conceput pentru un mediu concurențial perfect, care este, mai degrabă, un model teoretic decât o realitate actuală.

Ulterior, ideea lui A. Smith privind concurența liberă a fost dezvoltată și modificată de neoclasicii, precum: L. Walras, A. Cournout, A. Marschall, V. Pareto și alții, care la fel considerau concurența o manifestare a libertății de a acționa într-un mod independent [184, p.35]. În acest context, putem menționa că ideea libertății economice poate fi privită din două perspective: libertatea de acțiune a agentului economic și libertatea de alegere a consumatorului.

Printre realizările neoclasicilor a fost dezvoltarea, de către L. Walras, a modelelor economice opuse – monopolul și concurența perfectă și pură, cea din urmă fiind caracterizată prin atomicitatea pieței, omogenitatea produselor, fluiditatea pieței, transparența pieței și mobilitatea factorilor de producție [124, p.17]. Primii 3 factori – atomicitatea, omogenitatea și fluiditatea – determină „puritatea" [182, p.216] concurenței, iar următorii doi – transparența și mobilitatea – „perfecțiunea". Deși la momentul actual, practic, nu există piețe care ar întruni toate aceste condiții, modelul dat de concurență a servit drept bază pentru numeroase studii în acest domeniu, totodată constituie un punct de pornire și pentru studiile moderne.

La rândul său, A. Cournout a explicat formarea prețurilor și a cantităților pe piață în cazul monopolurilor și oligopolurilor. Spre deosebire de Walras, Cournot a studiat modele reale de piață. Ulterior, dezvoltarea teoriei prețurilor a schimbat accentul de cercetare a concurenței spre o abordare prin prisma prețurilor.

După numeroase studii și diverse modele de cercetare a concurenței, totuși, la începutul secolului al XX-lea s-a revenit la studierea pieței prin prisma concurenței pure și perfecte, propusă de Walras [178].

Totodată, după cum am menționat anterior, toți neoclasicii erau de părerea că exercitarea *libertății de concurență* este unul dintre cei mai importanți factori care asigură viabilitatea unei economii de piață, iar orice intervenție din partea statului în reglementarea pieței ar putea avea efect destabilizator asupra proceselor economice. Cât privește imixtiunea statului în dirijarea concurenței și ideea de autoreglare a pieței, nu toți economiștii erau de acord cu opinia neoclasicilor. Spre exemplu, J.M. Keynes [184, p 39], fondatorul doctrinei dirijiste, a contestat avantajele concurenței libere, susținând vehement intervenția statului în dirijarea și corecția anumitor abateri ale proceselor economice pe piață (cum ar fi: înțelegerile de cartel, abuzul de poziție dominantă, concentrările economice, crearea monopolurilor etc.).

O altă abordare importantă a concurenței este cea prezentată de J.A. Schumeter, care privea concurența nu doar prin prisma procesului de confruntare între actorii pieței și ca pe o manifestare a libertății economice, ci și ca *un proces dinamic, care stimulează procesul de inovare și dezvoltare economică*. Altfel, în viziunea lui Schumpeter concurența reprezintă

„motorul distrugerii creative” [163, p. 126], care semnifică evoluție prin confruntare, la baza căreia este inovarea. Inovația se exprimă nu doar în termeni de produse, dar și în termeni de procese, fiind caracterizată de eficiența productivă dată de introducerea proceselor noi și modelelor noi de gestiune, dar și de noi forme de organizare, care permit o alocare mai bună a resurselor, creșterea productivității și reducerea costurilor de producere. Spre deosebire de teoria lui A. Smith privind echilibrul pieței, teoria evoluționistă abordează concurența ca pe un proces generator de schimbare, un factor de dezvoltare, și nu o stare de echilibru dată de structura pieței [111, p.6]. Concurența este privită ca un factor esențial care contribuie la dezvoltarea continuă a sistemului economic și social și stimulează inovarea pentru asigurarea competitivității concurenților.

Totodată, J. A. Schumpeter își axează studiile și pe fenomenul concurenței monopoliste, efectuând o analiză detaliată a profilurilor, comportamentelor și profiturilor actorilor de pe piață, insistând asupra importanței intervenției statului în reglementarea pieței cu concurența monopolistă [111, p.15].

Viziunea lui Schumpeter asupra concurenței este relevantă și mediului economic actual, efectele pozitive ale concurenței asupra procesului de inovare fiind vizibile în toate procesele economice în care există o concurență eficientă.

Reieșind din concepția conform căreia concurența reprezintă un factor al progresului, este imperativă cunoașterea fenomenul, instrumentelor și mecanismelor de acțiune pentru a stimula concurența „sănătoasă” și pentru a menține activ acest proces la toate nivelurile vieții economice.

Concurența și efectele acesteia asupra proceselor economice, fiind considerate elementul indispensabil al economiei de piață care asigură viabilitatea și dezvoltarea economiilor naționale, au fost studiate, de-a lungul timpului, din diverse perspective.

Reprezentanții școlii monopoliste, Robinson J. si E. H. Chamberlin, mai erau numiți părinții studiilor moderne cu privire la concurența imperfectă. Aceștia au demonstrat că existența unui număr mare de ofertanți nu este o condiție care asigură atingerea echilibrului pieței. Chamberlin susține că prețurile sunt influențate atât de elemente monopoliste, cât și de cele competitive [178]. În acest context, se accentuează faptul că diferențierea produselor împiedică determinarea automată a prețurilor, iar înțelegerile între anumiți actorii de pe piață (înțelegerile de cartel sau oligopolul) sau deținerea monopolului diminuează concurența și permit stabilirea prețurilor dorite independent de ceilalți concurenți existenți pe piață. Din aceste considerente se poate concluziona că este necesară o intervenție a autorităților

competente pentru prevenirea și contracararea comportamentelor anticoncurențiale, care împiedică procesul firesc de stabilire a echilibrului pe piață.

Reprezentantul școlii vieneze F. Von Hayek neagă conceptul de concurență pură și perfectă. Pe lângă faptul că în modelul pieței, caracterizat de concurență imperfectă, atomicitatea pieței *per se* nu asigură realizarea echilibrului pieței, nici transparența pieței nu este obiectiv ușor realizabil, datorită imperfecțiunilor pieței care oferă entităților economice acces diferențiat la informații și, uneori, chiar întârziat. Cu alte cuvinte, insuficiența informațiilor este o cauză suplimentară a imposibilității de realizare automată a echilibrului pieței. Teoria neoliberală susține piața și se orientează împotriva imixtiunii statului și încurajează liberalizarea pieței prin eliminarea monopolurilor de stat, limitând activitatea acestora doar la unele segmente foarte înguste [184, p.39].

Schimbările economice, care se produc începând cu mijlocul secolului al XX-lea, au amplificat eforturile pentru studierea fenomenului concurenței, și anume studierea efectelor acesteia asupra mediului economic și asupra bunăstării consumatorilor. Această perioadă era caracterizată de două direcții principale de cercetare a concurenței, precum [178]:

1. Posibilitatea firmelor mari de a influența evoluția și structura pieței și
2. Intensitatea intervenției statului în procesele concurențiale.

Unii economiști considerau că firmele mari dețin putere considerabilă pentru a influența condițiile pieței în favoarea lor, pe când alții erau de părerea că puterea de piață se datorează capacității acestora de a exploata imperfecțiunile pieței pentru realizarea intereselor proprii în detrimentul celorlalți concurenți.

Printre oponenții exercitării puterii de piață a entităților mari se regăsea și reprezentantul *școlii economice de la Havard*, J. S. Bain, care, prin teoria sa *privind barierele la intrarea pe piață*, a explicat lipsa entităților economice noi pe piețele cu rentabilitate ridicată. Acest fapt explicându-se prin incapacitatea firmelor noi de a pătrunde pe piață, deoarece se află într-o poziție dezavantajată față de entitățile deja existente. Bain considera că aceste dezavantaje constituie bariere considerabile pentru potențialii concurenți. Astfel, printre principalele categorii de bariere acesta evidențiază următoarele [184, p.39]:

1. avantaje absolute de costuri (date de brevete, acces facilitat la finanțare etc.) deținute de entitățile economice deja existente pe piață,

2. economiile de scară și posibilitatea de alocare mai eficientă a resurselor (în comparație cu noii veniți),

3. diferențierea produselor, ca rezultat al investițiilor anterioare, reputația firmei, poziția pe piață,

4. limitările verticale, cum ar fi dreptul exclusiv de aprovizionare, menținerea prețurilor de revânzare.

Abordarea lui J.S. Bain, referitoare puterea de piață a entităților mari și posibilitatea acestora de a influența piața unilateral, dăunând celorlalți concurenți și echilibrului economic, evidențiază necesitate intervenției statului atunci când crește nivelul de concentrare a pieței.

Viziunea școlii de la Harvard asupra concurenței pornea de la cercetarea concurenței prin prisma structurii pieței și nu prin conduita acesteia. Reprezentanții acestei școli considerau că puterea de piață semnificativă poate afecta structura pieței, și o considerau, practic, ilegală [184, p. 42]. Astfel, aceștia au elaborat modelul de funcționare a pieței S – C – P (Structură – Comportament – Productivitate) conform căreia eficiența activității concurenților pe o piață este determinată de comportamentul lor, iar comportamentul – de structura pieței. Acest model, cu ulterioarele modificări de rigoare, a stat la bază dezvoltării politicilor concurențiale.

Teoria *concurenței eficiente* sau *practicabilă* a lui J.B.Clarke, un alt reprezentant al școlii de la Harvard, vine să înlocuiască teoria neoclasică, accentuând importanța abordării dinamice a concurenței [2, p. 240]. Aici, concurența este abordată ca o un *proces de evaluare, pe o anumită perioadă de timp, a acțiunilor companiilor inovatoare și contra-acțiunile (reacțiile) celorlalți concurenți* [184, p. 36]. Acest proces poate fi continuu în condițiile asigurării libertății de acțiune, adică în absența intervenției directe a statului în limitarea acțiunilor proactive ale companiilor lider și acțiunilor reactive ale celorlalți concurenți și consumatori.

Luând în considerare faptul că modelul actual de concurență este unul imperfect, iar echilibrul poate fi realizat prin intervenția statului în activitatea economică, Clarke, totuși, susține că intervenția statului nu trebuie să se orienteze spre eliminarea tuturor imperfecțiunilor [111, p.24]. Spre exemplu, o poziție dominantă, temporară nu poate denatura concurența dacă intrarea pe piața dată nu este împiedicată de anumite limitări ale statului sau de anumite acțiuni ale concurenților de pe piață. Eficiența concurenței în diferite industrii poate fi caracterizată de diverși parametri, de exemplu, există industrii unde o poziție dominantă nu poate fi un factor de risc pentru o concurență eficientă.

Școala de la Chicago s-a dezvoltat în contradicție cu școala de la Harvard, susținând că pentru a valida teoria concurenței eficiente este necesară corelarea eficienței cu concentrarea pieței. Aceștia considerau că capacitatea pieței de a se autoregla și de a se concentra, invocând că intervenția statului ar trebui să fie minimală, doar pentru menținerea echilibrului economic eficient al pieței [178]. Se considera că statul nu ar trebui să intervină doar pentru menținerea structurii pieței, ci ar trebui să se orienteze mai mult spre evaluarea rezultatelor sau efectelor

pozitive sau negative ale anumitor comportamente pe piață, susținând rezultatele pozitive ale anumitor comportamente și nu menținerea unor mecanisme de piață capabile să aducă eficiență maximă consumatorilor. Trebuie menționat faptul că în viziunea adepților acestei școli, scopul de bază al intervenției statului trebuie să fie protecția consumatorului prin asigurarea unui mecanism concurențial eficient.

Această idee a fost aplicată în economia SUA, iar influența sa actuală poate fi urmărită în întreaga lume, în special în politica concurențială a Uniunii Europene. Reprezentanții acestei școli sunt G.Stigler şi Y.Brozen, iar mai târziu: Bork, Porter și Posner [184, p.39].

În opinia lui Bork, una dintre caracteristicile principale ale concurenței este tendința de a elimina ceilalți concurenți de pe piață, iar maximizarea eficienței forțând entitățile, care au o productivitate neeficientă, să părăsească piața. O funcționare optimală a concurenței nu poate fi atinsă prin asigurarea unui număr mare de concurenți pe piață, ci, mai degrabă, prin alocarea eficientă a resurselor limitate. În același timp, bunăstarea consumatorilor nu poate fi asigurată de procesele de judecată și hotărârile statului [182, p.40].

Ideea de limitare a implicării statului în restabilirea structurii pieței se bazează pe faptul că, spre deosebire de neoclasici, școala de la Chicago analizează piața prin prisma proceselor dinamice, unde punctul de echilibru este în continuă mișcare și doar concurența poate aduce economia mai aproape de punctul de echilibru. Reprezentanții acestei doctrine infirmă faptul că ar exista o dependență demonstrată între structura, rezultatele și comportamentul pieței. Cât despre atitudinea acestora cu privire la barierele de intrare, pe care școala de la Harvard le invocă inadmisibile pentru o concurență eficientă, reprezentanții școlii Chicago au o atitudine mai liberă, considerând că trebuie eliminate doar barierele care sunt rezultatul intervenției statului, dar nu acele bariere date de eficiența concurenților existenți pe piață [178]. Se considera că statul trebuie să intervină doar în limitarea barierelor create artificial.

Atitudinea intolerantă față de monopoluri nu vine de la faptul că acesta duce la majorarea prețurilor, ci este văzută ca un factor ce împiedică realizarea eficienței de alocare a resurselor. Însă, în viziunea școlii de la Chicago, și pieţele monopoliste au capacitatea de a se autoregla, firmele din exteriorul pieței sunt atrase de profiturile ridicate ale monopolului și se vor orienta spre piața dată, este suficient să nu existe bariere, create artificial, pentru împiedicarea intrării pe piață. Modelului dat de piață i-a fost atribuit termenul de ***piață contestabilă***, caracterizat de absența barierelor artificiale la intrarea pe o piață monopolistă (condiția lui Stigler) și de posibilitatea concurenților potențiali de a evita costurile nerecuperabile la intrarea și ieșirea de pe piață [122, p.339].

Datorită doctrinelor școlii de la Chicago, nu doar s-a demonstrat că monopolurile nu împiedică concurenței eficiente, ci, din contra, profiturile de monopol sunt atractive pentru potențialii concurenți, pe lângă acestea s-a atenuat și imaginea negativă pe care o aveau restricțiile verticale, demonstrându-se că ele pot majora eficiența economică și bunăstarea consumatorilor.

Deși au existat numeroase studii referitoare la concurență, școlile de gândire economică fie suplineau acest concept, fie se contraziceau pe marginea anumitor aspecte, realizând o bază fundamentală de cunoștințe referitoare la esența, funcțiile, mecanismele de acțiune și efectele concurenței asupra diferitor subiecți pe piață, totuși nu s-a ajuns la o definire unică a concurenței. Contradicțiile și existența definițiilor multiple sunt datorate abordării acestui fenomen, din diverse perspective, de-a lungul timpului.

Sintetizând diversele aspecte care au fost analizate, evidențiem următoarele elemente definitorii ale concurenței:

- *Mecanismul de reglare a echilibrului pe piață;*
- *Forma de manifestare a libertății de acțiune;*
- *Confruntarea/ rivalitatea/ lupta între concurenți pentru un anumit scop;*
- *Mecanismul de selecție și promotor al inovațiilor și progresului tehnologic;*
- *Mecanismul de eficientizare a alocării resurselor;*
- *Factorul de asigurare a bunăstării consumatorilor și a economiei per general etc.*

Pornind de la faptul că acest termen nu este nou, este evident că există numeroase abordări și definiții ale acestui concept. Concurența poate fi analizată atât prin prisma efectelor benefice, a avantajelor și oportunităților pe care le poate oferi entităților economice și consumatorilor, cât și ca un proces de interacțiune între actorii pieței, un mecanism de reglare, o formă de libertate economică etc.

În ultimele decenii, am atestat intensificarea abordării acestui fenomen în toate domeniile economico-sociale, extinzându-se atât la nivel național, cât și la nivel mondial, concurența fiind considerată unul dintre elementele principale ale economiei de piață.

Michael Porter definește concurența ca fiind una dintre „*cele mai puternice forțe ale societății*" [148, p.89] care influențează pozitiv rezultatele oricărei activități. Altfel fiind caracterizată de Schumpeter: ca „motorul distrugerii creative", care evidențiază importanța unei concurențe eficiente pentru stimularea inovațiilor și a progresului tehnologic, care, la rândul lor, rezultă într-o luptă concurențială eficientă și, prin urmare, asigură bunăstarea consumatorilor.

O altă definiție a concurenței susține că aceasta este *o rivalitate în care fiecare vânzător încearcă să obțină ceea ce caută și alți vânzători, în același timp – profit și cotă de piață – prin oferirea celei mai bune combinații de preț, calitate și deservire* [23, p. 37]. Pe piețele cu un grad ridicat de transparență, adică informațiile pe piață circulă în mod liber, concurența are un rol stabilizator, echilibrând cererea și oferta.

Confruntarea directă este caracteristica primară a concurenței. Rivalitatea are la baza sa ideea de lupta pentru maximizarea profitului sau obținerea altor avantaje de ordin economic și financiar, fiind apreciată drept *ce mai eficientă metodă de satisfacere a intereselor tuturor actorilor* de pe o piață. În urma acestei confruntări, în condițiile corespunzătoare, se presupune că vor fi satisfăcute interesele atât a concurenților, cât și a consumatorilor. Însă, menționăm că la capitolul satisfacerii intereselor tuturor există un aspect pe care trebuie elucidat, și anume faptul că jocul concurențial este un *joc cu suma zero*, fapt ce *nu permite satisfacerea intereselor tuturor concurenților simultan*, din moment ce aceștia luptă pentru același scop. Trebuie să precizăm că, din această perspectivă, ***concurența este calea cea mai bună de realizare a intereselor entităților economice eficiente și de satisfacere optimă a nevoilor consumatorilor***. Eficiența se referă nu doar la costurile reduse dar și la sporirea calității produselor și a prestării serviciilor prin implementarea noilor tehnologii și a inovării.

Definiția dată de OCDE, la fel, accentuează asupra caracterului de rivalitate a concurenței, prezentând concurența ca „*o situație de piață, în care firma sau vânzătorii, independent, luptă pentru loialitatea clienților pentru a-și atinge scopul de afaceri, cum ar fi: profitul, volumul vânzărilor și cota de piață*" [94].

Deși constatăm că nu există o definiție comună asupra concurenței, este, totuși, unanim recunoscut faptul că *concurența se exprimă prin libertatea de acțiune a tuturor actorilor pe piață, pe de o parte, reprezentată de libertatea de a alege a consumatorilor și, pe de altă parte, libertatea de acțiune a entităților economice.* O concurență eficientă pe piață trebui să ofere cumpărătorilor posibilitatea de a alege alternativa cea mai convenientă pentru satisfacerea necesităților sale, adică din perspectiva abordării prin *prisma libertății de a alege* putem defini concurența eficientă: *existența mai multor ofertanți care se confruntă pe aceeași piață pentru a satisface în modul cel mai eficient necesitățile consumatorului*.

În mod ideal, în condițiile concurenței perfecte, putem spune că aceasta reprezintă nu doar o confruntare, dar și o cooperare între actorii pieței, în special între entitățile economice, în vederea optimizării procesului de producție, prin alocarea eficientă a resurselor în scopul satisfacerii nevoilor consumatorului și obținerii avantajelor personale.

Însă, având în vedere mecanismul de acțiune a concurenței asupra echilibrului pe piață și că, de fapt, concurența perfectă și pură este doar un model teoretic, necaracteristic contextului economic actual, concurența reprezintă *o competiție, o luptă pentru apărarea, preponderent, a interesului propriu, prin comportamente care pot aduce atât efecte pro-concurențiale, cât și anticoncurențiale*. Prin urmare, definim *concurența drept o manifestare a competiției sau a rivalității între cel puțin doi indivizi sau entități (grupuri de entități sau grupuri sociale) care se află în același mediu (pe aceeași piață) pentru un scop economico-financiar care nu poate fi divizat între aceştia, fiind în același timp un promotor al eficienței de alocare, al inovațiilor și al progresului tehnologic* [143, p. 239], dacă această luptă se bazează pe o competiție eficientă, loială și nu implică comportamente anticoncurențiale.

Abordarea concurenței din perspectivă legală este strâns legată cu abordarea economică, de aceea nici în legislație nu vom găsi o definiție unică. Definiția concurenței, prezentată de Legea cu privire la protecția concurenței a Republicii Moldova, nr.183 din 11.07.2012, susține că aceasta reprezintă „*rivalitatea economică, existentă sau potenţială, între două sau mai multe entități independente pe o piaţă relevantă, când acţiunile lor limitează efectiv posibilităţile fiecăreia dintre ele de a influența unilateral condițiile generale de circulație a produselor de pe piața respectivă, stimulează progresul tehnico-ştiinţific şi creşterea bunăstării consumatorilor*" [114]. Această definiție este privită prin prisma intervenției statului în menținerea concurenței eficiente prin prevenirea, stoparea sau contracararea acțiunilor care denaturează sau limitează concurența.

Uneori în această luptă „concurențială" este subminată libertatea consumatorului și diminuată intensitatea efectelor pozitive asupra dezvoltării economice, printr-un șir de acțiuni, care, pe termen lung, pot avea consecințe negative asupra echilibrului pieței și asupra stabilității economice a statului.

Dacă analizăm efectele concurenței, constatăm că aceasta poate avea atât efecte pozitive, stabilizatoare, care stimulează dezvoltarea economică, cât și efecte destabilizatoare, cauzate de acțiunile întreprinse de anumiți actori ai pieței (entități economice), care se află în rivalitate pentru atingerea unui anumit scop.

Asigurarea unui mediu concurențial eficient şi funcţionarea corectă a pieţelor sunt două subiecte ce au stat la baza multor studii efectuate în domeniu și, luând în considerare amploarea acestui fenomen, opiniile economiștilor s-au adeverit a fi extrem de diferite.

Deși neoclasicii considerau că orice intervenție a statului în reglementarea concurenței are efecte negative asupra echilibrului pe piață, totuși, au existat mai mulți susținători ai intervenției statului în corectarea anumitor devieri și abateri pe piață. La momentul actual,

rezultat al bazei fundamentale de cunoştinţe în acest domeniu se optează pentru intervenţia statului din perspectiva efectelor pe care le au anumite comportamente anticoncurenţiale. Pentru a deschide o paranteză, menţionăm că linia de demarcaţie între comportamentele concurenţiale şi cele anticoncurenţiale este destul de fină, deoarece chiar şi unele comportamente permise de legislaţie în anumite circumstanţe pot avea efecte negative asupra structurii şi eficienţei pieţei, pe când pot exista comportamente pe care legislaţia le categoriseşte – anticoncurenţiale, însă efectele acestora nu afectează negativ mediul concurenţial.

Analiza abaterilor sau a comportamentelor de afaceri nu poate fi considerată o analiză sistemică care are un tipar prestabilit de acţiuni, de fiecare dată fiind antrenată o analiză complexă a tuturor circumstanţelor şi a efectelor rezultate. Desigur, există o anumită procedură legală de efectuare a anchetelor, însă, piaţa fiind un mecanism dinamic, deseori procedura de analiză este perturbată de elemente, proceduri şi circumstanţe noi.

Mecanismul concurenţial este evaluat prin prisma intensităţii concurenţei actuale şi a celei potenţiale, analiza bazată pe structura pieţei fiind combinată cu evaluarea posibilităţilor de intrarea şi/sau ieşirea concurenţilor de pe piaţă. În acest context, constatăm că, totuşi, absenţă concurenţei sau existenţa monopolului pe o piaţă nu este incompatibilă cu contestabilitatea pieţelor. Pentru a demonstra acest fapt, este suficientă determinarea posibilităţii de exercitare a concurenţei, adică posibilitatea de intrare pe piaţă a noilor concurenţi care ar putea influenţa comportamentul monopolistului sau entităţile dominante.

Odată cu dezvoltarea pieţei, a evoluat şi complexitatea concurenţei, raportată întotdeauna la tipologia politicilor aplicate în acest domeniu, manifestându-se în mod natural pe piaţă sau, dimpotrivă, fiind limitată sau denaturată de către anumiţi actori sau factori ai pieţei. Mediul concurenţial actual este marcat de dezvoltarea dinamică a pieţelor naţionale şi accesul pe pieţele internaţionale, de complexitatea şi diversitatea activităţilor economice şi de evoluţia relaţiilor economice internaţionale.

Înainte de a analiza detaliat efectele concurenţei asupra activităţii economice şi financiare a entităţilor economice, este important să se înţeleagă funcţiile concurenţei, tipologia şi efectele acesteia asupra mediului economic, dar şi mecanismele de acţiune a concurenţei asupra echilibrului pieţei asupra eficienţei şi profitabilităţii entităţilor economice şi asupra economiei per ansamblu.

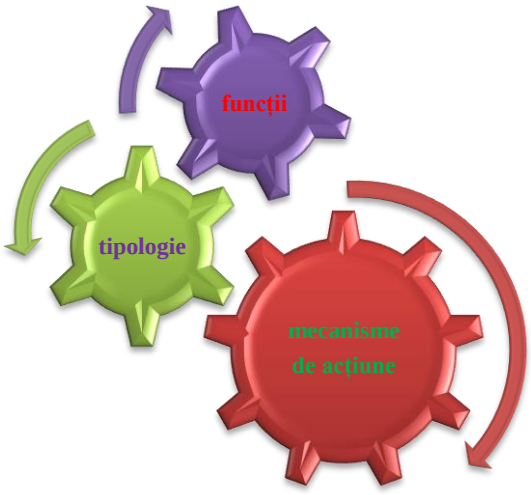


Fig. 1.1. Structura funcțională a concurenței

Sursa: Elaborată de autor.

Funcțiile, tipologia și mecanismele de acțiune s-au modificat de-a lungul anilor în dependență de nevoile consumatorilor, dinamica piețelor, tendințele economiei mondiale etc. Unul dintre factorii determinanți ai economiei contemporane, care a generat schimbări la nivelul mecanismului concurențial, este globalizarea caracterizată de integrarea economică regională și liberalizarea comerțului.

Pilonul principal al economiei de piață este asigurarea libertății concurenței, suplimentată de implicarea statului în corectarea anumitor dezechilibre [182, p.31].

Despre importanța concurenței au existat numeroase viziuni, însă majoritatea teoriilor susțin că concurența trebuie să fie protejată fie de intervenția neîntemeiată sau excesivă a statului, fie de limitarea sau denaturarea concurenței de către actorii pieţei (aici ne referim la entitățile economice).

Funcțiile concurenței

Creșterea complexității piețelor și a numărului ofertanților, raportate la intensitatea crescândă a concurenței și diversificării ofertei, au determinat dezvoltarea funcțiilor concurenței, evidenţiind caracterul prezent al concurenței în toate sferele vieții economice și sociale.

Reieșind din abordările economice ale definiției concurenței, evidențiem următoarele funcții tradiționale:

1. ***Echilibrarea autonomă a cererii şi ofertei.*** Lupta concurențială va determina concurenții să-și intensifice eforturile pentru a-și menține poziția pe piață sau pentru a crește volumul vânzărilor. În condițiile unei concurențe eficiente, cele mai eficiente metode de realizare a

obiectivelor sunt creșterea calității, diversificarea și adaptarea acestora la cerințele consumatorului. Prin urmare, o concurență eficientă va fi în stare să asigure satisfacerea cererii de pe piață, cererea și oferta fiind dependente de procesele concurențiale.



Fig.1.2. Funcțiile clasice ale concurenței

Sursa: Elaborată de autor.

2. Mecanismul concurențial ***asigură stabilirea prețurilor la niveluri reale,*** favorizând raţionalizarea costurilor ca mijloc de creştere a profiturilor, altfel, confirmând că ***concurenţa contribuie la reducerea prețurilor de vânzare paralel cu diminuarea costurilor şi chiar diferenţierea şi diversificarea ofertei***, prin intermediul presiunii pe care o exercită asupra producătorilor.
3. ***Stimulează dezvoltarea*** prin antrenarea noilor procese tehnologice și utilaje în procesul de producere, sporind calitatea și eficiența produselor/serviciilor oferite. Datorită acestei funcții sunt avantajați producătorii, clienții și consumatorii finali.
4. ***Împiedică realizarea profitului de monopol (supraprofitului), asigurând o alocare rațională a resurselor*** și o repartizare a profiturilor proporțional cu contribuția eficientă a entităților economice în procesul de producție şi distribuție a mărfurilor.
5. ***Alocarea eficientă a resurselor*** – datorită mecanismului concurențial ofertele sunt formulate în raport cu necesitățile concurenților, în acest context, *presiunea concurențială stimulează alocarea eficientă a resurselor de producere pentru atingerea unui nivel mai înalt de competitivitate*. Alocarea eficientă a resurselor permite realizarea produselor calitative și oferirea acestora la prețuri competitive, producătorul având posibilitatea de a oferi pe piață cea mai competitivă alternativă [111, p.29].

6. ***Distribuția echitabilă a venitului*** – concurența contribuie la repartizarea veniturilor proporțional cu productivitatea, prin urmare cel mai eficient concurent va obține cel mai mare venit.

Dezvoltarea relațiilor de piață, creșterea volumului de producție, intensificarea schimburilor comerciale internaționale, generate de tendința mondială de liberalizare a comerțului, au dezvoltat câteva funcții noi concurenței (figura 1.3):

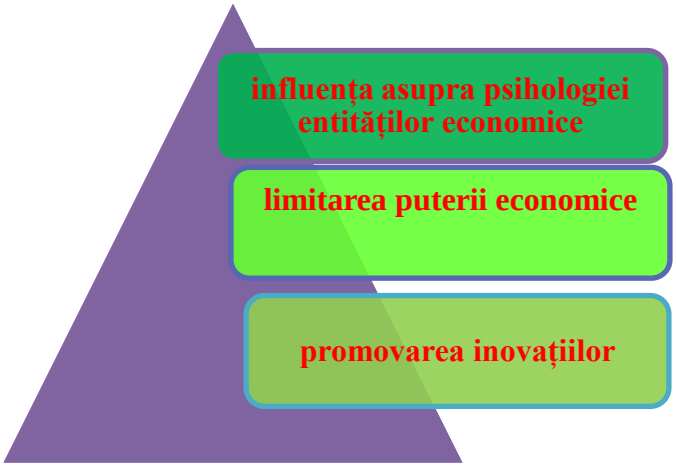


Fig.1.3. Funcțiile concurenței în economia modernă

Sursa: Elaborată de autor.

1. ***Promovarea inovațiilor*** [178] – deși stimularea progresului și a dezvoltării reprezintă una dintre funcțiile principale ale concurenței, stimularea inovațiilor este mai accentuată în contextul economic actual, această funcție fiind considerată nouă. Concurența stimulează dezvoltarea produselor noi sau îmbunătățite, urmărind ca raportul calitate/preț să fie respectat. Inovația, după cum a fost menționat anterior, nu are loc doar la nivelul de producere, ci și la cel al gestionării tuturor proceselor din lanțul valoric. Inovația permite entităților economice să-și mențină cota de piață sau să o extindă, să pătrundă pe piețe noi, să-și eficientizeze procesul de producere, să diversifice oferta și, desigur, să-și majoreze veniturile.

2. ***Limitarea puterii economice*** [184, p. 43]. În economia de piață, concurența are o formă liberă de manifestare, aceasta se exprimă prin libertatea de acțiune atât a consumatorului, cât și a entităților economice. Atunci când o entitate economică deține o putere semnificativă de piață sau chiar deține monopolul, indiferent de sectorul în care se află, aceasta poate influența unilateral condițiile pieței și nu doar în preț, volum, ci și în calitate. Asemenea situații sunt mai puțin caracteristice unui mediu concurențial eficient, în care, printr-o simbioză dintre mecanismul spontan al concurenței și dirijarea moderată a statului, se ajunge la un echilibru de forțe economice, ce promovează libertatea de acțiune a tuturor actorilor pe piață.

3. ***Modelarea psihologiei agenților economici și a consumatorilor*** stimulându-le creativitatea, făcând ca ei să se preocupe în permanenţă de eficienţa alocării resurselor şi diversificarea sau adaptarea ofertei la cerințele pieței pentru a-și maximizai profitul şi a satisface eficient nevoile pieței. Această funcție este determinată de faptul că esența relațiilor între producător şi cumpărător s-a modificat în timp, adăugând o dimensiune nouă deciziilor de cumpărare, pe lângă raportul optim de calitate și preț consumatorul mai caută și o diferențiere, o unicitate a produselor care poate fi realizată doar prin inovare. Totodată, strategiile de rivalitate își schimbă vectorul de la concurența bazată pe preț, pe concurența bazată pe diferențiere. Astfel, se observă modificarea psihologiei entităților economice care tind să ofere pe piață produse inovative și utilizează abundent diverse tactici de promovare pentru a influența piaţa.

Formele concurenței și mecanismele de acțiune

Complexitatea și caracterul multidimensional al concurenței, cât și formele ei sunt influențate de anumiţi factori, cei mai importanți fiind reprezentați în figura 1.4. Forma concurenței este dictată de structura pieței, care depinde, nemijlocit, de combinația factorilor expuși mai jos.

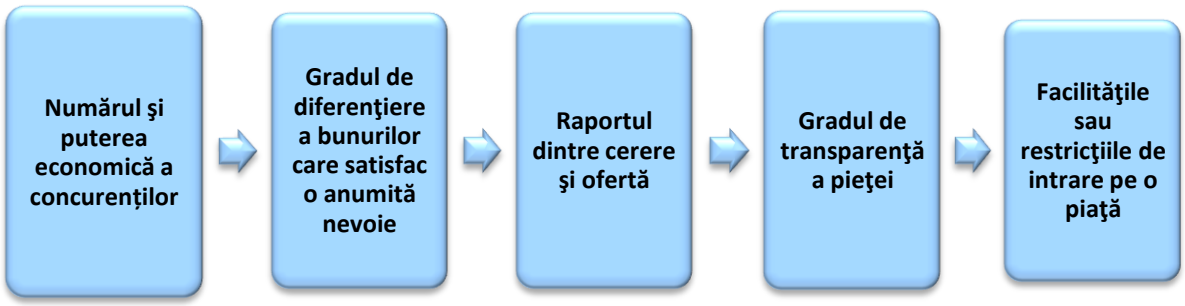


Fig.1.4. Factorii majori de influență asupra caracterului concurenței

Sursa: Elaborată de autor.

Prin urmare, menţionăm că structura de piață este dictată de raportul de forțe între actorii pieței (numărul actorilor și puterea lor pe piață), capabili să influențeze echilibrul pe piață, care oscilează în dependență de existența sau lipsa anumitor factori, cum ar fi: gradul de dezvoltare a economiei, diversitatea produselor, gradul de inovare, barierele la intrare și ieșire de pe piață.

Există numeroase criterii de clasificare a formelor concurențiale, care reflectă caracterul complex al acestui fenomen [36, p.173]. Pentru a reda o viziune mai clară asupra funcționării concurenței, a fost efectuată o analiză a principalelor forme de concurență în funcție de mecanismul concurențial. Cele două categorii de concurență sunt: *concurența pură/perfectă* și *concurența imperfectă*. Concurența imperfectă este descrisă de o diversitate de forme, caracterizate de combinațiile diverse între numărul și puterea economică a concurenților, gradul de diversificare a ofertei, gradul de transparență a pieței și nivelul barierelor de intrare pe piață.

Concurența perfectă reprezintă modelul ideal al structurii pieței, caracterizat de un număr mare de concurenți, care oferă bunuri omogene cu o putere similară de piață, orientați spre satisfacerea nevoilor unui număr mare de consumatori, fiind lipsiți de posibilitatea de a influența condițiile pieței [111, p. 33], [75, p. 124], [104, p. 185]. În condițiile concurenței perfecte, echilibrul pieței este realizat în mod firesc, prețurile formându-se liber ca rezultat al echilibrului cererii și ofertei. În opinia unor autori, concurența perfectă reprezintă un mecanism necesar pentru realizarea echilibrului economic și alocarea eficientă a resurselor [111, p.36].

Conceptul concurenței pure şi perfecte a fost subiectul numeroaselor contradicții de-a lungul anilor, fiind modelul teoretic care a stat la baza numeroaselor studii, însă caracterul său utopic nu permitea modelarea situațiilor pe o piață reală. Concurența perfectă este un model static, în care toți concurenții sunt egali și nu pot influența piața în favoarea sa, adică nu pot obține superioritate asupra celorlalți. Ca rezultat al acestei situații, nu există o competiție care ar mobiliza concurenții, fiind caracterizată de o diminuare a concurenței sau chiar de stopare a procesului concurențial [122, p. 335]. O piață cu o asemenea structură trebuia să întrunească următoarele condiții [2, p.216], [184, p. 22]:

1. ***Atomicitatea pieței*** – existența unui număr mare de ofertanți, dar nici unul dintre aceştia nu are posibilitate de a influența unilateral condițiile pieței (în special prețul, în acest caz);
2. ***Transparența pieței*** – atât consumatorii, cât și ofertanții dispun de informații exacte despre piață, adică se cunosc cu exactitate toate detaliile despre calitatea, natura și prețul produsului;
3. ***Omogenitatea produsului*** – toate bunurile sunt echivalente și nu există diferențe vizibile și promovare.
4. ***Lipsa barierelor la intrarea pe piață*** – intrarea noilor concurenți pe piață este liberă, fără bariere instituționale sau juridice și fără costuri nerecuperabile.

5. ***Mobilitatea perfectă a factorilor de producere*** – factorii de producere se vor deplasa către concurenții cu cele mai eficiente capacități de utilizare.

Modelul concurenței pure şi perfecte este unul teoretic, nespecific mediului economic actual, deoarece este, practic, imposibilă realizarea simultană a condițiilor enumerate.

Cea mai importantă caracteristică a concurenței perfecte o constituie faptul că actorii pieței nu stabilesc prețul, ci, mai degrabă, îl acceptă. Cota mică de piață pe care o deține fiecare concurent și concurența acerbă nu le permite stabilirea independentă a prețurilor. În condițiile transparenței perfecte, odată ce un concurent va majora prețul, își va pierde clienții, iar dacă cineva va decide să diminueze prețurile, în scurt timp toți concurenții vor reacționa, prin urmare acesta nu va obține nici un avantaj. Așadar, s-a constatat că după o anumită perioadă de timp prețul se va stabili la cel mai scăzut nivel posibil și nici un concurent nu poate depăși acest nivel și nici nu poate oferi un nivel prea scăzut, riscând să înregistreze pierderi. Profitul câștigat trebuie, cel puțin, să permită firmei să-și acopere cheltuielile, pe de altă parte odată ce un concurent este eliminat de pe piață – oferta se va diminua, fapt ce va provoca majorarea prețurilor și a profiturilor, însă majorarea profiturilor va provoca un nou val de intrări pe piață, restabilind nivelul prețurilor la nivelul anterior sau poate chiar la un nivel mai scăzut.

O idee referitoare la existența modelului concurenței perfecte în lumea reală a fost expusă de Edward Yardeni economist la Deutsche Bank, care consideră că datorită internetului întrunește 3 dintre cele 5 condiții esențiale ale unui model de concurență perfectă: transparența informațională, lipsa barierelor la intrare, iar firmele neprofitabile nu beneficiază de protecție [89, p.104]. Consumatorul și ceilalți concurenți au acces liber la informațiile despre produse și oferte și pot reacționa în mod corespunzător la modificarea prețului, calității, deservirii, creând un mediu similar concurenței perfecte, însă urmează a lua în consideraţie pozițiile de piață a diferitor concurenți, dotarea cu resurse și capacitatea lor de a influenta decizia de cumpărare prin diversificare și promovare.

O altă formă a concurenței, specifică conjuncturii economice actuale, este ***concurența imperfectă,*** care este caracterizată de diverse forme de manifestare în dependență de combinațiile dintre factorii majori care influențează caracterul concurenței (fig. 1.4).

Concurenţa imperfectă este diametral opusă concurenței perfecte, aceasta nu întrunește nici una dintre condițiile concurenței pure și perfecte. Aceasta este ancorată la situațiile și modelele reale de comportament. Piețele descrise de o concurență imperfectă sunt caracterizate de [127, p. 34]:

- Lipsa atomicității ofertei/cererii;

- Diferențierea produselor (nu este caracteristic tuturor modelelor de concurență imperfectă, nu este cazul monopolurilor);
- Posibilitatea de a influența unilateral condițiile pieței;
- Posibilitatea de a controla și influența prețurile;
- Existența barierelor la intrare.

Pornind de la faptul că modelul dat de piață nu este caracterizat de atomicitate, este evident că și celelalte condiții sunt greu de realizat. Diversitatea structurală a concurenților pe piață și cererea fragmentată din partea consumatorilor alimentează intensificarea concurenței și aplicarea diferitor practici de afaceri pentru a atinge superioritate față de concurenți pentru realizarea obiectivelor economice și financiare. Armele utilizate în lupta concurențială pot fi atât de natură loială (adică în limitele legale și ale bunului simț), cât și neloială (ilegale – orientate spre denaturarea concurenței). Diferențierea produselor este o metodă de a putea aplica un preț mai ridicat decât cel al concurenților [111, p. 39], însă, în același timp, diferențierea crește gradul de concurență între actorii pieței, aceștia fiind într-o continuă mișcare pentru dezvoltarea produselor noi. Aplicarea prețurilor ridicate și influențarea unilaterală a condițiilor pieței poate fi specifice și situațiilor de monopol, caracterizate de un singur ofertant, care deseori are tentația de realizare a supraprofiturilor prin stabilirea prețurilor exagerate.

Printre metodele mai puțin legale putem menționa instituirea artificială a barierelor la intrarea pe piață, crearea acordurilor între ofertanții produselor indigene și nu doar, aplicarea practicilor anticoncurențiale de exploatare a pieței sau de eliminare a concurenților, aplicarea limitărilor verticale etc.

Formele variate ale concurenței imperfecte se situează între cele două forme de manifestare a concurenței: concurența perfectă și concurența imperfectă. Limita unilaterală a concurenței imperfecte o reprezintă monopolul. În tabelul 1.1. sunt prezentate particularitățile diverselor tipuri de concurență prin prisma caracteristicilor pieței.

O formă extremă a concurenței imperfecte este **monopolul** acesta fiind modelul diametral opus al concurenței perfecte. În cazul monopolului, o singură entitate economică oferă consumatorului un produs (unic/omogen) care nu are substituenți. Din perspectiva politicii concurențiale, o firmă cu poziție dominantă poate demonstra un comportament unilateral, adică acționând de parcă ar fi unicul ofertant. În conjunctura economică actuală, monopolul pur se întâlnește foarte rar. Mai des se întâlnește *monopolul natural* și *monopolul de stat*.

Tabelul 1.1. Caracteristicile pieței pentru diverse tipuri de concurență

Tipuri de concurență	Caracteristicile pieței						
	Oferta	**Cererea**	**Atomicitatea**		**Diversificarea produselor**	**Stabilirea prețurilor**	**Satisfacția cumpărătorilor**
			Ofertei	**Cererii**			
Perfectă	Mare	Mare	Există	Există	Produse identice	Inexistentă	Există
Monopolistă	Mare	Mare	Există	Există	Există	Limitată	Există
Monopol	O entitate	Mare	Nu există	Există	Nu există	de către ofertant	Nu există
Monopson	Multe entități	Un cumpărător	Există	Nu există	Un singur produs	De către cumpărător	Există
Oligopson	Multe întreprinderi	Câțiva cumpărători	Există	Nu există	Există	De fiecare cumpărător	Există
Monopol bilateral	O entitate	Un cumpărător	Nu există	Nu există	Nu există	Prin negociere	Nu există

Sursa: Elaborat de autor în baza [184].

Monopolul natural este caracterizat de capacitatea unei firme de a produce/oferi în modul cel mai eficient un anumit produs, în același timp, cu o rentabilitate mai mare.

Monopolistul are posibilitatea de a stabili prețul la un nivel relativ ridicat, de a diminua cantitatea produsă și calitatea, bunăstarea consumatorilor fiind redusă. Pe termen lung, situația de monopol poate afecta grav bunăstarea consumatorilor și dezvoltarea sectorului vizat.

Crearea monopolurilor sau a pozițiilor dominante cu comportament de monopol, deseori, se datorează instituirii anumitor bariere la intrarea pe piață a potențialilor concurenți. Printre cele mai vizibile impedimente în calea concurenței eficiente ar putea fi: economiile de scară, eficiența de alocare a resurselor, accesul scăzut la informații, existența drepturilor de proprietate intelectuală, accesul limitat la finanțare etc.

Cel mai des se întâlnesc monopolurile temporare, care au avantajul de a oferi un produs unic, datorită activității de inovare, obținând un avantaj competitiv temporar care se va epuiza odată ce concurenții vor produce substituenți sau produse similare.

Spre deosebire de monopol, **Concurența monopolistă** este întâlnită în economia reală. Concurența monopolistă pare un termen contradictoriu, însă aceasta este o combinație a elementelor monopolului cu unele elemente ale concurenței perfecte. Cu alte cuvinte, pe piață există mai mulți ofertanți, însă fiecare deține poziția de monopol creată în baza unei diferențieri a produsului [111, p.40]. Elementul principal al acestei piețe îl constituie diversificarea și diferențierea prețurilor ce împiedică pierderea cumpărătorilor. O caracteristică esențială a concurenței monopoliste o reprezintă caracterul nestabil al poziției de piață. Aceasta poate apărea odată cu manifestarea dorinței de a realiza profituri mai mari, copiind sau/și

lansând produse mai performante, fapt care duce la diminuarea semnificativă a cotelor de piaţă şi, respectiv, a profiturilor.

În cazul **Oligopolului,** poziția dominantă pe piață este deținută de mai mulți concurenți, aflați într-o relație de interdependență din punct de vedere al strategiilor de producere. O astfel de structură poate limita foarte ușor concurența, pe de o parte, și poate stimula o concurență dinamică, pe de altă parte [178]. Deciziile referitoare la comportamentele pe piață se iau prin prisma anticipării reacției consumatorului și a concurenților la acțiunile ce urmează a fi întreprinse. Riscul legat de existența unui oligopol este că entitățile care oferă bunuri similare sau diferențiate ar putea crea înțelegeri referitoare la nivelul prețurilor, limitării producerii, instituirii anumitor bariere la intrarea pe piață, fapt ce ar afecta considerabil eficiența mecanismului concurențial și bunăstarea consumatorilor.

Literatura de specialitate evidențiază existența a 3 tipuri de oligopol, în dependență de strategiile pe care le aplică concurenții [111, p. 43], [184, p.27]:

- *Oligopol Cournout*– participanții oligopolului (independent) își stabilesc un nivel de producție, convenient pentru intrarea pe piață, reieșind din considerentul că ceilalți participanți își vor menține volumul de producție;
- *Oligopol Bertrand* – participanții oligopolului (independent) își stabilesc un nivel de preț, prezumând că ceilalți participanți își vor menține nivelul de prețuri actual;
- *Oligopol Stackelberg* – participanții pieței își stabilesc strategia în dependență de acțiunile liderului pieței.

În realitate nu putem stabili cu certitudine diferențele subtile între oligopol și concurența monopolistică, deoarece linia de demarcație între aceste două structuri este foarte fină.

Dacă ne referim la legitimitatea acțiunilor pe care concurenții de pe o piață le utilizează în lupta concurențială distingem 2 tipuri de concurență:

1. **Concurenţa neloială** (ilicită) este caracterizată de aplicarea practicilor nelegale în procesul confruntării concurențiale pentru realizarea intereselor proprii.
2. **Concurența loială** (licită) se caracterizează prin aplicarea instrumentelor și practicilor licite, în raport cu concurenții de pe piața relevantă.

Referindu-ne la legalitatea practicilor aplicate de actorii pieței în lupta concurențială, putem menționa că este de competența autorităților de resort stabilirea limitelor între aceste două extreme și contracararea celor ilicite și promovarea sau stimulare concurenței loiale.

Dat fiind faptul că mediul economic actual nu este caracterizat de o concurență perfectă, în confruntarea acerbă pentru apărarea intereselor proprii, nu se mai ține cont de legalitatea și corectitudinea acțiunilor întreprinse, deviza unor actori de pe piață fiind: „scopul scuză mijloacele". În acest context, efectele benefice ale existenței și activității concurenței pe o piață pot fi amplificate de acțiunile concurențiale sau pot fi suprimate de activitățile sau practicile anticoncurențiale utilizate [171, p.260].

Practicile concurențiale reprezintă totalitatea instrumentelor și modalităților legale utilizate în lupta concurențială, care nu contravin normelor etice de funcționare a unei piețe, pe când practicile anticoncurențiale reprezintă acele acțiuni sau comportamente, care prin esența lor denaturează concurența sau chiar o pot elimina, având repercusiuni nu doar asupra echilibrului pieței, ci și asupra actorilor de pe piață.

Printre practicile anticoncurențiale putem evidenția [184, p.24]:

I. Acordurile între agenții economici și

II. Abuzul de poziție dominantă.

I. Acorduri între agenţii economici sau asociaţii ale acestora, care au ca obiect sau pot avea ca efect restrângerea, împiedicarea sau denaturarea concurenţei; folosirea în mod abuziv a unei poziţii dominante.

- ✓ ***Înţelegeri, decizii şi practici concertate***

Legislaţiile privind concurenţa interzic orice înţelegeri exprese sau tacite între entităţile economice, orice decizii de asociere sau practici concertate între aceştia, care pot avea ca efect restrângerea, împiedicarea sau denaturarea concurenţei pe o anumită piaţă. Astfel, sunt vizate în special, cele care urmăresc [114]:

- ✓ fixarea concertată, în mod direct sau indirect, a preţurilor de vânzare sau cumpărare, a tarifelor, adaosurilor, precum şi a oricăror altor condiţii comerciale inechitabile;
- ✓ împărţirea pieţelor de desfacere sau a surselor de aprovizionare, pe criteriul teritorial, al volumului de vânzări şi achiziţii sau pe alte criterii;
- ✓ limitarea sau controlul producţiei, distribuţiei, dezvoltării tehnologice sau investiţiilor;
- ✓ aplicarea unor condiţii inegale la prestaţii echivalente pentru unii parteneri comerciali, provocându-le un dezavantaj în poziţia concurenţială;
- ✓ aplicarea ofertelor trucate la licitaţii sau la orice forme de concurs de oferte;
- ✓ limitarea sau împiedicarea accesului pe piaţă sau a libertăţii concurențiale sau chiar eliminarea de pe piaţă a concurenţilor.

Practicile anticoncurențiale pot fi clasificate conform următoarelor criterii:

- ***Din perspectiva structurii juridice:***

- ✓ *Acorduri structurate juridic* – acorduri exprese sau tacite încheiate între entitățile economice sau asociaţii ale acestora;
- ✓ *Acorduri nestructurate juridic* – practici concertate, care constau în înțelegerea entităților economice de a adopta, spontan sau forțat, la o anumită linie de conduită a altor entități.

- ***Din perspectiva circuitului economic:***
  - ✓ *Acorduri orizontale* – acestea vizează entitățile economice aflate la acelaşi nivel (pe o piață în amonte) al proceselor economice (ex.: acorduri de cercetare-dezvoltare, de specializare, de comercializare, de mediu etc.);
  - ✓ *Acorduri verticale* – vizează entitățile economice aflate la niveluri diferite ale lanţului valoric (pe o piață în aval) (ex.: acorduri de distribuţie exclusivă, acordurile pe verticală, denumite şi restrângeri verticale;
  - ✓ *Acorduri de cumpărare exclusivă*, obligaţia cumpărătorului de a se aproviziona doar de la un singur furnizor.
- ***În dependență de procedeele aplicate:***
  - ✓ *Înţelegeri orientate spre reducerea numărului concurenţilor.* Diminuarea numărului de concurenți va permite majorarea cotelor de piață a celor existenți, fapt ce poate cauza constituirea pozițiilor dominante sau a concentrărilor economice, cu ulterioare consecințe anticoncurențiale. Printre acțiunile ce au ca scop excluderea concurenților de pe piață se numără:
    - *Restrângerea accesului* la o anumită profesiune; aceasta se poate realiza prin reglementări profesionale şi prin utilizarea unor clauze de non-concurenţă.
    - *Limitarea accesului* pe o anumită piaţă; care se poate realiza printr-o gamă diversificată de procedee.
    - *Instituirea* barierelor *la intrarea pe piaţă*, bariere de ordin instituțional.
  - ✓ *Acorduri privind divizarea pieţei* – pot fi analizate sub aspect geografic, al clientelei şi de producţiei.
    - *Delimitarea zonelor geografice* între entitățile economice dintr-o anumită industrie sau domeniu de activitate. Producţia fiecărui participant se repartizează pe regiuni sau teritorii geografice, fiecare deținând o arie exclusivă de desfacere sau o anumită cotă de livrări într-o anumită zonă.

- *Divizarea clientelei* prin acorduri conform cărora părţile se angajează ca fiecare să-şi cultive propria clientelă, fără a căuta să influenţeze clientela celorlalţi.
- *Stabilirea unor cote de producţie sau de vânzare* reprezintă divizarea pieţei, fiecărei entităţi revenindu-i o anumită cotă de piaţă.

✓ *Înţelegerile privind organizarea unui boicot faţă de anumiţi concurenţi.* Boicotul reprezintă o ameninţare, dintre cele mai grave, la adresa concurenţei, constând în refuzul, fără motive legitime, de a vinde unui client anume sau de a se aproviziona de la un anumit furnizor. Refuzul colectiv de a cumpăra, nu poate fi considerat un boicot dacă fiecare client poate demonstra că există motive rezonabile și obiective de a nu se aproviziona de la furnizorul vizat.

✓ *Înţelegeri care conduc la restrângerea libertăţii de acţiune a concurenţilor*:

- *Îngrădirea libertăţii de stabilire a preţului* sau a adaosului comercial se poate exercita fie prin îngheţarea preţurilor, fie prin alinierea acestora.
- *Îngheţarea preţurilor* urmăreşte menţinerea acestora la nivelul actual, cu scopul de a împiedica scăderea lor.
- *Alinierea preţurilor* este rezultatul unei atitudini liberale sau al unui acord tacit între agenţii economici şi se realizează prin procedee diverse, cum ar fi:
  - *Schimbul de informaţii asupra preţului* are efecte negative atunci când este orientat spre comunicarea majorării prețului.
  - *Stabilirea unor condiţii comerciale comune obligatorii.* Acordurile care au ca obiect determinarea condiţiilor comerciale comune sunt considerate un indiciu complementar al unei înţelegeri vizând preţurile.
  - *Restrângerea libertăţii de acţiune pe linia conducerii propriei afaceri*, care poate să se manifeste prin intermediul unor contracte de concesiune exclusivă sau a unor contracte de distribuţie selectivă în care nu se aplică aceleaşi condiţii de vânzare tuturor distribuitorilor.

II. Folosirea în mod abuziv a poziţiei dominante

Această practică reprezintă o altă formă de exprimare a practicilor anticoncurenţiale, alături de acordurile anticoncurențiale, deciziile şi practicile concertate. În acest context, trebuie să menționăm că legislația concurenţială a oricărui stat cuprinde prevederi referitoare la interzicerea și contracararea abuzului de poziţie dominantă. Structura pieței influențează foarte

mult posibilitatea firmelor de a stabili o poziție dominantă. Prin urmare, deoarece, într-o economie dezvoltată, intensitatea concurenței și eficiența acesteia este mai mare, fapt ce nu permite stabilirea unei poziții dominante și cu atât mai mult manifestarea comportamentelor abuzive, în ţările cu economie de piaţă dezvoltată, prevederile legislative referitoare la abuzului de poziție dominantă sunt aplicate mai rar decât cele referitoare la concentrările economice şi comportamentele de cartel. Pe când, în ţările cu economie în curs de dezvoltare sau în tranziţie, caracterizate de un grad mai mare de concentrare a pieței, comportamentele anticoncurențiale legate de abuzul de poziție dominantă sunt mai des întâlnite, fiind necesară o intervenție mai intensă a autorităților de resort, pentru împiedicarea acestor acțiuni și restabilirea mediului concurențial eficient. Potrivit celor menționate anterior, concurenții din economiile în tranziție sunt mai susceptibili comportamentelor abuzive, datorită structurii pieței care mai simt amprenta economiei planificate – entitățile dominante cu capital de stat sau privatizate, dar care mai beneficiază de susținerea statului. Deseori pe asemenea piețe barierele la intrare sunt foarte ridicate, din cauza dominanței stabilite deja pe piață și a climatului investițional puțin favorabil pentru noi concurenți.

Dacă ne referim la deținerea unei poziții dominante, trebuie să evidențiem faptul că, *per se,* aceasta nu contravine normelor și reglementărilor concurențiale, însă abuzul de poziție dominantă este interzis prin lege. Pentru determinarea abuzului este necesară o analiză detaliată a pieței prin care s-ar constata și demonstra denaturarea, limitarea sau eliminarea concurenței pe piața relevantă care ar avea consecințe destabilizatoare și descurajante atât pentru entități, cât și pentru consumatorii finali ai acestora. Deseori poziția dominantă a unei entități pe o piață relevantă se stabilește datorită eficienței sale, iar eliminarea concurenților sau problemele acestora (fie acestea economice, financiare, de structură) nu sunt neapărat rezultatul acțiunilor anticoncurențiale ale entității dominante, ci pot fi rezultatul conjuncturii generale a mediului extern sau rezultatul unor decizii manageriale greșite, care, în timp, au diminuat eficiența entității eliminate. Ținând cont de particularitățile specifice ale abuzului de poziție dominantă, pentru determinarea acestuia este necesară o analiză complexă a mediului concurențial pe piața relevantă și a tuturor factorilor care ar fi putut denatura concurența.

Este important de menționat faptul că o poziție dominantă poate fi deținută nu doar *individual* (numită poziție dominantă unică) de o singură entitate sau un grup de entități, ci și *colectiv*, de câteva entități sau grupuri de entități.

Prin noțiune, abuzul de poziție dominantă se referă la acele practici de afaceri, anticoncurențiale, la care pot recurge entitățile economice în vederea menținerii sau consolidării poziției dominante pe piața relevantă [27, p. 49]. Legea cu privire la protecția

concurenței a Republicii Moldova, nr.183 din 11.07.2012, prezintă poziția dominantă drept „*putere economică de care beneficiază o întreprindere ce îi permite să împiedice menținerea unei concurențe eficiente pe o piață relevantă, acordându-i posibilitatea de a se comporta, în mare măsură, independent față de concurenți, de clienții și, în ultimă instanță, față de consumatori"* [114].

În dependență de scopul acțiunilor anticoncurențiale pe care le întreprinde o entitate economică cu poziție dominantă, acestea se divizează în două categorii majore [92, p.98].

Prima categorie include ***acțiunile prin care o entitate dominantă își exercită puterea sa pe piață***, cum ar fi practicarea prețurilor excesive (de monopol) pentru exploatarea avantajelor, diminuarea calității sau limitarea volumului de producţie cu scopul de a cauza o insuficiență de produse urmată, evident, de o majorare a prețurilor. În această categorie se înscriu toate acțiunile anticoncurențiale care au ca scop exploatarea directă a clienților și consumatorilor entității dominante, în scopul obținerii beneficiilor proprii. *Aceste comportamente se mai numesc* ***de „exploatare"*** *sau* ***abuz de comportament*** [111 p.192], deoarece entitatea își exercită puterea pe care o deține, pe piață, exploatându-și clienții plin aplicarea prețurilor excesive (prețuri ce depășesc considerabil valoarea prestației) sau discriminându-i prin aplicarea condițiilor diferite pentru prestații echivalente.

A doua categorie include ***acțiunile prin care o entitate dominantă își consolidează puterea pe piață***, împiedicând alți concurenți să pătrundă pe piață sau să concureze în mod eficient, uneori având ca rezultat chiar eliminarea unor concurenți de pe piață. Acest tip de comportament mai este numit comportament „***de excludere***" sau ***abuz de structură*** [111, p.193], deoarece are drept scop primar eliminarea concurenților de pe piață, adică modificarea structurii pieței în favoarea entității dominante.

Un comportament de structură, pe termen lung, va fi urmat, neapărat, de un comportament de exploatare, acest lucru explicându-se prin faptul că, pe termen scurt, la aplicarea acțiunilor anticoncurențiale ce vizează excluderea sau limitarea acțiunilor concurenților, entitatea dominantă deseori își diminuează câștigurile sau chiar poate înregistra pierderi în favoarea clienților și consumatorilor (ex., oferind prețuri de dumping), care pe termen lung urmează a fi recuperate după atingerea scopului primar – consolidarea poziției pe piață sau majorarea cotei de piață. În situațiile când comportamentele de structură nu sunt stopate de autoritățile de resort și entitatea dominantă intră în faza de recuperare a pierderilor prin aplicarea prețurilor excesive sau prin aplicarea condițiilor discriminatorii, deseori exploatarea clienților și consumatorilor nu se limitează doar la recuperarea pierderilor

înregistrate în etapa anterioară, ci continuă pentru exploatarea avantajelor maxime date de poziția dominantă, ca rezultat înregistrând supraprofituri.

Între poziţia dominantă, pe care un agent economic o deţine pe o piaţă, şi practicile abuzive, manifestate în comportamentul acestuia, există o legătură de cauzalitate. Acțiunile și efectele anticoncurențiale trebuie să rezulte din exploatarea poziţiei dominante. Putem constata o legătură de cauzalitate atunci când piaţa în cauză se supune condițiilor stabilite de entitatea dominantă, fie condiții referitoare la schimbul de produse sau servicii sau stabilirea prețurilor.

Există numeroase practici care pot fi considerate abuzive, însă printre cele mai răspândite sunt limitările verticale, abuzurile legate de preț, refuzul de cooperare și diverse discriminări față de parteneri, clienți sau concurenți. În figura 1.5 prezentăm cele mai des întâlnite practici abuzive care ar putea afecta desfășurarea eficientă a activității entităților economice de pe o piață relevantă [111, p.34], [182, p. 27-51].

Dacă ne referim la practicile abuzive ce țin de preț, cele mai des întâlnite sunt **prețurile de ruinare,** care reprezintă vânzarea bunurilor și serviciilor la prețuri inferioare costurilor stabilite de autoritățile de resort din domeniul vizat sau sub nivelul costurilor medii de producere, cu scopul de a reduce sau de a elimina concurenții. **Prețurile excesive** reprezintă și ele o practică abuzivă, însă sunt orientate spre exploatarea avantajelor date de poziția dominantă, sau sunt utilizate pentru a recupera cheltuielile sau pierderile înregistrate pe perioada aplicării prețurilor de ruinare. Povara prețurilor excesive, cel mai des, este transferată pe clienții entității dominante și pe consumatorii finali.

Refuzul de furnizare este definit în *Legea privind protecția concurenței nr 183* drept „refuzul neîntemeiat de a contracta cu anumiţi furnizori sau de a face livrări către anumiţi beneficiari” [114], această tactică poate cauza probleme serioase de independență a entităților economice și poate afecta relațiile comerciale ale acestora. Un exemplu ar fi refuzul neîntemeiat de a coopera cu anumiți furnizori, producători sau beneficiari.

O altă practică abuzivă poate fi considerată **limitarea** ofertei care se axează pe diminuarea sau limitarea volumului producţiei, comercializării produselor sau dezvoltării tehnologice în detrimentul consumatorilor.

Bariere la intrarea pe piață, de obicei, pot fi barierele legale, instituționale sau financiare, care nu permit pătrunderea pe piață a noilor concurenți, astfel cauzând dezavantaje pentru consumatori, aceștia fiind limitați în posibilitatea de a alege.

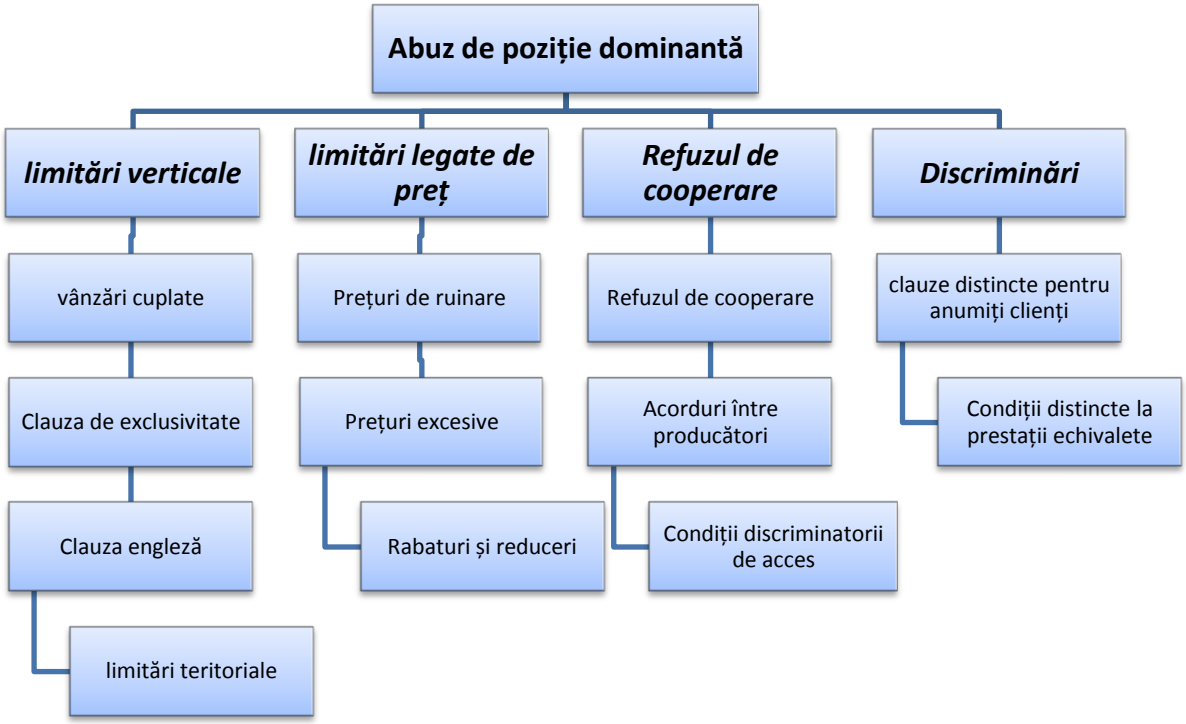


Fig. 1.5. Forme și tipuri de abuz de poziție dominantă

Sursa: Elaborată de autor.

Impunerea, în mod direct sau indirect, a unor **preţuri inechitabile de vânzare** ori de cumpărare sau a altor condiţii inechitabile de tranzacţionare la fel este considerată o practică abuzivă, care are drept scop limitarea activității concurenților sau chiar eliminarea acestora de pe piață. În aceeași categorie se încadrează și **aplicarea** în raporturile cu partenerii comerciali a unor **condiţii inegale la prestaţii echivalente**, creând, în acest fel, un dezavantaj concurențial pentru unii dintre aceștia.

Condiţionarea încheierii contractelor de acceptare de către partenerii comerciali a unor prestaţii suplimentare care, prin natura lor sau conform uzanţelor comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte sau **încetarea unei relaţii contractuale stabilite** anterior pe piaţă, motivată de refuzul partenerului de a se supune anumitor condiţii comerciale mai puțin obiective [114].

Limitarea nejustificată a volumului producției, a comercializării anumitor produse, a refuzului furnizării mărfii sunt masuri ce acţionează în detrimentul consumatorilor şi, la fel, este o practică abuzivă, interzisă prin lege.

Cu referire la esența definiției poziției dominante deținute de o entitate economică remarcăm că aceasta constă în puterea de a ignora forțele pieței reprezentate de concurenți, clienți sau alți factori pentru adoptarea deciziilor unilaterale.

Poziția dominantă pe o piață relevantă favorizează operații sau acțiuni independente de forțele predominante ale pieței. Entitatea deține o poziție care i-ar permite să influențeze concurenții, consumatorii, furnizorii sau piața relevantă în favoarea sa, afectând considerabil piața relevantă. Puterea de piață semnificativă conferă o forță economică care ar pune presiune pe concurență și ar reduce eficiența acesteia. În cazul unei poziții semnificative pe piață, entitatea dominantă sau grupul de entități nu este influențat de acțiunile concurenței, mai mult ca atât, acesta își poate consolida poziția pe piață și, în unele cazuri, ar putea influența și mediul politic (cazul companiilor transnaționale).

Considerând amplitudinea efectelor negative care ar putea fi provocate de comportamentul abuziv al unei entități economice ce deține o poziție dominată pe piață, autoritățile de concurenţă se orientează, preponderent, pe prevenirea cazurilor de abuz, deoarece restabilirea mediului concurențial este mult mai dificilă decât prevenirea deteriorării acestuia. Autoritățile se confruntă cu probleme majore aflate de poziția dominantă a unor firme, mai mult ca atât cuantificarea daunelor provocate de comportamentele abuzive implică analize și proceduri complexe care necesită luarea în calcul a tuturor circumstanțelor pieței și, desigur, necesită timp [171, p. 260].

Prin urmare, în scopul asigurării unui mediu concurențial sănătos și a unei economii funcționale, autoritățile de resort intervin pe piață prin interzicerea poziției dominante deținute pe piața internă sau pe o parte semnificativă a acesteia, dacă aceasta poate afecta funcționarea eficientă a pieței, fapt ce poate afecta concurența și destabiliza echilibrul pe piața relevantă sau ar putea dăuna intereselor consumatorilor finali prin limitarea posibilității de a alege sau prin impunerea prețurilor exagerate.

1.2. Sinteza abordărilor teoretico-metodologice cu referire la efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice

Pe lângă faptul că concurența este considerată o formă accentuată de manifestare a libertății economice sau o confruntare între concurenții actuali și potențiali care își desfășoară activitatea pe o piață sau într-un anumit domeniu economic, aceasta mai este percepută ca un proces dinamic, evolutiv, care stimulează actorii pieței să eficientizeze procesele de producție și alocarea resurselor, să inoveze pentru a deveni competitivi. Concurența eficientă poate fi considerată un mecanism de „selecție naturală” a ofertanților, ca rezultat al activității căruia, cei neeficienți dispar, iar cei mai competitivi rămân în competiția pentru atingerea obiectivelor proprii prin satisfacerea eficientă a nevoilor pieței.

Potrivit lui J.A. Schumpeter, concurența se întreține doar prin inovație, aceasta implicând dezvoltarea noilor produse, descoperirea proceselor de producție mai eficiente, aplicarea noilor tehnologii în scopul reducerii costurilor și stabilirea modalităților sau formelor mai eficiente de organizare [178]. În condițiile pieței concurențiale, unde prețurile excedează pe termen lung costurile medii de producție, posibilitatea obținerii unui profit vă acționa ca un magnet care va determina intrarea pe piață a noilor concurenți, dornici să exploateze avantajele pieței. Ca urmare a creșterii numărului de ofertanți va crește și cantitatea bunurilor, produselor sau serviciilor oferite pe piață, fapt ce va determina reducerea prețului, cantitățile vândute de ofertanți și diminuarea profiturilor, în cazul cererii constante.

În diverse studii a fost demonstrat faptul că piețele, caracterizate de concurență mai mare, cu mai mulți actori, cu intrări și ieșiri dinamice și o rivalitate accentuată pentru clientelă (prin promoții de preț, oferte speciale, campanii de marketing, servicii noi etc.), tind să asigure rezultate economice mai bune pe piață. Aceste rezultate includ menținerea unui nivel de prețuri mai redus și acces mai rapid la servicii pentru consumatori. Aici trebuie să menționăm că prin „consumatori" nu definim doar cumpărătorii individuali, finali, ci și alte entități economice, activitatea cărora se bazează pe utilizarea acestor produse/servicii.

Cu referire la efectele pozitive ale concurenței, menționăm că numeroase studii empirice au demonstrat că țările cu un grad mai înalt de concurență pe piață înregistrează o creștere a productivității, net superioară țărilor cu piețe caracterizate de un grad scăzut de concurență [9]. Unele studii încearcă să explice creșterea productivității și eficienței economice a agenților economici prin măsurarea intensității concurenței prezente în sectorul analizat, pe când alții se bazează pe efectele intervențiilor pro-competitive, cum ar fi: liberalizarea comerțului sau apariția concurenței într-un sector anterior reglementat de stat, un monopol (cum ar fi sectorul energetic).

Tabelul 1.2. Efectele economico-financiare ale concurenței

Efecte economice	Efecte financiare
Diversificare	Alocarea eficientă a resurselor
Inovare	Diminuarea costurilor de producție
Dezvoltare tehnologică	Diminuarea prețurilor
Optimizarea producției și creșterea productivității	Creșterea profiturilor pentru entitățile eficiente
Creșterea volumului de vânzări	Creșterea valorii acțiunilor
Creșterea bunăstării consumatorilor	Creșterea volumului de investiții

Sursa: Elaborat de autor.

Efectele unei concurențe eficiente se pot manifesta și în alte sectoare decât cele în care are loc competiția. În special, gradul sporit de concurență în sectoarele în amonte ar putea

contribui la îmbunătățirea situației în sectoarele în aval și a situației economice a statului per general.

Unul dintre motivele principale ale acestui efect este indus de eficiența de alocare, oferind posibilitatea de pătrundere pe piață, consolidarea sau majorarea cotei de piață a celor mai eficiente entități economice. Prin urmare, reglementarea și măsurile anticoncurențiale împiedică pătrunderea și expansiunea pe piață a noilor concurenți, fapt ce poate afecta considerabil creșterea economică. Concurența contribuie esențial și la eficiența productivă, deoarece firmele care se confruntă cu concurența demonstrează un management mai eficient atât a proceselor de producție, cât și a celor organizaționale.

Cu referire la efectele de stimulare a inovației și a progresului tehnologic, ale concurenței, s-a demonstrat că firmele care se confruntă cu rivali competitivi au tendința către inovare mai puternică decât monopolurile [168, p. 42]. Totuși, această relaționare nu este atât de simplă și, de fapt, nici nu este specifică tuturor pieței. Există piețe caracterizate de un grad moderat de concurență, care, însă, inovează și piețe extrem de competitive care, de fapt, nu tind să inoveze prea mult. În același timp, deoarece statului îi revine funcția de a favoriza dezvoltarea concurenței și de a o proteja, acesta va tinde să promoveze inovarea prin intermediul politicilor de concurență.

Intrarea concurenților noi pe piață sau chiar existența potențialilor concurenți care ar putea intra pe piață poate avea un impact considerabil asupra prețurilor în vederea optimizării acestora.

Este evident că rolul statului în reglementarea concurenței este foarte important, uneori acesta este chiar mai semnificativ decât cel al entităților economice. Influența și rolul statului în dirijarea activității economice a evoluat odată cu dezvoltarea economică și creșterea complexității relațiilor comerciale, financiare, ale proceselor de producere etc.

Totuși, perspectiva de definire a concurenței care a fost abordată nu ia în considerare numeroase aspecte reale care ar putea perturba procesul de „selecție naturală” a entităților economice eficiente. În acest context, trebuie de menționat faptul că există numeroase bariere artificiale din partea actorilor pe piață, utilizate pentru limitarea acțiunilor concurenților, constrângerea acestora sau chiar eliminarea lor de pe piață. Problemele cum ar fi: vânzarea cuplată a anumitor bunuri, refuzul furnizării anumitor servicii sau facilități necesare pentru creșterea și dezvoltarea concurenților, sau abuzul de poziție dominantă au reprezentat mereu o provocare pentru autoritățile concurențiale. Barierele instituite pe piață de către entitățile economice deja existente pentru împiedicarea pătrunderii pe piață a concurenților noi ar putea deteriora considerabil nu doar bunăstarea consumatorilor, ci chiar, pe termen lung, ar limita

funcționarea optimă a mecanismului concurenței, cauzând numeroase probleme de ordin economic și financiar [171, p. 261].

Efectele globalizării au declanșat o nouă concepție asupra reglementării concurenței și asupra intervenției statului în prevenirea denaturării concurenței sau restabilirea echilibrului în cazul anumitor abateri. În contextul economic actual, conchidem că statului i se atribuie o importanță majoră. Astfel, statul modern încearcă să facă față provocărilor globalizării materializate prin mobilitatea capitalului internațional și a factorilor de producere, cererea în creștere a companiilor multinaționale și transnaționale prin asigurarea competitivității pe plan internațional și a prosperității economiei. Ținând cont de importanța creării și păstrării unui mediu economic concurențial pentru prosperitatea și dezvoltarea economică a țării, statul sprijină mecanismele concurențiale ale pieței naționale, încurajează efectele pozitive ale globalizării, favorizează inovarea și dezvoltarea tehnologică, facilitează schimburile internaționale de bunuri și servicii, având, în același timp, controlul asupra sectoarelor strategice ale economiei.

Intervenția statului poate avea diverse forme, cum ar fi: legi, regulamente, politici economice (comerciale, monetare, fiscale etc.), politici concurențiale, prin privatizare și naționalizare, prin mecanisme de control al prețurilor, prin subvenționare, prin reglementarea importurilor și promovarea exporturilor, asigurând stabilitatea economică și menținerea încrederii agenților economici, investitorilor naționali și a mediului de afaceri internațional. Prin urmare, competitivitatea economiei este asigurată prin cooperarea statului cu entitățile economice naționale și internaționale și prin promovarea relațiilor economice internaționale.

În rezultatul celor expuse, concluzionăm că prin concurență este asigurată performanța entităților economice care generează rezultate pozitive, cum ar fi: reducerea prețurilor, sporirea calității, creșterea productivității și competitivității. O funcționare eficientă a pieței naționale, actualmente, asigurată prin intervenția statului în menținerea unui mediu concurențial sănătos, va promova dezvoltarea tuturor sectoarelor economice.

Prin urmare, ținând cont de efectele negative pe care le poate avea o entitate economică cu poziție dominantă asupra pieței, trebuie să menționăm, totuși, că existența poziției dominante nu implică neapărat și exercitarea comportamentelor abuzive.

Evaluarea conformității unei practici de afaceri cu politica concurențială privind entitățile dominante presupune verificarea existenței anumitor condiții [159]:

- Deținerea poziției dominante de către entitate;
- Existența situației de abuz de poziție dominantă din partea entității;

- Posibilitatea de a cauza denaturarea concurentei şi de a influența negativ bunăstarea consumatorilor.

Pentru a evalua efectele abuzului de poziție dominantă, mai întâi de toate, este necesară identificarea poziției dominante pe piața relevată. În acest context, se recomandă aplicarea următoarelor acțiuni [159] :

1. Definirea pieței relevante;
2. Evaluarea cotelor de piaţă şi a puterii de piaţă pentru a determina dacă entitatea deține o poziție semnificativă pe piața relevantă;
3. Analiza comportamentului entității economice şi efectele asupra pieței şi concurenților.

Poziția dominantă este determinată în raport cu o anumită piaţă relevantă a produsului şi/sau pe o piaţă geografică relevantă.

Piaţa relevantă este piaţa în cadrul căreia trebuie evaluată o problemă de concurenţă (în situaţia cercetării date a abuzului de poziţie dominantă) şi care se determină prin raportarea pieţei relevante a produsului la piaţa geografică relevantă [114].

Legea cu privire la protecția concurenței a Republicii Moldova, nr.183 din 11.07.2012, definește piața relevantă a produsului ca „piața produselor considerate de consumatori interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, datorită caracteristicilor fizice, funcționale şi prețului" [114].

Piaţa geografică relevantă reprezintă „zona în care entitățile economice sunt implicate în oferta sau cererea de pe piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene şi care poate fi deosebită de zonele geografice învecinate prin condiţii de concurenţă ce diferă în mod apreciabil" [114].

Pentru depistarea comportamentelor abuzive este foarte important să se determine corect piața relevantă, deoarece aceasta are un impact considerabil în determinarea puterii de piață, iar determonarea eronată a pieței relevante poate duce la rezultate false. Impactul exercitării puterii unei poziții dominante asupra pieței relevante poate fi determinat pornind de la **cota de piață** sau **cifra de afaceri** a entității economice sau a grupului de entități.

Printre cei mai importanți factori care indică o poziție dominantă pe piață este deținerea unei *cote semnificative de piață* Aceasta nu implică neapărat faptul că entitatea economică beneficiază de o poziție dominantă pe piață, totuşi, trebuie demonstrate efectele asupra mediului economic şi impactul economico-financiar al comportamentului entității dominante.

Pentru măsurarea cotei de piață se aplică diferiți parametri care depind de natura sectorului şi cazurile investigate. Specificarea unui prag sau a unei cifre exacte pentru definirea dominanței în contextul mediului economic dinamic în continuă schimbare este, practic,

imposibilă. Oricum, o cotă mare de piață a unei singure entități poate indica posibilitatea limitată a consumatorilor de a alege alți ofertanți.

În diferite jurisdicții, pragul cotelor de piață, care indică dominanța unei entități, este diferit, însă niciodată la stabilirea poziției dominante nu a fost implicată doar analiza cotei de piață. În tabelul 1.3 sunt reprezentate criteriile (cota de piață) în baza cărora se stabilește existența poziției dominante în diverse jurisdicții.

Tabelul 1.3. Criterii de evaluare a poziției dominate în diferite țări

Țara vizată	Criterii care caracterizează poziția dominantă
Uniunea Europeană	Nu poate fi considerat că întreprinderea deține o poziție dominantă dacă cota de piață este mai mică de 40% (există excepții)
Germania	Se consideră a avea poziție dominată întreprinderea care deține cel puțin 1/3 din totalul pieței și, în același timp, dacă 3 actori ai pieței au cumulat 50% sau 2/3 din cota de piață
Franța	O întreprindere pe o piață relevată deține 25%
SUA	Este considerată dominantă întreprinderea care deține peste 1/3 din volumul total al pieței, 3 entități care cumulează 1/2 din piața relevantă și 5 entități care dețin mai mult de 2/3 din volumul total al pieței
Marea Britanie	Cota de piață de 25% și mai mult
Japonia	O întreprindere cu cota de piață 50% și 2 entități – 75%
Spania	Cota de piață a unui subiect depășește 25%
Ungaria	Cota de piață depășește 30%
Polonia	Cota de piață depășește 40%
Portugalia	Cota de piață depășește 30%
Rusia	Nu poate fi considerată poziție dominată cota de piață este mai mică de 35%
Republica Moldova	Cota de piață depășește 40%

Sursa: Elaborat de autor.

Un alt factor important în analiza poziției dominante este **mărimea și importanța concurenților**. Prin urmare, cotele mari de piață trebuie să fie analizate în comparație cu poziția concurenților principali. Cu cât mai mici sunt cotele de piață a concurenților cu atât mai mare este probabilitatea că entitatea cu cotă de piață mai mare să dețină o poziție dominantă pe piața relevantă [111, p. 92]. **Dependența consumatorilor** de întreprinderea dată, la fel, are un rol important în evaluarea poziției dominante, precum și evaluarea **barierelor la intrarea pe piaţă** [171, p.262].

Poziția dominantă a unei entități economice poate fi permanentă sau, în anumite cazuri, poate fi deținută pe o perioadă scurtă de timp, spre exemplu, în cazul companiilor din domeniul IT sau al companiilor inovatoare. Poziția dominantă a acestora poate fi dată de avantajul comparativ și tehnologic care dispare odată ce alți consumatori obțin accesul la aceste informații și/sau tehnologii.

Puterea de negociere a cumpărătorului afectează, în mod indirect, prețul produsului și cantitatea vândută, prin urmare, este capabil să influențeze poziția pe piață a entității vizate. În consecință, **structura și mărimea pieței** nu sunt mai puțin importante pentru determinarea poziției dominante [171, p.262]. Fiecare dintre acești factori, individual sau în mod colectiv, poate determina dominanța unei entități pe piață.

Poziția dominantă a unei entități pe o piață relevantă nu indică neapărat și abuzul de poziție dominantă. O entitate dominantă abuzează de puterea sa în cazul în care aceasta, direct sau indirect, impune condiții discriminatorii de tranzacționare și, prin urmare, poate distorsiona sau chiar elimina concurența.

Pentru a stabili dacă o întreprindere abuzează de poziția dominată nu este suficientă constatarea cotei sale de piață și puterii semnificative pe aceeași piață relevantă, ci trebuie demonstrate efectele apărute ca rezultat al comportamentului entității dominante. Evaluarea efectelor comportamentului unilateral din partea entității dominante și probarea efectelor negative ale acestui comportament sunt de competența autorităților de concurență. Așadar, determinarea unui abuz de poziție dominantă necesită o analiză detaliată a efectelor, presupusului comportament abuziv, care are câteva etape succesive, ce vizează prezența elementelor distincte ale practicilor abuzive.

Definirea pieței este utilizată pentru identificarea și determinarea hotarelor în care se desfășoară concurența între entitățile economice, stabilirea tuturor concurenților pentru o ulterioară analiză a efectelor, cu alte cuvinte este necesară determinarea structurii pieței.

Definirea pieței relevante este importantă pentru determinarea constrângerilor concurențiale cu care se confruntă entitățile concurente. Piața relevantă trebuie definită atât la nivel geografic, cât și la nivel de produs, pentru identificarea tuturor concurenților, atât a celor actuali, cât și a celor potențiali, care au capacitatea de a disciplina comportamentul entității dominante în scopul limitării acțiunilor unilaterale ale acesteia care pot distorsiona mediul concurențial.

Delimitarea *pieței relevante* este necesară pentru stabilirea tuturor produselor, existente pe piață sau a celor potențiale, percepute de consumatori ca substituenți ai produsului vizat, care pot exercita un anumit grad de concurență.

Pe de altă parte, *piața geografică relevantă* reprezintă o zonă geografică în care concurența prezintă caracteristici și condiții identice. Pentru delimitarea pieței geografice, de asemenea, se utilizează Testul Monopolistului Ipotetic, analizând-se capacitatea consumatorilor și a producătorilor de a se deplasa către alte zone geografice, pentru

identificarea alternativelor de substituire a produsului, dacă pe piața geografică relevantă se va majora prețul cu 5-10% [114].

Definirea pieței relevante poate fi determinată nu doar de substituibilitate, ci și de *factorul temporal* și *produsele secundare*. Factorul temporal indică existența unor piețe sezoniere sau temporare, caracterizate prin orientarea consumatorilor către un anumit produs/serviciu sau zonă geografică în dependență de perioadă/sezon, pe când produsele secundare influențează decizia de cumpărare a consumatorului referitoare la produsul în cauză [111, p. 166].

După identificarea pieței relevante trebuie să urmeze o analiză a factorilor structurali, cum ar fi: cota de piață, barierele de intrare sau factorii comportamentali (acțiunile entității dominante), care pot indica dacă întreprinderea deține sau nu o poziție dominantă.

Stabilirea poziției dominante se face prin evaluarea următorilor factori [114]:

1. Cotele pe piață deținute de întreprindere și de concurenții ei;
2. Expansiunea și intrarea pe piață a concurenților;
3. Puterea compensatorie a cumpărătorilor.

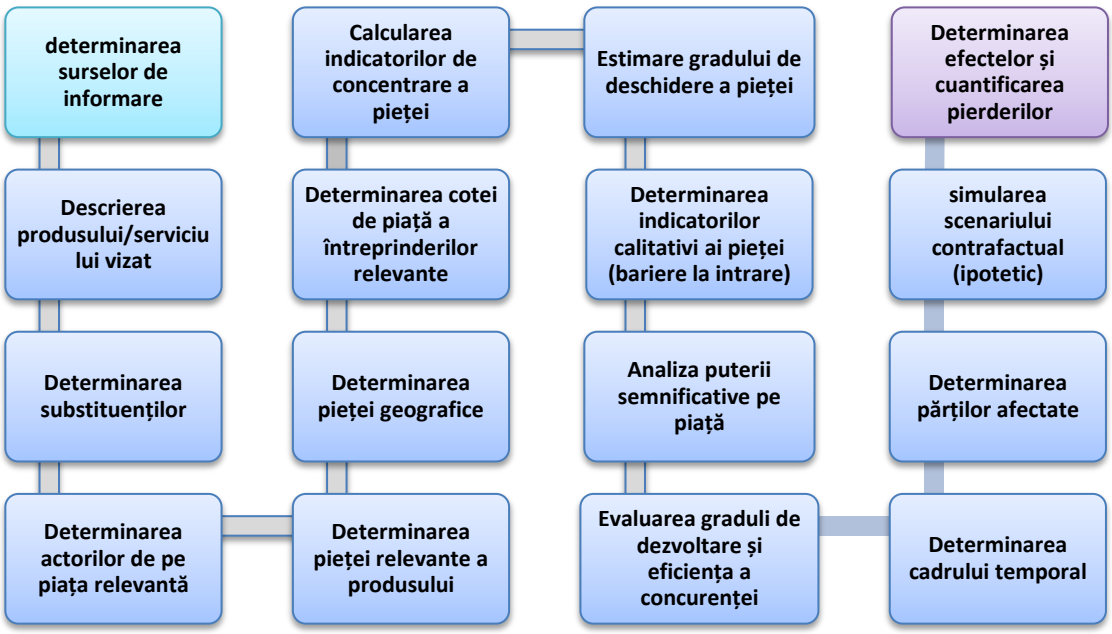


Fig. 1.6. Algoritmul evaluării structurii pieței

Sursa: Elaborat de autor în baza [182, p. 38].

În legătură cu factorii structurali care pot contribui la constatarea unei poziții dominante, se menționează faptul că mărimea cotelor de piață are relevanță, dar, luată separat, nu este neapărat un factor decisiv. Este necesar, de asemenea, să se ia în considerare, după caz, cotele de piață ale entităților concurente, modul în care cotele de piață au evoluat în timp (dinamica pieței), gradul de diferențiere a produselor, nivelul de concentrare a pieței [159].

Dacă ne referim la factorii primordiali în procesul de stabilire a poziției dominante și de evaluare a efectelor abuzului de poziție dominată, este important să descriem factorii menționați anterior:

1. ***Cotele de piață deținute de entitate și de concurenții săi***

Din experiența Comisiei Europene cu referire la cazurile de abuz [32], se poate constata că cotele de piață mari sunt în esență prezumpția unei puteri pe piață, cu excepția unor circumstanțe speciale, iar și dacă menținerea cotelor mari pe piață se extinde în timp se poate considera că întreprinderea deține o poziție dominantă pe piață. Cotele de piață, deținute o perioadă scurtă de timp, nu sunt un indicator al puterii pe piață, dimpotrivă, ele indică că piața este deschisă pentru potențialii concurenți și barierele de intrare sau de expansiune pe piață sunt mici sau inexistente.

În general, în cazul cotelor de piață de peste 50% se aplică prezumția existenței poziției dominante până la proba contrară. În aceste cazuri, la stabilirea poziției dominante, nu este necesară evaluarea celorlalți 2 factori – expansiunea și intrarea pe piață și puterea compensatorie a cumpărătorilor.

Curtea de Justiţie Europeană s-a expus asupra situației când cotele pe piață sunt egale cu 50% sau mai mult. Astfel, „În ceea ce privește cotele pe piață foarte mari sunt în esența lor, cu excepția unor cazuri, probă a existenței unei poziții dominante. Aceasta când există o cotă pe piață de 50%, așa cum este și cauza AKZO vs Comisia” [51].

De regulă, cotele mici de piață sunt un indicator al lipsei unei puteri de piață semnificative. Deținerea unei poziții dominante este puțin probabilă în cazul în care cota de piață a entității pe piața relevantă este mai mică de 40% [159]. Deci, cotele de piață sub 40% generează, de regulă, o prezumție de absență a poziției dominante. Desigur, pot exista cazuri în care, deși cota de piață este inferioară acestui prag, concurenții nu pot exercita o presiune asupra comportamentului entității presupuse a fi dominantă. Pe măsură ce cota de piață este mai mare și perioada de timp mai lungă, este cu atât mai probabil ca aceste elemente să constituie precondiții importante ale existenței unui abuz de poziție dominantă.

De asemenea, există excepții când caracterul segmentat al pieței poate să evite o asemenea concluzie și să mențină deținerea poziției dominante în contextul în care există o diferență majoră între cota de piață a liderului pieței și a concurentului imediat următor. În acest sens, se menționează exemplul cauzei British Airways, unde a fost stabilită existența unei poziții dominante pentru o întreprindere care deținea o cotă mai mică de 40% (39,7%) [54]. În această cauză, Curtea Europeană de Justiție a ținut cont de faptul că cotele pe piață ale British Airways erau mult mai mari decât ale concurenților săi.

Există mai mulți factori care trebuie determinați pentru stabilirea corectă a efectelor comportamentelor abuzive pe o piață relevantă, unul dintre cei mai importanți este ***gradul de concentrare a pieței***. Acest indicator se referă la măsura în care o piață sau o ramură este dominată de câteva firme mari. Nivelul de concentrare a pieței depinde de numărul entităților pe o piață și mărimea acestora. *Gradul de concentrare a unei piețe este cu atât mai mare cu cât numărul de entități, pe această piață sau din domeniu, este mai mic sau cu cât decalajul dintre cotele de piață ale participanților este mai mare*.

Pentru a determinarea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice pe o piață relevantă este imperativ să se stabilească în mod corespunzător nivelul de concentrare a pieței relevante. Pentru efectuarea acestor calcule trebuie luați în considerație următorii indicatori [182, p. 45- 63]:

- ***Coeficientul Concentrării Pieței (CR)*** – suma cotelor pe piața relevantă a produsului, exprimată în procente, a unui anumit număr (n) din cele mai mari entități/grupuri de entități, care activează pe piață:

$$CR_n = \sum_{i=1}^{n} q_i \quad (1)$$

unde:

(qi) – cota de piață, exprimată în procente, a celui mai mare grup de entități/celei mai mari entități;

(n) – numărul celor mai mari entități vizate în studiu.

- ***Indicatorul de concentrare a pieței Herfindahl-Hirschmann (HHI)*** – suma la pătrat a cotelor, exprimate în procente, pe piața relevantă a produsului tuturor entităților vizate în studiu ce activează pe piață.

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} q_i^2 \quad (2)$$

unde:

(q_i) – cota de piață, exprimată în procente, a unei entități/grup de entități vizat, ce activează pe piață;

(n) – numărul total de entități care operează pe aceeași piață relevantă a produsului.

Deşi ***Indicele HHI este cel mai des utilizat în determinarea gradului de concentrare a pieței***, nu există valori exacte pentru stabilirea unei pieţe în una dintre categoriile următoare:

- piaţă slab concentrată,
- piaţă mediu concentrată,
- piaţă puternic concentrată.

În tabelul 1.4 sunt prezentate valorile HHI utilizate de către Comisia Europeană, respectiv Departamentul de Justiție – Comisia Federală a Comerțului – SUA.

Tabelul 1.4. Nivelul de concentrare utilizat de Comisia Europeană și Comisia Federală a Comerțului

Gradul de concentrare	**Valoarea HHI**	
	Comisia Europeană	**Comisia Federală a Comerțului**
Redus	<1000	<1500
Mediu	1000-2000	1500-2500
Mare	>2000	>2500

Sursa: Adaptat de autor după [184, p. 47].

Indicele Herfindahl-Hirschmann indică structura pieţei la un anumit moment în timp. În cazul pieţelor complexe cu o dinamică ridicată, indicele dat poate oferi o imagine distorsionată, din cauza modificărilor structurale frecvente înregistrate în perioade scurte de timp. Același lucru se întâmplă și în cazul pieţelor cu un grad înalt de diferențiere.

- ***Alţi indicatori de concentrare a pieței*** [184, p. 53].

În dependență de valorile Coeficientului Concentrării Pieței și a Indicatorului de concentrare a pieței, HHI, se evidențiază următoarele nivele de concentrare a pieței produsului:

- mare: 70% < = < = 100% sau 2000 < = HHI < = 10000;
- moderat: 45% < =< = 70% sau 1000 < = HHI < = 2000;
- redus: < 45% sau HHI < 1000.

Dacă valorile Coeficientului Concentrării Pieței și ale Indicatorului de concentrare a pieței Herfindahl-Hirschmann nu corespund, atunci decizia finală cu privire la caracterul/tipul de piață al produsului va fi adoptată în corespundere și cu celelalte elemente ce caracterizează piața vizată.

2. Expansiunea sau intrarea pe piață

Posibilitatea de intrare pe piață sau de expansiune (barierele la intrare, ieșire) este următorul factor care trebuie evaluat pentru stabilirea poziției dominante. În acest caz, sunt analizate barierele în calea expansiunii sau intrării pe piață, acestea se pot manifesta în diferite forme pentru fiecare piaţă relevantă în parte. În acest context menționăm barierele legale (numite și bariere administrative) – cerințe prevăzute expres de legislație, cum ar fi: necesitatea licențierii unui anumit gen de activitate, limita numărului de entități care urmează să activeze pe o anumită piață sau bariere economice – costurile irecuperabile de intrare, precum: investițiile în rețea, economii de scară, de densitate și de gamă, accesul privilegiat la factorii de producție esențiali sau la resursele naturale, tehnologii importante, efectul de rețea,

costuri sporite de transfer la alt furnizor etc.

3. Puterea compensatorie a cumpărătorului

Un alt factor important, ce trebuie examinat este *puterea compensatorie a cumpărătorului*, care reprezintă presiunea exercitată de cumpărători care descurajează sau împiedică întreprinderea dominantă să se comporte de o manieră anticoncurențială. Puterea compensatorie a cumpărătorilor poate rezulta din dimensiunea clienților sau din importanța lor comercială pentru întreprinderea dominantă, precum și din capacitatea lor de a schimba ușor furnizorii, de a favoriza o nouă intrare pe piață sau de a se integra pe vertical și de a amenința entitatea dominantă în mod credibil cu astfel de acțiuni. Dacă puterea compensatorie a cumpărătorilor este suficient de mare, aceasta poate descuraja sau împiedica o încercare a entității de a se comporta de o manieră anticoncurențială interzisă de legislația concurențială [101].

După cum a mai fost menționat, deținerea poziției dominante nu este o acțiune ilegală și, prin urmare, nu este interzisă de lege. Poziția dominantă pe piață poate fi dată de avantajele tehnologice ale companiei, de gradul de inovare, de unicitatea produsului/serviciului oferit, de eficiența superioară sau de faptul că au intrat primii pe piață dată. Luând în considerare factorii care stimulează poziția dominantă, evidențiem faptul că aceasta poate avea și efecte benefice asupra dezvoltării pieței și asupra actorilor de pe piața relevantă. Prin urmare, pentru a determina dacă o întreprindere, ce deține o poziție dominantă, are impact negativ asupra pieței trebuie demonstrat comportamentul abuziv al acesteia și efectele negative ale acestui comportament.

Cu referire la stabilirea poziției dominante colective, pe lângă factorii enunțați mai sus – cotele pe piață deținute de entitate și de concurenții acesteia, expansiunea și pătrunderea pe piață, cât și puterea compensatorie a cumpărătorilor, este important să se analizeze dacă entitățile vizate constituie sau nu, împreună, o entitate colectivă față de clienți, furnizorii și concurenții lor de pe o piață relevantă, adică dacă nu există înțelegeri tacite între aceștia. La aprecierea preventivă a probabilității existenței sau apariției unei piețe care este sau poate deveni favorabilă creării unei poziții dominante colective sub forma unei coordonări tacite este imperial să se analizeze cumulativ 2 condiții [159]:

1) Dacă există caracteristici ale pieței care să favorizeze o înțelegere tacită între două sau mai multe entități;
2) Dacă o astfel de coordonare este viabilă prin faptul că:

a) nici unul dintre participanți nu este capabil sau nu este motivat să abordeze un comportament divergent, având în vedere faptul că ceilalți participanți sunt capabili și motivați să aplice măsuri de contraatac și

b) concurenții, potențialii concurenți și clienții nu sunt capabili sau motivați să se opună rezultatului acestei coordonări.

Criteriile principale pentru determinarea poziției dominante colective pe piețele relevante sunt prezentate în figura 1.7.

Criteriile menționate nu sunt nici exhaustive și nici cumulative.

În cauza Societa Italiano Vetro SpA, Curtea de Justiție a constatat următoarele [58]: nu există posibilități legale de a împiedica două sau mai multe entități economice independente să-și unească forțele pe o anumită piață prin legături economice care le permit să dețină o poziție dominantă colectivă față de alți operatori de pe aceeași piață. Acesta ar putea fi, spre exemplu, cazul când două sau mai multe entități independente dețin în comun un avantaj tehnologic prin intermediul acordurilor sau licențelor, care le permit să se comporte independent față de concurenții, clienții și consumatorii finali.

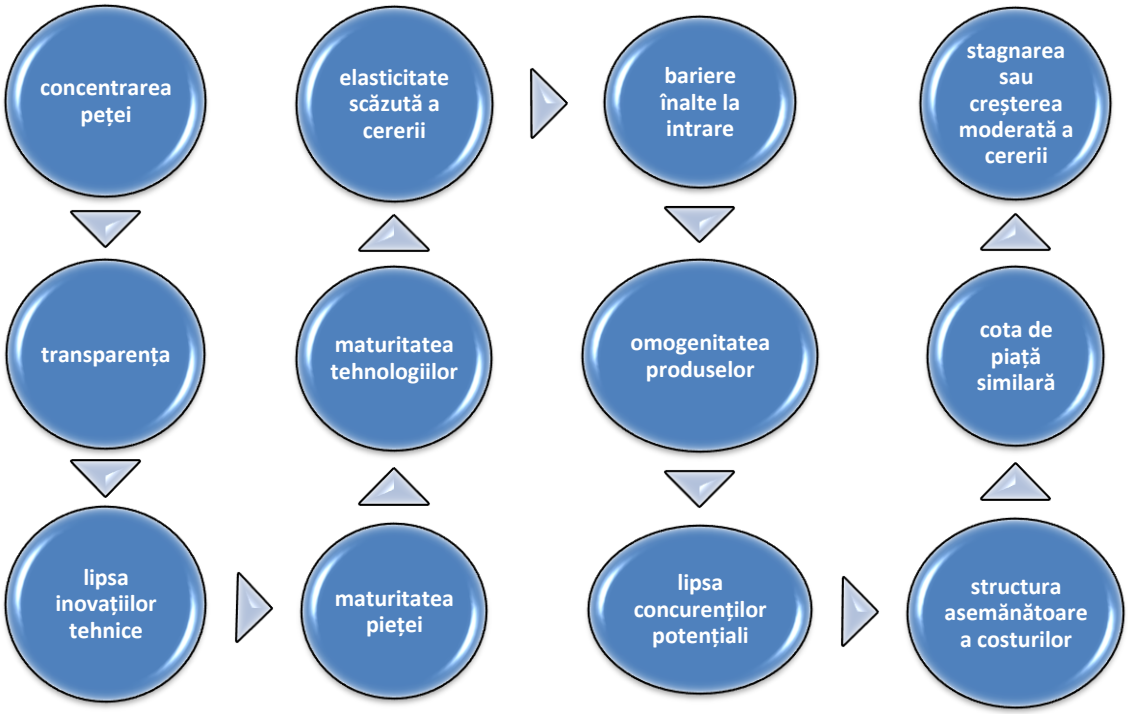


Fig.1.7. Criterii pentru determinarea poziției dominante colective

Sursa: Elaborată de autor în baza [182, p 21].

Totuși, existența legăturilor sus menționate nu implică neapărat un element pentru identificarea unei poziții dominante colective, o astfel de concluzie poate fi bazată pe alți

factori de legătură care vor depinde de evaluarea economică și, în special, de evaluarea structurii pe piață.

Din experiența Uniunii Europene în determinarea poziției dominante colective, au fost determinate o serie de condiții care urmează a fi respectate pentru ca dominanța colectivă să existe în afara unui acord sau legături juridice. Printre acestea se numără următoarele [52]:

a) fiecare participant al oligopolului dominant trebuie să dispună de capacitatea de a cunoaște cum alți membri se comportă pentru a monitoriza dacă aceștia adoptă sau nu o politică comună;

b) situația de coordonare tacită trebuie să fie durabilă în timp, însemnând că trebuie să existe o motivație de a nu abandona politica comună de pe piață;

c) reacțiile presupuse ale concurenților actuali și potențiali, precum și a consumatorilor nu trebuie să influențeze rezultatele scontate din politica comună.

Constatarea unui abuz de poziție dominantă colectivă de către autoritățile de concurență trebuie să parcurgă următoarele etape:

a) stabilirea faptului că entitățile implicate se prezintă împreună ca o entitate colectivă vis-a-vis de competitorii lor, de partenerii comerciali și de consumatorii de pe o anumită piață relevantă. Pentru a stabili existența unei entități colective se impune analiza legăturilor economice sau a elementelor ce determină că entitățile vizate să se comporte ca o entitate colectivă. Legăturile economice sau elementele ce determină un astfel de comportament pot decurge din natura unei înțelegeri sau din clauzele acesteia, din modul în care această înțelegere este pusă în aplicare sau din orice alte legături sau elemente ce determină conexiunile între entitățile vizate, inclusiv din relația de interdependență a agenților economici de pe o piață de oligopol.

b) probarea faptului că entitatea colectivă deține o poziție dominantă. Pentru aceasta este necesară determinarea capacității entităților vizate de a se comporta independent față de concurenții, clienții și consumatorii lor.

c) probarea practicii abuzive comise de entitățile vizate [159].

De obicei, poziția dominantă este stabilită conform cotei de piață pe care o deține entitatea, adică dacă entitatea atinge pragul limită stabilit în legislație (diferit în dependență de țară). Există, însă, și excepții unde abuzul de poziție dominantă poate fi constatat și în cazul unei entități economice care nu deține poziție dominantă pe piața relevantă. Este vorba de o practică abuzivă comisă pe o piață secundară, pe care entitatea nu deține poziție dominantă.

Prin urmare, în asemenea cazuri, pentru constatarea existenței unui abuz de poziție dominantă pe o piață secundară trebuie să fie întrunite următoarele condiții [159]:

1. Entitatea economică să deţină poziţie dominantă pe o piaţă principală;
2. Abuzul de poziţie dominantă să fie comis pe o piaţă secundară;
3. Existenţă legăturii între piaţa primară (principală) şi cea secundară şi
4. Entitatea economică să deţină poziţia de lider pe piaţa secundară (vizată).

Datorită poziției dominante pe prima piață și prezenței pe piața secundară, entitatea dominantă își poate astfel exercita puterea de piață de care dispune pe piața primară pentru a se comporta independent de clienți pe ultima piață (cea secundară).

Important de menţionat faptul că în cazul în care întreprinderea deţine poziţie dominantă pe o piaţă primară şi comite un abuz de poziţie dominată pe o piaţă secundară nu este necesar să se stabilească poziţia dominantă a entității respective pe piaţa secundară [110, p.98].

A doua condiție este *exploatarea abuzivă a poziţiei dominante*. Demonstrarea existenţei abuzului de poziţie dominantă este pe seama autorităţilor concurenţiale. Este important de a stabili şi cât de minuţioasă trebuie să fie analiza făcută de autoritatea responsabilă care să fie suficientă pentru a demonstra că există efecte negative ale unui anumit comportament unilateral din partea entității dominante.

Clasificarea tradiţională a abuzului de poziţie dominantă divizează abuzul de poziţie dominantă, în dependenţă de efectul acestuia, în ***abuzuri comportamentale*** şi ***abuzuri structurale*** [111, p. 73].

Abuzurile comportamentale afectează direct clienţii entității dominante. Printre acestea am putea menţiona aplicarea preţurilor excesive sau preţurilor discriminatorii etc.

Abuzurile structurale afectează structură pieţei prin eliminarea de pe piață a concurenţilor entității dominante. Printre acestea se numără aplicarea preţurilor de ruinare, refuzul de a furniza, distribuţia exclusivă etc. În cazul abuzurilor structurale putem face diferența între cele de ***excludere orizontală*** şi ***verticală***, în funcţie de nivelul pieței la care se situează concurentul entității dominante în lanţul de producţie (la acelaşi nivel ca şi entitatea care deţine poziţie dominantă – în cazul excluderilor orizontale, iar în cazul excluderilor verticale – pe o piaţă situată în amonte sau în aval faţă de piaţa relevantă pe care entitatea deţine poziția dominantă).

Spre exemplu, în cazul excluderii la nivel orizontal, întreprinderea cu poziţie dominantă are un comportament orientat spre excluderea concurentului său care livrează acelaşi produs sau prestează acelaşi serviciu către consumator. Acţiunile pot fi, spre exemplu, de oferire a reducerilor şi rabaturilor de loialitate consumatorilor, care se calculează în dependenţă de

volumul de produse/servicii procurate de la întreprinderea dominantă sau prin practicarea preţurilor excesiv de mici.

Abuzul vertical de excludere se aplică la niveluri diferite de producere [184, p.38]. Spre exemplu, entitatea cu poziţie dominantă dispune de o linie de producere a materiei prime pentru un produs final, unde deţine o poziţie dominantă. La un anumit moment, entitatea dominantă decide să nu mai furnizeze materie primă concurenţilor săi care o folosesc pentru produsele lor, însă decide să intre pe piaţa produsului finit cu o entitate nouă, care are acces favorizat la materia primă, furnizată de entitatea dominantă pe piața relevantă a materiei prime. În acest caz, refuzul de a livra marfă este abuz de poziţie dominantă, pentru că are ca obiect eliminarea concurenţei pe o piaţă care este dependentă de materia primă furnizată de entitatea vizată.

După cum am menționat anterior, există numeroase practici abuzive, iar pentru a înțelege efectele acestora este important să se pătrundă în esența fiecăreia: caracterul, modul de acțiune și efectele pe care le externalizează.

Printre cele mai des întâlnite practici de abuz este ***practicarea unor prețuri excesive***. Pentru stabilirea faptului că prețul aplicat este excesiv, trebuie să fie întrunite cumulativ următoarele condiții [159]:

1) diferența între costurile de producere suportate de facto și prețul perceput trebuie să fie excesivă; și

2) dacă diferență este excesivă, prețul trebuie să fie inechitabil în sine sau în comparație cu produsele concurente.

Dacă ne referim la prima condiție, putem menționa că nu este stabilită o limita peste care prețul poate fi considerat excesiv, ceea ce împovărează constatarea caracterului excesiv, iar la a doua condiție se face o comparație cu produsele similare de pe o alta piață comparabilă, chiar și din zone geografice diferite.

Identificarea caracterului excesiv al preţurilor în cazul pieţelor relevante pe care sunt prezente entități dominante este destul de anevoioasă, din cauza frecvenţei preţurilor crescute pe aceste piețe. De asemenea, nu putem ignora faptul că prețurile excesive pot avea şi efecte pro-concurenţiale, stimulând intrarea noilor concurenți pe piaţă.

Deși demonstrarea prețurilor excesive este destul de complicat, totuși se consideră că aplicarea unor prețuri care sunt excesive, pentru că nu există un coraport rezonabil cu valoarea economică a produsului furnizat, reprezintă un abuz. Excesul poate fi explicat prin evaluarea diferenței dintre costurile de producție și prețul de vânzare, fapt ce ar dezvălui marja de profit.

În cazul în care diferența dintre costurile suportate și prețul aplicat este excesivă putem spune că prețul este în sine inechitabil în comparație cu produsele care se află în concurență [56].

Nu doar prețurile excesive pot fi considerate abuzive, ci și aplicarea prețurilor extrem de reduse reprezintă în sine un comportament abuziv, care are drept scop, pe termen lung, eliminarea concurenților, fiind caracterizat de înregistrarea pierderilor pe termen scurt, care, ulterior, pot fi recuperate prin aplicarea prețurilor excesive.

În literatura de specialitate există foarte multe controverse referitoare la standardul de preț relevant (cost mediu variabil, cost total mediu etc.), care trebuie luat în considerare pentru stabilirea caracterului „de ruinare" al prețului practicat de întreprinderea dominantă. Cel mai des, caracterul abuziv al prețului se stabilește în raport cu costul mediu total, prețurile peste nivelul costului mediu se prezumă a fi concurențiale. În acest context, trebuie să menționăm că nu toate prețurile, situate sub nivelul costului mediu total, pot fi considerate abuzive, vânzarea în pierdere fiind justificată în cazul produselor perisabile (cu scopul de a diminua pierderile) sau în cazul introducerii unui produs nou pe piață [146, p.132].

Potrivit Legii pentru protecția concurenței nr 183, prețul de ruinare constituie *prețul inferior costului mediu variabil aplicat de o entitate aflată într-o poziție dominantă pe piața relevantă în scopul eliminării concurenților* [114].

Experiența UE referitoare la situațiile de abuz prin aplicarea prețurilor de ruinare subliniază faptul că entitățile cu poziție dominantă nu dispun de același drept ca și entitățile care nu dețin poziție dominantă, de a utiliza prețuri mai mici decât costul mediu total, dar mai mare decât prețul mediu variabil (cauza France Telecom) [56].

Deși toate entitățile au dreptul să concureze prin prisma prețului, o entitate cu poziție dominantă poate face obiectul unei eventuale evaluări mult mai des, mai ales dacă există indicii că comportamentul său are scopul bine definit de eliminarea concurenței.

O situație aparte constituie *stabilirea prețurilor diferite pentru prestații echivalente* în cazul cumpărătorilor diferiți. Micșorarea prețurilor în mod selectiv pentru anumiți consumatori, care ar avea posibilitatea de a migra la un concurent paralel cu menținerea prețurilor neschimbate pentru alți consumatori, care nu dispun de posibilitatea de a schimba furnizorul este considerată o practică abuzivă. Discriminarea categoriilor de consumatori prin intermediul prețurilor poate conduce la excluderea de pe piață a concurenților, prin reorientarea consumatorilor către concurentul/entitatea care oferă un preț mai mic, dar poate să deservească un număr mai mare de consumători, datorită practicării prețurilor mai competitive pentru consumatorii-țintă.

În acest sens, în practica europeană se întâlnesc foarte des cazuri în care entitatea dominantă oferea condiții mai favorabile pentru entitățile-țintă care, de obicei, sunt consumatorii concurenților sau consumatorii fideli ai entității dominante și condiții mai puțin favorabile pentru entitățile nefidele [55]. Astfel, prin practicile de diferențiere a prețurilor și oferirea rabaturilor și reducerilor selective se creează condiții dezavantajoase și pentru clienții și concurenții de pe alte piețe.

Pe lângă efectele anticoncurențiale, cauzate de acordarea *rabaturilor condiționate* sau necondiționate de anumite praguri cantitative sau procentuale sau de o obligație de exclusivitate, se desprind și efecte pro-concurențiale. Efectele pozitive se răsfrâng atât asupra entități dominante, cât și asupra consumatorilor. Pe de o parte, consumatorii contribuie la recuperarea rapidă a investițiilor entității dominante prin cumpărarea unui volum mai mare de produse, iar pe de altă parte practicarea unor prețuri mai reduse oferă celor din urmă, posibilitatea de a economisi sau de a majora cantitatea cumpărată, fapt ce facilitează creșterea veniturilor entității dominante etc.

O altă practică abuzivă o constituie legarea și gruparea, aceasta se referă la situația în care clienții care cumpără un produs (produsul care leagă) sunt obligați să cumpere și alt produs complementar (de obicei) de la întreprinderea dominantă (produs legat) [159]. Pe când gruparea se referă la modul în care produsele sunt oferite și la prețul care este practicat de întreprinderea dominantă. Gruparea poate fi:

1) ***simplă***, în cazul în care produsele sunt vândute numai împreună în proporții fixe;
2) ***mixtă***, în cazul în care produsele sunt puse la dispoziție și separat, dar suma prețurilor atunci când sunt vândute separat este mai mare decât prețul grupat.

Legarea și gruparea *per se* nu sunt ilegale, fiind considerate practici benefice pentru consumatori în contextul reducerii de preț, însă în cazul în care sunt practicate de o entitate cu poziție dominantă, fiind condiționată vânzarea produsului care leagă de cumpărarea produsului legat, pot produce efecte de blocare a concurenților pe una dintre piețele relevante și pot diminua bunăstarea consumatorului.

Metoda prestațiilor grupate sau vânzarea legată a produselor/serviciilor condiționează probleme referitoare la crearea unor bariere de intrare pe piață, excluderea concurenților prin deplasarea puterii de piață de pe piața bunului care leagă pe piața bunului legat. Legarea sau gruparea pot avea și efecte pozitive atât pentru consumatori, cât și pentru entitatea dominantă, cum ar fi: creșterea calității produselor oferite, economii pentru consumatori și economii de scară pentru entități.

Refuzul de a aproviziona – o altă practică anticoncurențială, menționată anterior, la care se referă refuzul de a furniza produse, materii prime, servicii unor clienți, refuzul de a acorda licență pentru drepturi de proprietate intelectuală, refuzul de a acorda accesul la o instalație sau la o rețea esențială pentru desfășurarea activității entităților refuzate.

Refuzul de a aproviziona constituie încălcare în cazul în care entitatea dominantă intra în concurență pe piața din aval cu întreprinderea pe care refuză să o aprovizioneze. În cazul dat, nu este necesar un refuz direct, este suficient și un refuz indirect, sub forma de întârziere excesivă sau impunerea unor condiții inechitabile în schimbul furnizării produsului cerut.

În scopul asigurării libertății contractuale (de acțiune) a entității dominante, nu orice refuz este considerat o violare a legislației concurențiale, însă acesta se consideră a avea un caracter abuziv dacă sunt întrunite cumulativ următoarele condiții [111, p.114]:

a) se referă la un produs care este necesar pentru a putea concura pe o piață din aval;
b) probabilitatea de eliminare a concurenței eficiente pe piața din aval; și
c) probabilitatea de a prejudicia consumatorii.

Drept exemplu de efecte negative ale acestei practici menționăm excluderea de pe piață a unui sau mai multor concurenți existenți sau crearea impedimentelor privind intrarea pe piață a unui nou concurent, fapt ce ar cauza probleme financiare serioase concurenților mai ales dacă aceștia dețineau o poziție favorabilă pe piață și înregistrau venituri semnificative sau dacă aceasta era unica piață de desfacere.

Experiența Uniunii Europene demonstrează că este necesar să se acorde o atenție deosebită procesului de analiză a comportamentului entităților dominante. Există situații simple când poziția dominantă, abuzul şi efectele acestuia se regăsesc pe aceeaşi piaţă [48], spre exemplu în cauza Michelin, care oferea reduceri de fidelitate ce cresc odată cu volumul achizițiilor. Aceste reduceri sunt considerate abuzive, iar poziția dominantă, abuzul și efectele acestuia au loc pe aceeași piață.

Există, însă, şi situații complexe, când poziția dominantă, abuzul și efectele acestuia se află pe pieţe diferite [49], cum ar fi în cauza Commercial Solvents, unde Commercial Solvents, care deținea poziție dominantă pe piața de materie primă pentru medicamente de tratare a tuberculozei, a refuzat livrarea materiei prime către concurenții săi și, în schimb, a creat o întreprindere proprie de producere a medicamentelor de tratare a tuberculozei. Prin urmare, în cazul dat, poziția dominată și abuzul au avut loc pe piață materiei prime, pe când efectul s-a resimțit pe piața producerii medicamentelor.

Este de menționat faptul că nu toate acțiunile unilaterale ale entităților, ce dețin poziție dominantă, sunt orientate spre eliminarea concurenței, acestea pot avea drept scop creșterea

eficienței entității, având, astfel, efecte pozitive pe piață prin stimularea creșterii eficienței concurenților. În cazul în care pentru justificarea acțiunilor anticoncurențiale, entitatea dominantă invocă creșterea eficienței, pentru probarea acestui fapt trebuie să fie întrunite următoarele condiții [114]:

a) creșterea eficienței datorită practicii aplicate (îmbunătățirea calității bunului sau reducerea costului de producție);

b) lipsa unei alternative care ar conduce la creșterea eficienței;

c) creșterea eficienței compensează efectele negative;

d) nu este distorsionată sau eliminată concurența.

În cauza Hilti vs Comisia [55], Curtea de Justiţie a examinat justificarea practicii Hilti, care producea pistoale de cuie şi obliga consumatorii să cumpere tot de la Hilti şi cuiele şi cutiile cu cuie, pentru a elimina posibilele situaţii de pericol şi utilizarea neconformă a echipamentului. Justificarea Hilti precum că procurarea cuielor şi a cutiilor pentru cuie de la alţi producători este periculoasă pentru securitatea şi sănătatea utilizatorilor nu a fost acceptată, întrucât de inofensivitatea produselor erau responsabile instituţiile de stat, abilitate în acest domeniu. Hilti, prin practica sa de cuplare a produselor (erau trei pieţe diferite de pistoale pentru cuie, de cuie şi de cutii pentru cuie) şi deţinerea poziţiei dominante pe piaţa de pistoale de cuie, a prejudiciat concurenţa, în acest caz fiind demonstrată existența practicii abuzive.

De menționat faptul că obligația de justificare este pusă pe seama entității cu poziție dominantă, pe când sarcina evaluării argumentelor și probelor aduse de întreprinderea dominată întru justificarea practicii abuzive îi revine autorității de concurență.

Practicile de excludere care mențin, creează sau consolidează o poziție dominantă pe o piață ce se apropie de cea de monopol, pe motiv că acestea stimulează și eficiența, nu pot fi justificate [111, p. 103].

Sancţionarea comportamentelor de afaceri, considerate abuzive, are loc doar în contextul în care acestea au caracter anticoncurenţial. În vederea constatării caracterului anticoncurenţial al practicilor abuzive în timp au fost dezvoltate mai multe teste [111, p. 129], printre care:

- testul privind afectarea bunăstării consumatorilor,
- testul sacrificării profiturilor sau a lipsei justificării economice a comportamentului,
- testul excluderii concurentului la fel de eficient.

Fiecare test enumerat are atât avantajele, cât și dezavantaje, dar niciunul nu este valabil pentru toate categoriile de abuz. Astfel, se menționează faptul că fiecare caz se examinează

într-o manieră individuală în dependență de piața relevantă, de maturitatea acesteia, de numărul de participanți, de clienții entității investigate, de efectul produs etc.

Testul *afectării bunăstării consumatorilor* analizează efectele unui anumit comportament de afaceri în raport cu modificările pe care acesta le generează asupra bunăstării consumatorilor. Obiectivul evaluării în cadrul acestui test este verificarea măsurii în care comportamentul de afaceri duce la reducerea bunăstării consumatorilor. Testul permite sancţionarea practicilor de afaceri care nu aduc beneficii nete consumatorilor. Totodată, acest test permite entităților, a căror comportament de afaceri restrânge concurenţa, aducând totuşi beneficii majore consumatorilor care depăşesc în importanţă eventualele efecte negative ce pot decurge din practica anticoncurenţială, să beneficieze de exceptare de la sancţiune.

Testul sacrificării profiturilor sau lipsa justificării economice a practicii de afaceri urmăreşte sancţionarea entităților care îşi asumă pierderi în scopul excluderii de pe piaţă a concurenţilor. Evaluarea pornește de la premisa că entitățile îşi sacrifică profiturile în trei situaţii:

a) când vânzarea în pierdere este necesară în vederea limitării pagubelor;
b) existenţa dorinţei de intrare pe pieţe noi;
c) dorinţa excluderii de pe piaţă a concurenţilor sau prevenirea intrării pe piaţă a noilor concurenţi.

În comparație cu testul afectării bunăstării consumatorilor, acest test prezintă avantajul că poate fi efectuat mai simplu, punând accent pe situaţia financiară a entității, aspect care poate fi verificat de către autorităţile din domeniul concurenţei prin analiza documentelor contabile ale entității în cauză. Sacrificiul poate fi probat prin faptul, dacă ca rezultat al practicării preţurilor sub costuri pentru toată sau pentru o parte din producţia sa, entitatea a înregistrat sau continuă să înregistreze pierderi care ar fi putut fi evitate prin aplicarea prețurilor raționale. În asemenea situații, ca punct de plecare, pentru evaluarea măsurii în care o entitate dominantă suferă sau a suferit pierderi evitabile, se va considera costul evitabil mediu, adică cheltuielile care puteau fi evitate în scenariu contrafactual.

Dacă o entitate dominantă practică un preţ inferior costului evitabil mediu pentru toată sau pentru o parte din producţia sa, nu își recuperează costurile de producție suferind o pierdere care ar fi putut fi evitată, dacă nu era produsă cantitatea suplimentară. Astfel, practicarea unor preţuri inferioare costului evitabil mediu va fi considerată, în majoritatea cazurilor, ca fiind o indicaţie clară a existenţei unui sacrificiu [96].

Conceptul de sacrificiu nu include doar practicarea unor preţuri inferioare costului mediu. Astfel, se poate verifica dacă pretinsele practici abuzive au dus, pe termen scurt, la

diminuarea veniturilor nete, acestea fiind inferioare celor care ar fi putut fi înregistrate în condiţiile unor practici alternative, în acest caz nu vor fi, însă, comparate practicile reale cu alternative ipotetice sau teoretice care ar fi putut fi mai profitabile. Vor fi analizate numai strategii de afaceri care reprezintă alternative reale şi fiabile din punct de vedere economic, având în vedere condiţiile de piaţă şi realităţile comerciale cu care se confruntă entitatea dominantă.

În acest sens, analiza se va putea baza pe probe directe, ce constau în documente provenite de la entitatea dominantă care indică, în mod clar, o strategie de eliminare a concurenţei, cum ar fi un plan amănunţit de sacrificare a profiturilor, orientat spre excluderea unui concurent sau pentru împiedicarea intrării pe piaţă etc.

Testul concurentului la fel de eficient se orientează spre facilitarea trasării unei linii de delimitare între comportamentele de afaceri loiale şi cele care au ca scop excluderea concurenţilor de pe piaţă prin îngreunarea excesivă a condiţiilor concurenţiale pe piaţă. Rezultatul evaluării indică măsura în care comportamentul de afaceri contribuie sau nu la excluderea de pe piaţă a unor concurenţi la fel de eficienţi ca și entitatea dominantă, adică a unor întreprinderi care prezintă un nivel al costurilor de producţie la fel de eficient. Conform testului concurentului la fel de eficient, excluderea de pe piaţă a entităților mai puţin eficiente din punct de vedere economic decât entitatea dominantă nu este susceptibilă aplicării normelor de drept european al concurenţei [184, p. 121]. În anumite circumstanţe, un concurent mai puţin eficient poate exercita, de asemenea, o presiune care trebuie luată în considerare la evaluarea practicilor de excludere bazate pe preţ care poate cauza o blocare a pieței cu caracter anticoncurenţial.

Testul concurentului la fel de eficient poate fi fiabil doar în ipoteza în care sunt disponibile date economice suficient de exacte aferente entităților care activează pe o anumită piaţă. În cazul în care este posibil, sunt utilizate informaţii cu privire la costurile entității dominante, dacă astfel de date nu sunt disponibile pot fi utilizate date privind costurile concurenţilor sau alte date comparabile. Dacă se demonstrează că există măcar un concurent la fel de eficient, care poate concura cu preţurile aplicate de entitatea dominantă, se va conchide, că de principiu, probabilitatea, ca politica de preţ, aplicată de entitatea dominantă să aibă un impact negativ asupra concurenţei eficiente şi asupra consumatorilor, este forte redusă.

În situația inversă, dacă analiza sugerează că preţul practicat de entitatea dominantă riscă să ducă la excluderea unor concurenţi la fel de eficienţi, atunci se va examina și posibilitatea existenței practicilor cu caracter anticoncurenţial orientate spre eliminarea concurenților [111, p.91].

Autoritățile de resort vor interveni atunci când acțiunile entităților pot să ducă la afectarea concurenței, următorii factori fiind considerați relevanți în evaluarea pretinselor practici abuzive:

- *poziția de piață a entității dominante.* Cu cât poziția dominantă este mai puternică, cu atât este mai mare probabilitatea ca aceste practici să afecteze concurența;
- *caracteristicile pieței relevante sau condițiile existente* pe această piață relevantă. Acestea includ condițiile de intrare pe piața și de expansiune, cum ar fi: existența unor economii de scară și/sau de scop și efectele de rețea. Economiile de scară se referă la faptul că este mai puțin probabil ca niște concurenți să intre sau să rămână pe o piața dacă entitatea dominantă blochează o parte importantă din piața respectivă. În mod similar, aceste practici îi pot permite entității dominante să influențeze o piață în favoarea sa ori să își consolideze poziția pe piață. De asemenea, dacă barierele la intrarea pe piața din aval și/sau din amonte sunt considerabile, atunci, pentru concurenții potențiali s-ar putea să fie mult prea costisitoare depășirea acestora pentru intrarea pe o piață integrată vertical cu entitatea dominantă;
- *poziția de piață (cota) a concurenților entității dominante.* Aceasta se referă la importanța concurenților pentru menținerea unei concurențe eficiente. Astfel, un concurent poate avea un rol concurențial important, chiar dacă deține o cotă de piața redusă în comparație cu alți concurenți. Drept exemplu în acest sens poate fi un concurent deosebit de inovator sau un concurent care reduce în mod sistematic prețurile;
- *poziția de piață a clienților sau a furnizorilor entității dominante.* În cadrul acestui criteriu, din perspectiva constatării abuzului de poziție dominantă, prezintă importantă măsura în care întreprinderea dominantă exercită practicile abuzive numai asupra anumitor consumatori sau furnizori de factori de producție care pot avea o importanță deosebită pentru intrarea pe piață sau pentru expansiunea concurenților. În ceea ce privește clienții, poate fi vorba de aplicarea unor condiții mai favorabile clienților sensibili la ofertele alternative ale altor furnizor, pentru a-i fideliza. De asemenea, vor fi analizate strategiile, aflate la dispoziția clienților sau furnizorilor de factori de producție, care ar putea contribui la contracararea practicilor abuzive ale entității dominante;
- *intensitatea pretinselor practici abuzive.* În general, cu cât este mai ridicată ponderea vânzărilor totale pe piața relevantă afectată de practicile presupus abuzive, cu cât

durata acestora este mai mare, cu atât este mai mare probabilitatea afectării concurenţei;

- *existenţa unor eventuale probe ale unei blocări efective*. Dacă aceste practici au loc pe o perioadă semnificativă de timp, performanţa pe piaţă a entității dominante şi a concurenţilor săi poate oferi probe directe privind caracterul anticoncurenţial al practicilor aplicate. Astfel de probe ar putea fi: creşterea sau consolidarea cotei de piaţă a entității dominante; marginalizarea concurenților actuali sau potenţiali pe piaţă; eşecurile de intrare pe piaţă etc.;
- *probe directe privind existenţa unei strategii de excludere.* Acestea includ documente interne care conţin probe directe ale unei strategii de excludere a concurenţilor, precum un plan amănunţit de exercitare a anumitor practici pentru excluderea unui concurent, pentru împiedicarea intrării unor entități sau pentru prevenirea apariţiei unei pieţe, a unor ameninţări concrete privind acţiuni de excludere etc. Asemenea probe directe pot fi utile pentru interpretarea practicilor entității dominante.

La instrumentarea cauzelor se vor analiza factorii generali menţionaţi anterior, alături de factorii specifici anumitor tipuri de comportamente abuzive, precum şi orice alt factor utili. În mod normal, evaluarea se efectuează prin compararea situaţiei actuale sau probabil viitoare de pe piaţa respectivă (în condiţiile existenţei practicilor entității dominante) cu situația de piaţă ipotetică (contrafactuală) care ar exista în absența practicilor respective [111, p.92].

1.3. Concluzii la capitolul 1

Conceptul de concurență, rolul și esența concurenței au fost abordate în mod divers, în diferite perioade de timp. Practic fiecare abordare asupra esenței și funcțiilor concurenței a influențat, mai mult sau mai puțin, activitatea legiuitorilor cu referire la implicarea lor în dirijarea procesului concurențial. Definiția și efectele concurenței au fost obiectul primar de cercetare al numeroaselor școli economice, care au încercat să descopere cele mai reușite căi pentru a beneficia de efectele pozitive, stabilizatoare și a reduce efectele mai puțin favorabile. Totuși, nu putem spune că până acum s-a creat vreun tipar de succes care ar regla mecanismul concurențial, aducându-l la forma sa teoretică, de concurență pură și perfectă.

Menționăm că au existat numeroși teoreticieni, care au studiat fenomenul concurenței și, în special, efectele pozitive ale acestuia asupra tuturor actorilor pieței.

Totodată, definiția concurenței a trecut prin mai multe etape de dezvoltare, fiind abordată în lucrările diferitor autori, pe parcursul mai multor decenii, printre care menționăm următorii savanți care au adus un aport semnificativ pentru dezvoltarea conceptului concurenței prin studierea detaliată a acestui fenomen: A. Smith și D. Ricardo, L. Walras, A. Cournout, A. Marchal, V. Pareto, J.M. Keynes, J.A. Schumeter, J. Robinson și E. H. Chamberlin, F. Von Hayek, J. S. Bain, J.B.Clarke, G.Stigler, Y.Brozen etc.

Drept rezultat al celor relatate anterior, concluzionăm că conceptul de concurență și esența concurenței ca fenomen economic a parcurs o cale lungă de dezvoltare, suferind numeroase metamorfoze, uneori chiar contradictorii, trecând de la modelul utopic de concurență pură și perfectă la modelul real, cel al concurenței imperfecte, de la negarea implicării statului până la susținerea implicării neapărate a regulatorilor, ca într-un final să ne regăsim la momentul actual când se optează pentru o cale de mijloc pentru reglementarea moderată a concurenței, totuși, lăsându-se loc și pentru procesele firești de echilibrare a pieței. Cu alte cuvinte, nu mai există acel absolut concurențial de la care s-a pornit această evoluție.

Deși au existat numeroase studii referitoare la concurență, iar școlile de gândire economică fie suplineau acest concept, fie se contraziceau pe marginea anumitor aspecte, realizând o bază fundamentală de cunoștințe referitoare la esența, funcțiile, mecanismele de acțiune și efectele concurenței asupra diferitor subiecți pe piață, totuși nu s-a ajuns la un numitor comun privind definiția unică a concurenței. Analizând multitudinea definițiilor, autorul sintetizează următoarele abordări ale concurenței:

- *Mecanism de reglare a echilibrului pe piață;*
- *Formă de manifestare a libertății de acțiune;*
- *Confruntare/rivalitate/luptă între concurenți, pentru divizarea unui anumit scop;*
- *Mecanism de selecție și promotor al inovațiilor și progresului tehnologic;*
- *Mecanism de eficientizare a alocării resurselor;*
- *Factor de asigurare a bunăstării consumatorilor și a economiei per general etc.*

Cu referire la abordarea concurenței ajustată la realitatea economică actuală, autorul definește concurența drept *o manifestare a competiției sau a rivalității între cel puțin doi indivizi sau entități economice (grupuri de entități sau grupuri sociale) care se află în același mediu (pe aceeași piață) pentru un scop economico-financiar care nu poate fi obținut simultan de toți participanții, fiind posibilă doar divizarea acestuia, în același timp constituind un potențial promotor al eficienței de alocare, al inovațiilor și al progresului tehnologic* [143, p.

239], *în condițiile unei competiții eficiente, loiale, fără implicarea comportamentelor anticoncurențiale.*

În rezultatul cercetării efectuate, autorul a constatat că uneori în această luptă „concurențială" este subminată libertatea consumatorului și diminuată intensitatea efectelor pozitive asupra dezvoltării economice printr-un șir de acțiuni, care, pe termen lung, pot avea consecințe negative asupra rezultatelor financiare ale concurenților asupra echilibrului pieței și asupra stabilității economice a statului. Aici putem constata cu încredere necesitatea intervenției raționale a statului în menținerea unui mediu concurențial eficient.

Generalizând numeroasele aspecte, care pot afecta echilibrul pieței și competiția eficientă pe o piață, autorul constată că o atenție deosebită trebuie acordată ***abuzului de poziție dominantă*** (fie unică sau colectivă), deoarece acesta poate limita, distorsiona și elimina concurența în mod ireversibil, fiind afectați nu doar concurenții direcți, clienții, ci și consumatorii finali.

În acest context, autorul a descris existența mai multor practici anticoncurențiale care pot fi aplicate de o entitate cu poziție dominantă, însă printre cele mai des aplicate se numără: *prețurile de ruinare, prețurile excesive, reducerile și rabaturile retroactive, clauzele distincte pentru prestațiile echivalente, refuzul de furnizare* etc. Însă, trebuie să menționăm că enumerarea dată nu este exhaustivă, deoarece odată cu creșterea nivelului de concurență se dezvoltă și noi metode de „evitare" a acesteia.

Totodată, gradul de restabilire a mediului concurențial, distorsionat de un eventual abuz de poziție dominantă, depinde de complexitatea efectelor negative pe care acesta le-a provocat. Însă, există situații în care eliminarea unui sau a mai multor concurenți nu este rezultatul unui abuz, ci mai degrabă sunt date de eficiența economică a entității, de gradul de inovare și dezvoltare tehnologică a acesteia și alți factori care nu implică un abuz.

Prin urmare, concluzionăm că pentru determinarea unui abuz de poziție dominantă și evaluarea corectă a efectelor acestuia este necesară o analiză complexă care va lua în considerare toate circumstanțele pieței și va determina valoarea financiară și prejudiciile pe care le-au suportat entitățile economice implicate și consumatorii. Ulterior analizei minuțioase, va fi posibilă identificarea măsurilor necesare pentru restabilirea mediului concurențial.

2. EVALUAREA IMPACTULUI ECONOMICO-FINANCIAR AL ABUZULUI DE POZIŢIE DOMINANTĂ

2.1. Analiza efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă pe piața Uniunii Europene

Politica concurenţială a Uniunii Europene a apărut la sfârşitul secolului al XIX-lea, ca reacţie la formarea marilor trust-uri, compuse din entități care îşi coordonau activitatea pe o anumită piaţă relevantă, sub aspectul volumului producţiei şi a preţurilor produselor şi serviciilor oferite pe piaţă. Primele reglementări în domeniul concurenţei au apărut în anul 1890 în Statele Unite ale Americii şi în Austria, în 1923 – în Germania şi în 1919 – în Marea Britanie. Începuturile politicii concurențiale a Uniunii Europene le regăsim în primele tratate privind înființarea Comunităților Europene, anume Tratatul privind înfiinţarea Comunităţii Europene a Cărbunelui şi Oţelului din 1951 (Tratatul de la Paris) şi Tratatul privind Comunitatea Economică Europeană din 1957 (Tratatul de la Roma) [111 p. 135].

Dintre instituţiile europene implicate în aplicarea politicii concurenţiale enumerăm:

- Parlamentul European (care are atribuții legislative, consultative şi de control democratic exercitat asupra activităţii Comisiei Europene);
- Consiliul European (care are atribuții la numirea membrilor Comisiei Europene);
- Consiliul Uniunii Europene (care are atribuții legislative şi executive – prin Consiliul de Competitivitate);
- Comisia Europeană (care deţine rolul major în supravegherea implementării politicii din domeniul concurenţei);
- Instanţele Uniunii Europene (care exercită control jurisdicţional asupra deciziilor Comisiei);
- Banca Centrală Europeană, Curtea de Conturi şi Comitetul Economic şi Social (care au atribuții consultative).

Cadrul legal al politicii Uniunii Europene în domeniul concurenței cu referire la poziția dominantă cuprinde prevederile din:

- Tratatele Uniunii Europene (articolul 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene);
- Regulamentele de către Consiliul Uniunii Europene şi Parlamentul European;
- Comunicările Comisiei Europene privind cooperarea între autorităţile naţionale din domeniul concurenţei;

- Normele fără efect obligatoriu care conțin orientări şi linii directoare ale Comisiei destinate autorităților naționale de concurenţă.

Printre practicile declarate incompatibile cu mediul concurențial al Uniunii Europene, în contextul Tratatului de Funcționare a Uniunii Europene se numără [169]:

a) impunerea, direct sau indirect, a prețurilor de vânzare sau de cumpărare sau a altor condiții de tranzacționare inechitabile;

b) limitează producția, comercializarea sau dezvoltarea tehnică în dezavantajul consumatorilor;

c) aplicarea în raporturile cu partenerii comerciali a unor condiții inegale la prestații echivalente, astfel creând acestora un dezavantaj concurențial;

d) condiționarea încheierii contractelor de acceptare de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte.

În continuare vom analiza efectele abuzului de poziție dominantă pe piața Uniunii Europene în baza celor mai răsunătoare cazuri examinate de Comisia Europeană. Având o experiență bogată în evaluarea cazurilor de abuz, la fel ca şi Statele Unite ale Americii, pe exemplul acestor cazuri este oportună evaluarea efectelor abuzului de poziție dominantă pe piață UE.

Abuzul de poziție dominantă – Cazul Microsoft

Unul dintre cele mai mediatizate cazuri din experiența constatării abuzului de poziție dominantă în UE este cazul Microsoft – cel mai mare producător de programe și aplicații informatice. Dat fiind faptul că la momentul inițierii abuzului Microsoft deținea peste 90% din piața globală a sistemelor de operare pentru PC (calculatoare personale), și această cotă de piață s-a menținut cel puțin până în anul 2015, de la începutul perioadei de investigații (1998) în comparație cu Apple, concurentul său principal, care nu a reușit să depășească o cotă mai mare de 5% [123].

Comportamentul abuziv al companiei Microsoft a fost caracterizat pe două dimensiuni, și anume: refuzul de a furniza și cuplarea produselor. O caracteristică comună atât pentru primul caz, privind refuzul de a furniza informații necesare pentru asigurarea interoperabilității sistemului de operare pentru diverse tipuri de programe furnizate de diferite companii, cât și în cazul cuplării programului Windows Media Player la sistemul de operare, este faptul că Microsoft deținea o cotă de piață mai mare de 90% pe piața sistemelor de operare pentru computere personale (PC) și peste 60% din piața sistemelor de operare pentru serverele de grup.

Luând în considerare cota mare de piață a Microsoft și cota neînsemnată a concurenților săi, se poate constata cu certitudine dominanța pe piață a corporației Microsoft. În astfel de situații se acordă o atenție deosebită comportamentelor entității dominante pentru a evita efectele negative, fiind necesară o evaluare amplă pentru determinarea efectelor asupra actorilor pieței.

Tabelul 2.1. Cota de piață a principalilor ofertanți de sisteme de operare, anii 2000-2016

Compania	**2000**	**2004**	**2008**	**2012**	**2016**
Microsoft	97,0 %	89,7%	93,79%	79,18%	88,66%
Apple	-	2,7%	0,35%	4,78%	5,92%
Altele	-	7,6%	5,86%	16,04%	5,42%

Sursa: Elaborat de autor conform datelor [123], [166], [154].

În cazul dat, în urma investigației care a durat mai mult de 5 ani, s-a demonstrat, totuși, abuzul de putere dominantă din partea Microsoft pe piața UE prin restricționarea deliberată a interoperabilității de sistem, pentru producătorii concurenți de sisteme de operare pentru servere de grup și prin cuplarea serviciilor prin incorporarea programului pentru redarea fișierelor media (Windows Media Player - WMP) în programul de operare Microsoft Windows pentru calculatoarele personale [53].

Aceste acțiuni au permis companiei Microsoft să-și consolideze poziția dominantă pe piața sistemelor de operare pentru serverele de grup, care stau la baza sistemelor informatice ale corporațiilor, fapt ce a majorat riscul de eliminare a tuturor concurenților, cu ulterioare consecințe financiare suportate de clienți. Prin urmare, comportamentele Microsoft nu doar au limitat și redus concurența pe piața dată, dar și au cauzat cheltuieli suplimentare de adaptare pentru consumatori și au limitat posibilitatea consumatorului de a alege și a concurenților de a acționa. Totodată, s-a constatat că comportamentul abuziv al Microsoft a afectat concurența și pe piața programelor media. Abuzurile de genul dat, în special în sectorul TIC descurajează inovațiile, deteriorează competitivitatea produselor și afectează negativ consumatorul final atât în termeni de preț, cât și în termeni de calitate.

Tabelul 2.2. Analiza comparativă a veniturilor din vânzări a sistemului de operare Microsoft pentru perioada 2000-2004 (miliarde USD)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**
Microsoft	22,8	25,3	28,4	32,2	36,8	36,8
Apple	8,00	5,4	5,7	6,2	8,3	13,9
Linux	-	-	-	-	-	0, 61

Sursa: Elaborat de autor în baza [166], [123].

În anul 2004, veniturile Microsoft erau de patru ori mai mari decât cele ale concurentului său Apple. Din tabelul 2.2 observăm că veniturile companiei Apple au scăzut

brusc în anul 2001 când Microsoft a început acțiunile anticoncurențiale de la 8,00 miliarde la 5,4 miliarde, pe când cele ale companiei Microsoft înregistrau o creștere constantă. Considerăm că diminuarea veniturilor companiei Apple se datorează, în mare parte, acțiunilor anticoncurențiale întreprinse de Microsoft.

Tabelul 2.3. Analiza comparativă a profiturilor nete din vânzări ale sistemului de operare Microsoft pentru perioada 2000-2004 (miliarde USD)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**
Microsoft	9,4	7,3	5,4	7,5	8,2	12,3
Apple	0,8	0,0	0,0	0,1	0,3	1,3

Sursa: Elaborat de autor în baza [166], [123].

Efectele financiare asupra concurenților Microsoft pot fi deduse și din tabelul 2.3. Dacă analizăm profiturile nete ale principalului concurent Microsoft observăm că în perioada 2001-2004 acestea s-au diminuat drastic, în unele cazuri înregistrând chiar valori nule, ca ulterior, în 2005 (după încetarea comportamentului abuziv al Microsoft) să înregistreze o creștere bruscă de la 0,3 miliarde USD la 1,3 miliarde USD. Deși valoarea vânzărilor companiei Apple, în perioada vizată, înregistra valori pozitive, profitul net s-a diminuat datorită contra-acțiunilor pe care aceasta le-a întreprins pentru a se menține pe piață și pentru a atrage noi clienți.

Argumentele aduse împotriva Microsoft au constituit excluderea concurenţilor de pe piaţa sistemelor de operare pentru serverele de grup, prin transferarea puterii de pe piaţa sistemelor de operare pentru calculatoarele personale pe piața sistemelor de operare pentru servere, reducerea libertății de alegere a consumatorilor şi excluderea concurenților prin încorporarea programului Windows Media Player în sistemul de operare Windows.

Pentru remedierea situației create entitatea Microsoft a fost obligată [53]:

- să divulge informațiile de interoperabilitate în schimbul unor redevențe nesemnificative, fapt ce va permite concurenților să dezvolte produse care pot să devină competitive pe piața serverelor de grup;
- să realizeze o variantă a programului Windows, fără aplicația Windows Media Player (WMP), precum și Comisia Europeană a interzis companiei Microsoft să aplice prețuri mai ridicate pentru versiunile sistemelor de operare fără WMP față de cele cu WMP incorporat, precum și a condiționat menținerea aceluiași nivel de funcționalitate pentru ambele sisteme de operare;
- a fost impusă o amendă de 497 de milioane de euro.

Prin urmare, cuplarea/legarea de către Microsoft a produsului media player are ca efect excluderea concurenților de pe piață și, respectiv, reducerea opțiunilor consumatorilor,

deoarece produsele concurente sunt în dezavantaj care nu este legat de prețul și calitatea acestora.

Datele disponibile indică deja o tendință clară în favoarea tehnologiilor Windows Media Player. În absența intervenției din partea autorităților de resort, legarea WMP de Windows influența orientarea definitivă a consumatorilor în favoarea Microsoft. Aceasta ar permite Microsoft să controleze piețele conexe din sectorul media digital, cum ar fi: tehnologia de codare, software-ul pentru difuzarea de muzică pe Internet și gestionarea drepturilor digitale etc.

În general, legarea WMP de sistemele de operare Microsoft este un exemplu al unui model de afaceri mai general, care, dat fiind monopolul virtual al Microsoft în sistemele de operare PC, împiedică inovația și reduce opțiunile de a alege ale consumatorilor [39].

Remediul propus de către Comisie în cazul încorporării aplicaţiei media în sistemul de operare Windows are şi el limitele lui. Microsoft a fost condiționată să producă o variantă a programului fără aplicaţia WMP, însă nu s-a ţinut cont de faptul că Microsoft beneficiază în continuare de posibilitatea să vândă produsul cu sau fără aplicaţia media la acelaşi preţ şi, astfel, remediul propus nu și-a atins scopul scontat.

În ceea ce priveşte eficienţa remediilor, oferite de către Comisia Europeană în acest caz, există careva dubii în eficiența lor, luând în considerare schimbările rapide care se produc în cadrul acestei industrii şi durată extinsă a investigaţiei. Chiar dacă remediile ar fi fost eficiente, în principiu, momentul la care intervin (după nouă ani de la declanșarea investigaţiei) face ca remediile să nu corespundă situației actuale, doar în cazul în care se ține cont de schimbările produse pe piață pe parcursul acestei perioade.

Comisia nu a ţinut cont de justificarea entității Microsoft pentru comportamentul său, anume posibilitatea reorientării dezvoltatorilor de aplicaţii către platforma oferită de serverele de grup şi abandonarea treptată a platformelor formate din sistemele de operare pentru calculatoarele personale, datorită avantajelor de cost oferite de o asemenea opţiune.

Relevanţa cotelor de piaţă din perspectiva menţinerii poziţiei dominante este una limitată pentru industria tehnologiei informaţiei. Aceasta este supusă schimbărilor tehnologice rapide, cotele de piaţă ridicate specifice acestor pieţe fiind temporare, liderii pieţei fiind înlocuiți de către cei mai eficienţi concurenţi ai momentului care aduc pe piață inovaţii majore.

Rabaturi Retroactive – Cazul INTEL

Un alt caz de rezonanță în experiența Uniunii Europene este cel al abuzului de poziție dominantă a companiei INTEL, care avea drept scop eliminarea concurentului principal AMD.

Abuzul a fost constatat în anul 2009, companiei Intel fiind aplicată una din cele mai mari amenzi din istoria UE – 1,06 miliarde Euro şi obligată să înceteze imediat toate practicile abuzive [73, p.181].

Dacă analizăm cotele de piață ale acestor doi concurenți pe piața procesoarelor pentru PC, AMD este al doilea cel mai mare furnizor de procesoare după Intel, care în perioada 2001-2007 deținea peste 70% din piața procesoarelor x86, care, în 2009, înregistra venituri de peste 22 miliarde Euro anual, dintre care aproximativ 30% proveneau din Europa.

De menţionat că cotele de piață ale acestor doi concurenți în perioada în care a avut loc abuzul au fost în descreștere pentru AMD și în creștere pentru Intel. Fluctuațiile cotelor de piață sunt prezentate în tabelul 2.4.

Tabelul 2.4. Cota pe piață a vânzărilor de procesoare x 86 ale Intel și AMD, anii 2002- 2006, %

Anul	Cota de piață pe unități vândute		Cota de piață în baza venitului	
	Intel	AMD	Intel	AMD
2002	83	17	87	13
2003	85	15	88	12
2004	86	14	89	11
2005	84	16	88	12
2006	79	21	84	16

Sursa: Elaborat de autor după [73, p. 184-185].

Conform acestor date, putem constata că Intel deținea un nivel foarte înalt din vânzările mondiale de procesoare x86, de la 83%, în 2002, la 79%, în 2006, iar veniturile din aceste vânzări ale Intel au ajuns de la 87%, în 2002, până la 84%, în 2006. Dată fiind cota de piață mare a companiei Intel, care indica puterea semnificativă pe piață și posibilitatea de a influența concurentul său AMD și de a împiedica potențialii concurenți de a intra pe piață, și, în plus, nici un concurent nu ar pute aplica prețuri competitive și să limiteze acțiunile Intel, deoarece niciunul dintre concurenți nu ar putea acapara o cotă de piață atât de mare într-o perioadă atât de scurtă de timp, în cazul în care Intel ar impune prețuri excesive.

Capacitatea de producție a AMD nu avea șanse să depășească posibilitățile Intel, nici din punct de vedere al cantității și nici pe dimensiunea calității produselor (evident, fără a investi resurse financiare suplimentare), uneori aceasta nu reușea să satisfacă cererea pentru produsele sale [73, p. 184] în comparație cu Intel, AMD ocupa pe piață o poziție de nișă și deservea o cantitate mică de utilizatori finali. Dacă ne referim la potențialii concurenți ai Intel pe piața procesoarelor x86, nici aceștia nu ar putea să constrângă într-un mod oarecare acțiunile Intel, deoarece ei ar trebui să obțină licență de producere tot de la Intel.

Cotele de piață ale producătorilor de computere Dell, HP, IBM (Lenovo din 2005), implicați în activitățile anticoncurențiale, cumulate, pe diferite segmente unde se utilizau

procesoarele x86, în medie, ajungeau la 68%, după cum urmează: 70% pe piața serverelor, 65% pe piața laptopurilor comerciale și 70% pe piața desktopurilor comerciale [73, p.185]. Deținând aceste piețe, Intel și-a asigurat o poziție mai mult decât favorabilă pe piață, fiind în stare să influențeze piață în direcția dorită.

Tabelul 2.5. Cotele de piată, Dell, HP, IMB (Lenovo), anii 2000-2006

Anul	Servere				Laptopuri comerciale				Desktopuri comerciale			
	Dell	**HP**	**IBM (Lenovo)**	**Total**	**Dell**	**HP**	**IBM (Lenovo)**	**Total**	**Dell**	**HP**	**IBM (Lenovo)**	**Total**
2000	16	40	13	**69**	22	17	21	**60**	30	29	11	**70**
2001	19	36	14	**69**	25	15	21	**61**	31	29	13	**73**
2002	21	34	17	**72**	24	16	21	**61**	34	26	14	**74**
2003	22	33	18	**73**	25	16	22	**63**	37	23	15	**75**
2004	21	32	19	**72**	27	15	24	**66**	37	22	15	**74**
2005	21	34	18	**73**	29	17	22	**68**	38	22	13	**73**
2006	21	35	18	**74**	29	18	19	**66**	39	23	12	**74**

Sursa: Elaborat de autor după [74, p. 185, 186].

În perioada 2002-2006, Dell, HP, IMB (Lenovo) deținеau o cotă semnificativă pe piețele sus menționate– peste 70%, Intel având posibilitatea de a monopoliza aceste piețe prin aplicarea unor măsuri anticoncurențiale de cooperare. Pentru a-și consolida poziția pe piață prin eliminarea concurentului principal, compania Intel a acordat rabaturi și plăți ascunse producătorilor de calculatoare Dell, HP, NEC, IBM (Lenovo) cu condiția că aceştia vor cumpăra de la Intel toate procesoarele x86 necesare pentru producerea calculatoarelor. Intel a efectuat, de asemenea, plăți directe către cel mai mare vânzător de PC-uri din Europa – Media Saturn Holding (MSH), cu condiția că acesta va stoca numai computere cu procesoare Intel x86. Totodată, Intel a efectuat plăți directe către producătorii de calculatoare – HP, Acer, Lenovo – pentru a opri sau întârzia, intenționat, lansarea anumitor produse care conțin procesoare x86 ale unui concurent și pentru a limita canalele de vânzări disponibile pentru aceste produse.

O mare parte din rabaturile acordate companiei Dell erau sume fixe, iar o altă parte erau sub formă de discount pentru procentul de achiziții a procesoarelor Intel din totalul necesar și nu pe numărul de unități vândute, fapt ce, la prima vedere, pare o măsură competitivă de cooperare.

Odată ce concurentul principal al Intel a început să devină mai competitiv, în perioada 2004- 2006, Intel, în loc să concureze prin politica de preț, adică prin oferirea unor prețuri mai competitive, a intensificat rabaturile către companiile sus menționate. Deoarece reducerile pentru produsele care nu erau amenințate de concurență nu aveau sens pentru stimularea

partenerului de a cumpăra în continuare, Intel oferea plăți pentru exclusivitate care diminuau cheltuielile companiei Dell, majorând profiturile acesteia. În același timp, Intel a interzis Dell să utilizeze reducerile oferite pentru a aplica o politică de preț mai competitivă pe piața aval. Pe lângă acestea, Intel a influențat compania Dell să nu utilizeze produsele AMD pentru lansarea noilor computere prin majorarea plăților de loialitate (exclusivitate). În pofida tuturor stimulentelor pe care le oferea Intel, prețurile pentru clienții corporativi erau peste nivelul competitiv de prețuri pe această piață.

Acțiunile anticoncurențiale ale companiei Intel au diminuat considerabil posibilitatea concurenților săi de a concura la justa valoare a meritelor procesoarelor x86 produse de aceștia. Acest fapt a provocat pierderi financiare concurenților Intel prin majorarea cheltuielilor în cazul investițiilor irecuperabile sau cu randament scăzut și diminuarea considerabilă a profiturilor pe perioada abuzului cât și după, datorită pierderii cotei de piață a concurenților. Prin urmare, a fost influențată negativ și posibilitatea consumatorilor și clienților de a alege, în același timp fiind descurajate și inițiativele de inovare în acest sector.

Acțiunile Intel erau orientate spre eliminarea de pe piață a concurentului principal, AMD. Condițiile de oferire a rabaturilor pentru producătorii de calculatoare erau diferite și au avut loc în intervale de timp distinse, spre exemplu [73, p.184]:

- Rabaturile, oferite companiei Dell în perioada 2012 –2005, erau condiționate de procurarea exclusivă a procesoarelor Intel.
- Plățile către Acer erau efectuate pentru întârzierea lansării unui calculator care utiliza procesoarele AMD, din septembrie 2003 – ianuarie 2004.
- Din noiembrie 2002 – mai 2005, au fost oferite rabaturi companiei HP pentru procurarea procesoarelor Intel în proporție de 95% din cantitatea necesară pentru producerea calculatoarelor, restul – 5% puteau fi procurate de la AMD.
- Compania NEC a fost condiționată să cumpere nu mai puțin de 80% din necesarul de procesoare de la Intel, pentru perioada octombrie 2002 – noiembrie 2005.
- În 2007, Intel a oferit rabaturi companiei Lenovo pentru procurarea procesoarelor Intel pentru tot segmentul de laptopuri, fapt care a cauzat excluderea procesoarelor AMD din utilizarea Lenovo pentru laptopuri.
- Intel a mai acordat plăți celei mai mari rețele de comercializare de calculatoare personale - Media Saturn Holding (MSH), condiționate de vânzarea exclusivă a computerelor bazate pe procesoarele Intel.

Acțiunile anticoncurențiale ale Intel pentru menținerea cotei de piață și încrederea pentru stabilitatea puterii de piață au redus din potențialul de inovare a companiei, fapt care i-a

dezavantajat față de concurentul principal AMD, care, între timp, a lansat produse mult mai competitive și mai inovative. Creșterea competitivității produselor AMD a făcut partenerii Intel să dubiteze de profitabilitatea acordurilor încheiate cu Intel, care, de fapt, s-au adeverit a fi dăunătoare atât reputației companiilor implicate, cât și stabilității financiare a acestora.

Din datele prezentate în tabelul 2.4 sesizăm o creștere atât a veniturilor care au crescut cu 5% în 2006, față de anul precedent, cât și a cotei de piață AMD de la 12% în 2005 la 16% în 2006, în perioada imediat următoare a remediilor aplicate de către Comisia Europeană, fapt ce demonstrează că acțiunile anticoncurențiale ale Intel au afectat, totuși, posibilitatea de expansiune a AMD.

Rabaturile și reducerile nu sunt considerate, per se, măsuri anticoncurențiale, însă în cazul când acestea sunt orientate spre impunerea anumitor condiții de cumpărare sau vânzare care ar putea afecta concurenții și consumatorii, acestea sunt strict interzise.

Prețurile de ruinare – Wanadoo Interactive (France Telecom)

Dacă ne referim la o altă practică anticoncurențială, cum ar fi *prețurile de ruinare*, putem menționa cazul Wanadoo Interactive S.A. (Wanadoo). Comisia Europeană a constatat, în 2003, că Wanadoo Interactive SA (Wanadoo) a urmărit o politică de prețuri de ruinare în ceea ce privește serviciile sale Pack eXtense și Wanadoo ADSL, ca parte a unui plan de excludere a concurenților pe piața de acces la internet de mare viteză. Prețurile de ruinare, după cum a fost menționat și anterior, pot apărea atunci când o firmă dominantă concurează cu prețurile unui rival vânzând produsele sau serviciile sale la un preț mai mic decât costul acestora. Firma dominantă ar putea înregistra pierderi, dar va recurge la o astfel de strategie în scopul eliminării rivalului (rivalilor) de pe piață [56].

La momentul abuzului, Wanadoo face parte din grupul France Télécom. În urma investigațiilor s-a constatat că, de la sfârșitul anului 1999 până în octombrie 2002, serviciile Wanadoo au fost comercializate la prețuri mai mici decât costurile medii (până în august 2001, prețurile erau considerabil mai mici decât costurile variabile medii, iar în perioada august 2001 – octombrie 2002, prețurile erau aproximativ egale cu costurile variabile, dar, totuși, sub costurile totale). Entitatea a fost amendată cu 10,35 milioane de euro [56].

În rezultatul practicilor abuzive, compania Wanadoo și-a sacrificat profiturile, înregistrând pierderi semnificative. Aceste practici au coincis cu planul companiei de a acapara piața strategică pentru accesul la internet de mare viteză. În timp ce compania Wanadoo înregistra pierderi majore, France Telecom, care la acel moment deținea aproape 100% pe piața vânzărilor de servicii ADSL pentru furnizorii de internet (inclusiv Wanadoo), anticipa profituri majore din vânzarea serviciilor ADSL [149].

Cota deţinută de Wanadoo Interactive pe piaţa internetului de mare viteză a atins 50% la 31.03.2001, urmată de o creştere considerabilă până la 72% în anul 2002.

Activităţile grupului Wanadoo erau divizate în: oferirea portalurilor de acces şi e-comerţ şi servicii pentru clienţii corporativi. În perioada 2000-2002, compania a înregistrat rezultate impresionante în primul sector, fapt ce s-a datorat creşterii numărului utilizatorilor şi dezvoltarea serviciilor de internet de mare viteză.

În anul 2000, grupul Wanadoo a înregistrat o cifră de afaceri consolidată de 1 111 milioane de euro (brut) şi un rezultat net consolidat de 102 milioane de euro. Cifra de afaceri a serviciilor pentru utilizatorii corporativi s-a ridicat peste 741 milioane de euro în acel an, adică mai mult de două treimi din cifra de afaceri consolidată a Wanadoo SA şi filialele sale [78]. Veniturile din segmentul de acces, portal şi comerţ electronic au totalizat 370 milioane de euro. Cifra de afaceri de la accesul la Internet a reprezentat 22% din totalul cifrei de afaceri consolidate. Directoriile şi serviciile pentru utilizatorii corporativi au generat o cifră de afaceri (brută) de peste 225 milioane de euro.

Grupul Wanadoo a realizat un rezultat operaţional de 63,534 milioane de euro în 2001 şi plus 28,5 milioane de euro în prima jumătate a anului 2002. Rezultatul net consolidat pentru cele două perioade a ajuns la 193,2 milioane de euro şi, respectiv, 38,5 milioane de euro [78].

Contribuţia celor două segmente principale ale grupului poate fi rezumată după cum urmează:

- Cifra de afaceri a activităţilor grupului a fost de 715 milioane de euro şi 516 milioane de euro (adică 45% din totalul grupului) în 2001 şi în prima jumătate a anului 2002;
- Segmentul de exploatare pentru aceste două perioade a fost, respectiv, de 359 milioane de euro şi de 112 milioane de euro. Directoarele şi serviciile pentru utilizatorii de afaceri au generat cifra de afaceri de 848 milioane de euro (54% din totalul grupului) în 2001 şi 401 milioane de euro (43% din totalul grupului) în 2004.

În prima jumătate a anului 2002, rezultatul operaţional al segmentului dat, în aceste două perioade, s-a ridicat la 218 milioane de euro şi 125 milioane de euro, respectiv.

Dacă ne referim la cotele de piaţă ale companiei Wanadoo interactive, pe piaţa internetului de viteză mare, în perioada 2000-2002, sesizăm că odată cu creşterea cotelor de piaţă au crescut şi veniturile companiei, aceste majorări au coincis cu perioada de abuz. Este evident că cota de piaţă s-a majorat pe seama diminuării cotelor de piaţă a concurenţilor, fapt ce indică efectele negative ale acţiunilor abuzive.

Tabelul 2.6. Cota de piață a Wanadoo Interactive pe piața internetului de mare viteză (%)

	31.12.00	**31.03.01**	**30.06.01**	**30.09.01**	**31.12.01**	**31.03.02**	**30.06.02**	**30.08.02**
Total	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*	[…]*
Wanadoo	[40-50]*	[50-60]*	[50-60]*	[60-70]*	[60-70]*	[70-80]*	[70-80]*	[70-80]*

Sursa: Elaborat de autor în baza [78].

Comisia Europeană a constatat faptul că Wanadoo Interactive beneficiase, prin intermediul „relaţiei" sale cu grupul France Telecom, de avantaje care au contribuit la poziţia sa dominantă şi că niciunul dintre concurenții Wanadoo Interactive nu ar fi putut pretinde acordarea unui sprijin tehnic şi logistic în termeni de rețea comercială în Franța la fel de determinant ca şi cel oferit de France Telecom.

Cu referire la cazul de abuz de dominanță, Comisia Europeană a stabilit că existența unor prețuri de ruinare este stabilită în următoarele situații:

- nerecuperarea costurilor medii variabile, care în sine este suficientă pentru a justifica constatarea unui abuz;
- nerecuperarea costurilor medii complete, în cazul în care acest lucru este însoțit de o intenție de a elimina concurenții.

Comisia Europeană a considerat că costurile variabile legate de achiziționarea abonatului au fost compensate de veniturile pe care Wanadoo Interactive a contat să le obțină de la acest abonat, împărţind aceste costuri variabile nerecurente de-a lungul a 48 de luni, astfel aceasta ar fi ţinut cont de durata de viaţă tipică a unui abonament care ar putea servi drept referinţă unei întreprinderi care urmăreşte recuperarea sumei investite.

Conform principiului amortizării imobilizărilor, au fost analizate separat acoperirea costurilor variabile ajustate şi cea a costurilor totale ajustate, afirmând că, în jurisprudenţă, sunt prevăzute două teste de acoperire a costurilor, după cum acţiunile entității dominante se înscriu sau nu în cadrul unui plan ce vizează îndepărtarea concurenţilor.

Referitor la venituri se menționează că acestea cuprind: prețul cu amănuntul, venitul din audiență și publicitatea.

Metoda de calcul, utilizată de Comisia Europeană, a fost următoarea:

cost = costuri de achiziție a clientului / 48 + costuri lunare recurente

Astfel, Comisia Europeană a constatat că în perioada 01.03.2001 – 31.07.2001 Wanadoo Interactive nu şi-a acoperit costurile variabile, iar între 01.08.2001 – 15.10.2002 nu şi-a acoperit costurile totale.

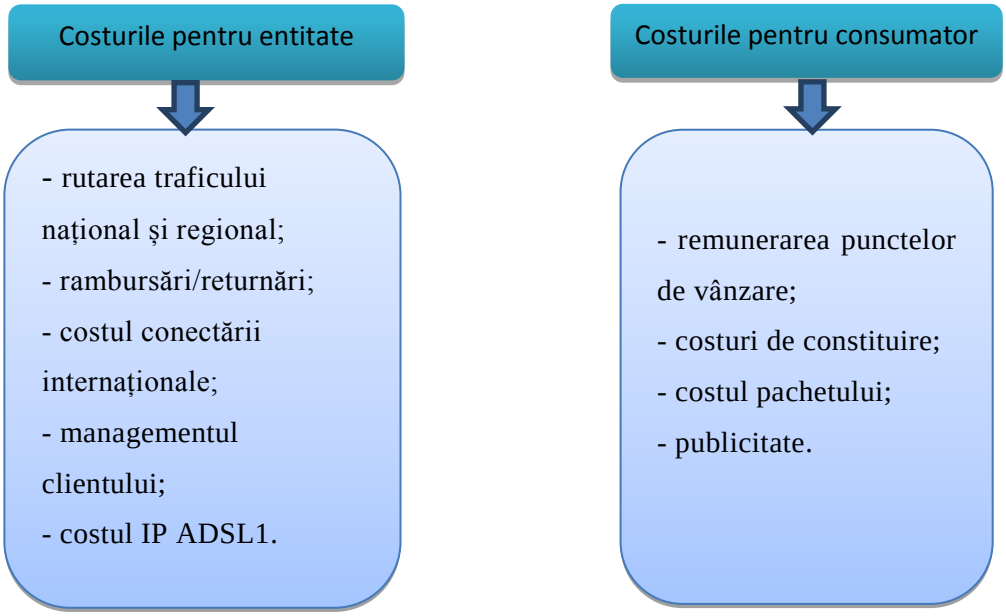


Fig. 2.1. Costurile suportate de entitate și consumator în cazul Comisiei Europeană vs. Wandoo Interactive

Sursa: Elaborată de autor conform [78].

În apărarea sa, compania Wanadoo Interactive a adus argumentul că este dreptul oricărui operator de a se alinia cu bună-credinţă la preţul practicat anterior de un concurent, fapt ce reprezintă esenţa procesului concurenţial. Compania Wandoo susține că prețurile mai mici decât costurile pot fi perfect justificate prin alte scopuri decât dorința de a elimina concurența. În primul rând, aceasta susține că încearcă să realizeze economii de scară, iar în al doilea rând, prețurile sale sub nivelul mediu al costurilor sunt un beneficiu pentru piață, în ansamblu. Prețurile sub costuri au drept efect subvenționarea clienților, care, de fapt, este un efect pozitiv pentru consumator. În sfârșit, chiar dacă ar fi dominantă, societatea este obligată de presiunea concurențială existentă sau potențială de a se alinia la prețurile stabilite de alți concurenți.

Acest argument, în loc să legitimeze ruinarea, subliniază, unul dintre obiectivele raționale ale acestui comportament de stabilire a prețurilor sub nivelul costurilor, explicându-l prin dorința de a rezerva entității, implicate în practica abuzivă, beneficiile economiilor de scară de pe piață și de a întârzia, în consecință, pentru concurenți, înregistrarea aceluiași volum, care le va permite să concureze în egală măsură. Pentru justificarea acestui motiv, trebuie să se demonstreze că astfel de câștiguri/avantaje nu ar fi putut fi obținute prin alte mijloace decât prin aplicarea prețurilor inferioare costurilor. În cazul dat, nu există nici o

garanție că astfel de câștiguri nu ar fi putut fi obținute în condițiile normale de dezvoltare a pieței.

O altă justificare a Wanadoo Interactive sugerează că aceasta a ales inițial să-și sacrifice profiturile pentru a sensibiliza utilizatorii despre internetului de mare viteză, de care, la rândul său, ar fi beneficiat și concurenții săi, prin urmare, majorarea numărului de clienți ar fi contribuit la reducerea costurilor rețelei [56].

În repetate rânduri, Wanadoo Interactive a susținut că în calitate de participant nou pe piața relevantă, a fost nevoit să se alinieze la prețurile practicate de concurenți. Această afirmație provoacă dubii legate de poziția pe piață a Wanadoo Interactive, care, de fapt, nu putea fi considerată nouă pe piață. Însă, reglementările în domeniul dat prevăd că alinierea operatorului dominant la prețurile promoționale ale operatorului nedominant nu este justificată, întrucât politica de prețuri a entității dominante nu îi permite să-și acopere costurile. Prin urmare, doar noile întreprinderi intrate pe piață sau cele care nu exercită poziție dominantă au dreptul să practice prețuri promoționale pe durate limitate, singurul obiectiv fiind atragerea atenției consumatorilor asupra existenței produsului, iar astfel de oferte nu au niciun impact negativ asupra pieței. Pe de altă parte, alinierea de către operatorul dominant la prețurile promoționale ale unui operator non-dominant nu este justificată. Chiar dacă este adevărat că nu se interzice alinierea operatorului, această opțiune nu îi este valabilă din moment ce ar conduce la nerecuperarea costurilor serviciului în cauză. Chiar dacă se află într-o poziție dominantă, entitatea are dreptul deplin de apărare a intereselor comerciale proprii, totuși entitatea vizată trebuie să țină cont că are o responsabilitate majoră de a evita ca acțiunile sale de apărare să afecteze (să limiteze sau să denatureze) într-o oarecare măsură concurența [69].

Deşi Wanadoo susținea că diminuarea prețurilor a fost o reacție de aliniere a prețurilor la prețurile principalilor concurenți - Noos, T-Online France, Mangoosta, însă s-a constatat că, de fapt, prețurile acestora erau, în medie, cu 11-20% mai mari decât cele oferite de entitatea dominantă. Ca rezultat al politicii de preț promovate de Wanadoo interactive, compania Mangoosta a fost nevoită să-şi majoreze prețurile cu 20% pentru a-și recupera pierderile, fapt ce nu i-a favorizat prea mult situația pe piață. Însă, după majorarea prețurilor de către concurentul său, Wanadoo Interactive nu a schimbat politica de preț.

În cazul dat, Comisia Europeană a considerat că practicarea prețurilor de ruinare trebuie sancționată de îndată ce există un risc de eliminare a concurenților, fără dovada unei șanse reale de recuperare a pierderilor.

După analiza cotelor de piață și a efectelor relației cu France Telecom, Comisia Europeană a decis că a existat poziție dominantă a Wanadoo Interactive pe piața relevantă.

Perioada de încălcare a fost stabilită între 1 martie 2001 și 15 octombrie 2002. Durata încălcării s-a întins pe o perioada de 19 luni, fiind considerată încălcare de durată medie, amenda fiind crescută cu încă 15%. După cum a fost menționat, amenda de bază a fost stabilită la 10,35 milioane de euro [56].

Bariere la intrarea pe piață – Morgan Stanley versus Visa

Un alt situație examinată de Comisia Europeană este cazul Morgan Stanley vs Visa International și VISA Europe cu privire la refuzul neîntemeiat de a face livrări către anumiți beneficiari.

Ca urmare a examinării acestui caz, Comisia Europeană a constatat un abuz de poziție dominantă a companiilor Visa International și Visa Europe prin refuzul acordat băncii Morgan Stanley posibilitatea de a deveni membru VISA, respectiv de a emite carduri Visa și de a accepta tranzacții Visa [71].

Decizia Visa de a nu acorda, în perioada 2000-2006 Morgan Stanley Bank calitatea de membru al sistemului, a avut la bază faptul că fondatorul Morgan Stanley Bank, care este Morgan Stanley SUA, gestionează un alt sistem de carduri – Discover, care nu este operat în Uniunea Europeană. Astfel, conform regulii Visa, solicitanții, considerați concurenți ai corporației, nu pot fi acceptați ca membri ai sistemului fără a fi membri ai Visa Europe. Morgan Stanley Bank a fost considerat de către Visa drept concurent, deși sistemul Discover, administrat de către Morgan Stanley, era operat numai pe teritoriul SUA, nu și în Uniunea Europeană.

Prin refuzul său de a accepta Morgan Stanley ca membru al sistemului au restricționat concurența prin următoarele [71]:

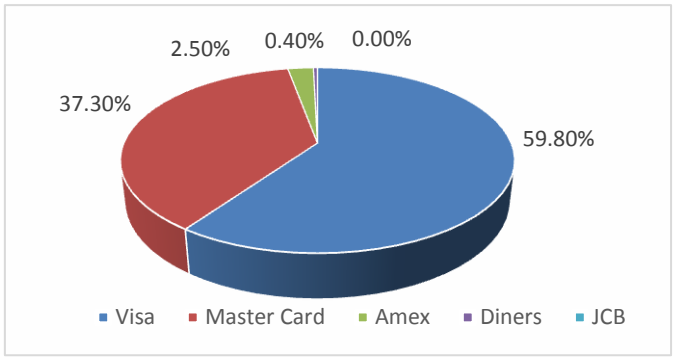
- Regula aplicată Morgan Stanley a împiedicat intrarea acesteia pe piața creditelor din Marea Britanie și a amânat lansarea pe piața cardurilor debit.
- Comportamentul Visa a avut efecte anticoncurențiale pe piața relevantă.

Poziția dominantă a companiei Visa pe piața Marii Britanii este dată de:

- Numărul de carduri emise,
- Valoarea tranzacțiilor,
- Numărul vânzătorilor care acceptă aceste carduri, consolidându-și poziția pe piață prin creșterea puternică înregistrată în ultimii ani.

Dacă ne referim la numărul de utilizatori Visa, în perioada abuzului, raportul RBR 2006 [70] constată că există aproximativ de două ori mai mulți deținători de carduri Visa în Marea Britanie decât deținători de carduri MasterCard. În anul 2004, Visa (cu 44,5 milioane de carduri) deținea 60% din numărul total de carduri de credit și de debit emise în Marea Britanie.

Cumulat, numărul cardurilor de debit și de debit/credit Visa și MasterCard constituia peste 97% din piața britanică de carduri în circulație.



Sistemul	Numărul de carduri	% din total	Ponderea cumulată, %
Visa	44 455	59,8	59.8
Master Card	27 735	37,3	97,1
Amex	1 821	2,5	99,6
Diners	300	0,4	100
JCB	6	0,00	100
Total	74 317	100	

Fig. 2.2. Numărul cardurilor de credit și debit/credit în circulație în Marea Britanie, 2004

Sursa: Adaptată după [71].

În mod normal, vânzătorii se orientează mai mult spre acceptarea brandurilor de carduri cu o răspândire mai mare și mai puțin cele deținute de un număr mic de deținători.

Puterea de piață a companiei Visa este evidențiată și de faptul că aceasta este cea mai populară în Marea Britanie din perspectiva tranzacțiilor, deținând o cotă de 60%, adică circa de două ori mai mult decât MasterCard (34%). Valoarea cumulată a tranzacțiilor efectuate cu cardurile Visa și MasterCard ajungea la peste 94% din valoarea totală a tranzacțiilor pe piața britanică.

Tabelul 2.7. Cota de piață relativă: valoarea totală a tranzacțiilor pe piața Marii Britanii (2002- 03)

Sistemul	Achiziții	% din total	Ponderea cumulată, %
Visa	65 388	60	60
MasterCard	37 096	34	94
Amex	Confidențial		
Diners			
JCB			
Total	109 550	100	

Sursa: Adaptat după [71].

Rețelele Visa și MasterCard sunt substanțial mai mari decât cele ale Amex și Diners Club în ceea ce privește acceptarea de către comercianți: pe baza datelor furnizate de băncile cumpărătoare din Marea Britanie ca parte a cererilor de informații din martie 2004, la 31 decembrie 2003, numărul total de comercianții din Regatul Unit, care acceptau cardurile Visa, au fost de 365 661 comercianți, iar numărul total al celor care au acceptat cardurile MasterCard

era de 365 658 comercianți. Cât despre mărcile de carduri rămase, din figura 2.3 observăm că cardurile Amex au fost acceptate de aproximativ jumătate din numărul de comercianți care acceptă carduri Visa și MasterCard, în timp ce cardurile Diners Club erau folosite de un număr mult mai redus de comercianți.

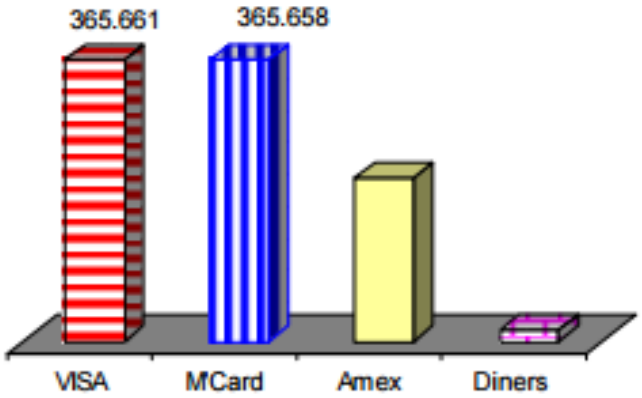


Fig. 2.3. Cota de piață relativă: numărul de comercianți în Marea Britanie, 2003

Sursa: [71].

Un astfel de rezultat nu este surprinzător, având în vedere numărul cardurilor Visa și MasterCard aflate în circulație.

Numărul practic identic de comercianți, care acceptă cardul Visa (365 661) și cardurile MasterCard (365 658), se datorează faptului că băncile se oferă să achiziționeze ambele mărci de carduri împreună, ca pachet, pentru a satisface cererea comercianților pentru un astfel de servicii. Este de remarcat faptul că doar cinci comercianți, din totalul de 365.662 comercianți din Marea Britanie care au acceptat carduri Visa și/sau MasterCard în 2003, au acceptat una dintre celelalte două mărci menționate, reprezentând 0,001% din totalul comercianților britanici care acceptă Visa/MasterCard.

Analiza bazei de comercianți, care acceptă cardurile Visa/MasterCard în Marea Britanie, în perioada 2000-2003, a indicat o creștere considerabilă pentru ambele tipuri de carduri, în decurs de 4 ani. Numărul total de comercianți, în Marea Britanie, care au acceptat aceste carduri în perioada analizată, a crescut cu 30%, cu o rată de creștere de 9%, fapt ce indică că aceste branduri și-au consolidat poziția atât pe piața în amonte, cât și pe cea în aval, pe când cotele de piață ale cardurilor Amex și Diners erau în descreștere. Dacă ne referim la dezavantajul pe care îl au celelalte tipuri de carduri, putem menționa că, de fapt, comercianții se orientează, preponderent, spre brandurile de carduri care au un potențial mai mare de creștere a numărului de deținători, prin urmare șansa acestora de a-și majora numărul de comercianți și, respectiv, de deținător descresc considerabil.

În acest context, activitatea Morgan Stanley pe piața Marii Britanii a fost împiedicată. Datorită faptului că băncile furnizează serviciile pentru cardurile Visa și MasterCard cuplate, comercianții preferă să coopereze cu o singură bancă pentru deservirea acestor tranzacții. Excluderea unei entități din membrii sistemului Visa are drept consecință împiedicarea sau limitarea activității acestuia pe piața analizată. Pe baza celor menționate mai sus, se pare că nu este posibil ca, în practică, Morgan Stanley să ofere contracte de achiziție pentru numai MasterCard, deoarece nu există cerere de servicii de achiziție a tranzacțiilor doar MasterCard, iar acest lucru nu ar fi posibil din punct de vedere comercial, atât timp cât sistemele Visa și MasterCard sunt utilizate concomitent de comercianții din Marea Britanie, și foarte puțin dintre ei acceptă tranzacții în baza unui singur sistem.

Pentru ca un acord să fie restrictiv prin efect, acesta trebuie să afecteze concurența reală sau potențială într-o asemenea măsură încât să poată avea efecte negative asupra prețurilor, producției, inovației sau varietății sau calității bunurilor și serviciilor. În ceea ce privește, în special, o restricționare a concurenței potențiale (de regulă, în cazul în care un potențial participant este împiedicat să concureze pe piață), trebuie să se verifice dacă structura pieței și contextul juridic în care funcționează permit intrarea unui nou concurent pe piața relevantă și asigură posibilitatea acestuia de a concura cu entitățile deja existente.

Dacă ne referim la posibilitatea Morgan Stanley de a concura cu Visa și MasterCard prin sistemul Discover din SUA, acesta nu are nici o posibilitate reală de a concura, deoarece deține o răspândire foarte mică pe piața UE. Prin urmare, regulile aplicate Morgan Staley de sistemul Visa și condițiile pieței la momentul dat au împiedicat intrarea Morgan Stanley pe piața britanică.

Comisia Europeană a stabilit faptul că aplicarea Regulii pentru Morgan Stanley a constituit un abuz de poziție dominantă și a restrâns concurența, deoarece a împiedicat Morgan Stanley să intre pe piața achiziționării cardurilor de debit și de credit din Marea Britanie și Uniunea Europeană. În acest context, s-a constatat că nu există posibilitatea reală ca Discover, rețeaua de carduri administrată de Morgan Stanley USA, să intre pe piața Uniunii Europene deoarece [71]:

1) Discover a fost lansat în Statele Unite ale Americii în colaborare cu cel mai mare retailer din SUA (Sears), iar Morgan Stanley nu are echivalent Sears pentru lansarea Discover în Europa.
2) Discover este un sistem de carduri operat în SUA, cu o cotă de piață relativ mică și acceptare limitată a cardurilor la nivel internațional.

Totodată, refuzul nu a fost strict necesar pentru buna funcționare a sistemului Visa deoarece:

a) proprietarii sau acționarii altor rețele de plată au fost admiși ca membri Visa;

b) Morgan Stanley Bank nu este un concurent al Visa în UE și nu există posibilități reale ca Discover să se extindă în UE.

În plus, aplicarea Regulii Visa pentru Morgan Stanley nu a fost necesară, deoarece puteau fi utilizate măsuri mai puțin restrictive pentru a proteja confidențialitatea Visa. Admiterea Morgan Stanley Bank ca membru Visa a avut loc 22 septembrie 2006, fără nici o explicație de ce motivele invocate anterior nu mai sunt valabile. După ce a devenit membru Visa, Morgan Stanley Bank și-a retras plângerea.

Până la admiterea Morgan Stanley Bank în calitate de membru Visa, în septembrie 2006, operațiunile cu carduri bancare ale Morgan Stanley Bank au fost limitate la emiterea cardurilor MasterCard în Marea Britanie. Din acest motiv, Morgan Stanley Bank nu a putut încheia contracte cu comercianții pentru instalarea POS de acceptare a cardurilor MasterCard, fără a putea să le ofere și acceptarea cardurilor Visa.

Ținând cont de durata încălcării (6,5 ani), precum și de gravitatea mare a încălcării, Comisia Europeană a aplicat Visa o amendă în mărime de 10 200 000 euro. Decizia Comisiei Europene a fost menținută de Tribunal și de Curtea Europeană de Justiție, chiar dacă după acceptarea sa în sistemul Visa, Morgan Stanley a retras plângerea.

Există numeroase cazuri de abuz de poziție dominantă, în care autoritățile de concurență au intervenit pentru a restabili mediul concurențial și pentru a proteja consumatorii. De menționat că pentru fiecare caz de abuz procesul de investigații și părțile implicate sunt diferite la fel ca și efectele și remediile propuse.

2.2. Evaluarea cazurilor de abuz de poziţie dominantă pe piaţa Republicii Moldova

Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei a fost creată prin Hotărârea Parlamentului nr. 21 – XVI din 16.02.2007, ca autoritate permanentă în administraţia publică centrală, având drept scop promovarea politicii statului în domeniul protecţiei concurenţei, pentru limitarea şi reprimarea activităţii anticoncurenţiale a entităţilor, autorităţilor administraţiei publice, precum şi pentru efectuarea controlului asupra executării legislaţiei cu privire la protecţia concurenţei.

În perioada 2012-2013 a avut loc reformarea cadrului legislativ în domeniul concurenţei şi instituţional, care s-a realizat prin reorganizarea Agenţiei Naţionale pentru Protecţia Concurenţei în Consiliul Concurenţei, care a devenit succesor de drept al acesteia.

Primele reglementări naţionale din domeniul concurenţei au apărut la începutul anilor 90, când a fost adoptată:

- Hotărârea Guvernului R.S.S.M. nr. 2 din 04.01.1991 cu privire la măsurile urgente de demonopolizare a economiei naţionale a R.S.S.M.;
- Legea nr. 906 din 29.01.1992 privind limitarea activităţii monopoliste şi dezvoltarea concurenţei.

Principiul libertăţii concurenţei şi protecţiei concurenţei loiale, de asemenea, este prevăzut de Constituţia Republicii Moldova [68].

La 30.06.2000, Parlamentul Republicii Moldova a adoptat o altă Lege, nr.1103, privind protecţia concurenţei, fără a abrogă expres Legea privind limitarea activităţii monopoliste şi dezvoltarea concurenţei din 29.07.1994. Legea nr.1103 din 30.06.2000 privind protecţia concurenţei, care interzice acţiunile agentului economic cu o poziție dominantă pe piaţă, precum şi acţiunile mai multor agenţi economici ce deţin în comun o astfel de situaţie care duc sau pot duce la limitarea concurenţei şi (sau) la lezarea intereselor unor entități economice, precum şi ale persoanelor fizice, inclusiv prin [114]:

a) impunerea condiţiilor contractuale nefavorabile sau condiţiilor care nu fac obiectul contractului;

b) constrângerea partenerilor contractuali de încheiere condiționată a contractelor, condițiile fiind legate de procurarea/vânzarea unor mărfuri /prestarea unor servicii sau de limitarea anumitor activități;

c) limitarea artificială a cantității de mărfuri pe piaţă, chiar în condițiile favorabile de producere;

d) aplicarea măsurilor discriminatorii care ar afecta poziția pe piață a entității vizate de contract şi ar defavoriza-o în raport cu alți actori ai pieței;

e) aplicarea restricţiilor la preţurile de revânzare a mărfurilor;

f) crearea obstacolelor la intrarea pe piaţă (ieşirea de pe piaţă) a unor entități economice;

g) stabilirea preţurilor sub costul mediu de producere (prețuri de dumping);

h) stabilirea preţurilor exagerate (de exploatare);

i) refuzul neîntemeiat de încheiere a contractelor cu anumiți cumpărători/ beneficiari.

Ulterior, la data de 11.07.2012, Parlamentul Republicii Moldova a adoptat Legea concurenţei nr. 183, ajustată la normele europene. În prezent, cadrul legal al politicii Republicii Moldova în domeniul concurenţei în partea cu privire la abuzul de dominanță este format din prevederile incluse în:

- Legea concurenţei nr.183 din 11.07.2012;
- Hotărârea Plenului Consiliului Concurenţei nr.16 din 30.08.2013 cu privire la aprobarea Regulamentului privind stabilirea poziţiei dominante şi evaluarea abuzului de poziţie dominantă;
- Hotărârea Plenului Consiliului Concurenţei nr. 22.01.2015 cu privire la aprobarea Regulamentului privind acceptarea angajamentelor propuse de către entități.

Astfel, Legea concurenţei interzice folosirea unei poziţii dominante pe piaţa relevantă în măsura în care aceasta poate afecta concurenţa sau leza interesele colective ale consumatorilor finali.

În tabelul 2.8 redăm activitatea Agenţiei Naţionale pentru Protecţia Concurenţei/Consiliului Concurenţei pe dimensiunea abuzului de poziţie dominantă pentru perioada 2007-2016.

Tabelul 2.8. Numărul de cazuri privind constatarea abuzului de poziţie dominantă, 2007-2016

Abuzul de poziţie dominantă	Anii										Total
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	27
	0	4	5	0	7	3	0	0	7	1	

Sursa: Elaborat de autor în baza [155], [156], [157], [158].

În scopul evaluării efectelor abuzului de poziție dominantă pe piața Republicii Moldova, autorul și-a propus să analizeze cele mai semnificative cazuri de abuz care au avut loc pe piața Republicii Moldova, printre care: *Bariere la intrarea pe piață – Cazul „Cartea Verde", Aplicarea condițiilor neechivalente la prestații echivalente – Cazul „Gările şi Staţiile Auto", Cazul „RED Union Fenosa", Cazul „Calea Ferată din Moldova", „MGH Ground Handling" S.R.L. versus „Avia Invest" S.R.L. etc.*

Bariere la intrarea pe piață – Cazul „Cartea Verde"

În anul 2009, a fost examinat un caz privind încălcarea legislației concurențiale pe piața asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde", fiind vizate câteva companii de asigurări, care, în virtutea poziției lor dominante, limitau accesul la sistemul de asigurări „Cartea Verde" al celorlalți asiguratori de pe piața relevantă [158].

Companiile de asigurări din Republica Moldova, care practică genul de asigurare de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”, sunt reprezentate în Consiliul de Birouri „Cartea Verde” de către Biroul Național al Asiguratorilor de Autovehicule. Biroul Național al Asiguratorilor de Autovehicule este format din două categorii de membri, care se diferenţiază după statutul lor în: membri cu drepturi depline şi asociaţi. Membrii cu drepturi depline sunt abilitaţi să emită din numele propriu certificate internaţionale de asigurare „Cartea Verde”.

În perioada investigată, membrii cu drepturi depline ai Biroului Național al Asiguratorilor de Autovehicule au fost companiile de asigurări: „Moldasig” S.R.L., „Asito” S.A., „Moldova Astrovaz” S.R.L. şi „Grawe Carat Asigurări” S.A. Prin urmare, companiile de asigurări menţionate erau abilitate să emită din numele propriu certificate internaţionale de asigurare „Cartea Verde”. Drept urmare, cele patru companii erau unicele companii abilitate să practice asigurarea de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”, fapt care a permis autorității de concurență să constate că acestea deţin în comun 100% din piaţa asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”.

În cadrul investigației s-a constatat faptul că participanții care activau pe piața dată, și anume: „Moldasig” S.R.L., „Asito” S.A., „Moldova Astrovaz” S.R.L. și „Grawe Carat Asigurări” S.A., au limitat accesul pe piața asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde” agenților economici „Moldcargo” S.R.L. și „Donaris- Group” S.A.

Acțiunea care a condus la limitarea accesului pe piață s-a manifestat prin stabilirea unei condiții suplimentare pentru obținerea calității de membru cu drepturi depline și dreptul de a elibera polițe internaționale de asigurare „Cartea Verde”, sub formă de contribuție la activele nete ale Biroul Național al Asiguratorilor de Autovehicule, întrucât condiția dată nu era prevăzută nici în Legea nr.414-XVI din 22.12.2006 cu privire la asigurarea obligatorie de răspundere civilă pentru pagube produse de autovehicule şi nici în Statutul Biroului Național al Asiguratorilor de Autovehicule [158].

Drept urmare a acțiunii întreprinse de cele patru companii, a fost limitat accesul pe piaţă pentru agenții economici „Moldcargo” S.R.L. și „Donaris- Group” S.A., ceea ce le permitea doar celor patru companii de asigurări membre cu drepturi depline („Moldasig” S.R.L., „Asito” S.A., „Moldova Astrovaz” S.R.L. şi „Grawe Carat Asigurări” S.A.) să desfăşoare activitatea pe piaţa asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”.

Întru intensificarea și asigurarea unui mediu competitiv pe piața asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”, autoritatea de concurență a prescris companiilor de asigurări membre cu drepturi depline – „Moldasig” S.R.L., „Asito” S.A., „Moldova Astrovaz” S.R.L. şi „Grawe Carat Asigurări” S.A. – de a întreprinde acțiuni necesare pentru

obținerea de către „Moldcargo” S.R.L. și „Donaris- Group” S.A. a calității de membru cu drepturi depline al Biroului Național al Asiguratorilor de Autovehicule.

Ca urmare a executării prescripțiilor, au fost înlăturate barierele stabilite suplimentar pentru accesul pe piața asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde”. Entitățile „Moldcargo” S.R.L. și „Donaris- Group” S.A. au obținut calitatea de membru cu drepturi depline al Biroului Național al Asiguratorilor de Autovehicule, majorându-se, astfel, numărul participanților pe piață.

Aşadar, acest fapt a avut ca efect majorarea numărului participanţilor pe piaţa asigurării de răspundere civilă auto externă „Cartea Verde” a Republicii Moldova (de la 4 la 6 agenţi economici) şi reducerea nivelului de concentrare, şi, în consecinţă, intensificarea concurenţei între participanţii acesteia.

Aplicarea condițiilor neechivalente la prestații echivalente – Cazul „Gările şi Staţiile Auto”

Alt caz examinat de autoritatea de concurență din Republica Moldova vizează practica abuzivă a Î.S. „Gările şi Staţiile Auto” [158]. În acest sens, se menționează că Agenţia Națională pentru Protecţia Concurenţei, în anul 2011, a investigat din oficiu practica abuzivă a Î.S. „Gările şi Staţiile Auto”.

În cadrul acestei investigări, Agenţia Națională pentru Protecţia Concurenţei a examinat acţiunea Î.S. „Gările şi Staţiile Auto” realizată prin perceperea tarifelor la vânzarea biletelor în prealabil, după cum urmează [158]:

- Pentru rutele naţionale – 3 lei;
- Pentru rutele internaționale – 3%.

Aceste comisioane au fost stabilite prin două ordine interne ale Î.S. „Gările şi Staţiile Auto”. În urma investigării, a fost determinată situaţia dominantă pe piaţa serviciilor de vânzare a biletelor de transport auto pasageri, prin casele de bilete, pe rutele care au ca punct de pornire/sosire gările (staţiile) auto.

De asemenea, pe parcursul investigării s-a constatat:

a) perceperea tarifelor pentru vânzarea anticipată a biletelor, la rutele naţionale şi internaţionale, nu era argumentată de prevederile cadrului normativ la care făceau trimitere ordinele de aprobare a acestor tarife;

b) cheltuielile care au stat la baza calculării costului serviciului pentru vânzarea anticipată a biletelor, erau echivalente pentru vânzarea biletelor în ziua plecării, ceea ce indică lipsa cheltuielilor suplimentare;

c) cheltuielile erau identice atât pentru vânzarea anticipată a biletelor la rutele naţionale, cât şi pentru cele internaţionale;

d) consumatori care achitau tariful de 3 lei pentru procurarea anticipată a biletelor pentru traficul naţional şi 3% pentru traficul internaţional nu beneficiau de servicii suplimentare care ar motiva încasarea acestor tarife;

e) serviciul de vânzare a biletelor de călătorie se presta către transportator (conform contractelor de colaborare între Î.S. „Gările şi Staţiile Auto" şi transportatori) şi nu pentru beneficiari, prin urmare, cei din urmă nu erau obligaţi să acopere cheltuielile suportate de Î.S. „Gările şi Staţiile Auto", care erau deja acoperite de către transportator – 10% din încasările pentru vânzarea biletelor de călătorie.

În această ordine de idei, s-a constatat că perceperea tarifelor pentru vânzarea biletelor a condus la majorarea neîntemeiată a costurilor suportate de către călători în cazul procurării anticipate a biletelor.

Ca urmare a investigării acestui caz, Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei a constatat acţiunile realizate de Î.S. „Gările şi Staţiile Auto" privind perceperea tarifelor pentru vânzarea anticipată a biletelor la rutele cu trafic naţional şi internaţional drept o violare a articolului 6 lit. a) din Legea cu privire la protecţia concurenței, nr.183, şi a prescris încetarea încasării acestor tarife, precum şi anularea prevederilor din ordinele interne ale Î.S. „Gările şi Staţiile Auto" ce ţin de aprobarea acestor tarife.

În scopul verificării respectării legislaţiei concurenţiale de către gările şi staţiile auto private care activează pe teritoriul Republicii Moldova, investigaţia a fost extinsă.

În rezultatul acestor investigaţii, Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei, de asemenea, a constatat acţiunile referitor la perceperea tarifelor la vânzarea anticipată a biletelor la rutele cu trafic naţional şi internaţional drept violare a articolului 6 lit. a) din Legea cu privire la protecţia concurenței nr 183 şi în cazul următoarelor entități „RZ-Transcom" S.A., „Autogara-Trafic Sîngerei" S.R.L., „Transport" S.A. şi S.C. „Gara Nord" S.A. [158].

Cazul „RED Union Fenosa"

Un alt caz, examinat în anul 2011 de Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei, a fost investigaţia iniţiată la plângerea entității „Lachi-Aparat" S.R.L. care activa pe piaţa comercializării mijloacelor de măsurare electrică (contoare) referitor la acţiunile entității „Red Union Fenosa" S.A [158].

Pe parcursul investigării acestui caz, Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei a stabilit poziţia dominantă a entității „Red Union Fenosa" S.A. pe piaţa de furnizare a energiei

electrice la tarifele reglementate şi de distribuţie a energiei electrice în limitele teritoriului autorizat specificat în anexele ataşate la Condiţiile Licenţelor.

În urma investigării au fost constatate următoarele practici abuzive realizate de „Red Union Fenosa" S.A.:

1. Cerinţa utilizării contoarelor doar cu ecran LCD, prevăzute în avizele de racordare pentru întreprinderi. Această cerinţă nu este prevăzută de legislaţia în vigoare, constituind, astfel, o barieră de intrare pentru entitățile care activează pe piaţa comercializării contoarelor de energie electrică;
2. „Red Union Fenosa" S.A. recomanda în avizul de racordare modelul/marca comercială a contoarelor care urmau a fi utilizate, acestea fiind comercializate de întreprinderea „Red Union Fenosa" S.A. şi impunea condiţii suplimentare pentru consumatorii non-casnici care procurau echipamentele de măsurare de la altă întreprindere decât „Red Union Fenosa" S.A. Astfel, în avizele de racordare se indica următoarele sintagme: „necesar utilizarea" sau „sunt recomandate", „în caz de procurare a echipamentului de măsurare de la alt furnizor decât operatorul rețelei de distribuție, la momentul coordonării întregului proiect se va coordona și echipamentul de evidență".
3. „Red Union Fenosa" S.A. accepta/recomanda instalarea contoarelor de energie electrică cu inducţie unor consumatori non-casnici, astfel, favorizându-i în raport cu cei care au instalat contoare electronice de energie electrică. Inechitatea a constat în faptul că preţurile la contoarele de energie electrică cu inducţie sunt mai mici decât la cele electronice. Astfel, diferența de preț era următoarea: la contoarele cu inducție prețul varia de la 300 la 900 de lei, în dependență de marcă, pe când la contoarele electronice prețul era de la 1500 la 3800 de lei. Conform legislației, consumatorii de energie electrică de categoria E urmau să instaleze doar contoare electronice.

Agenţia Naţională pentru Protecţia Concurenţei a constatat încălcarea legislaţiei concurenţiale pe piaţa comercializării contoarelor de energie electrică de către întreprinderea „Red Union Fenosa" – articolul 6 lit. f) şi d) din Legea cu privire la protecţia concurenţei.

Hotărârea Agenţiei Naţionale pentru Protecţia Concurenţei a fost menţinută de instanţa de judecată.

În cazul sus menţionat s-a constat un abuz de poziţie dominantă pe o piaţă secundară. Prin urmare, menționăm următoarele:

„Red Union Fenosa" deținea poziție dominantă pe piața de furnizare a energiei electrice la tarife reglementate şi de distribuţie a energiei electrice în limitele teritoriului

autorizat, specificat în anexele ataşate la Condiţiile Licenţelor, pe când abuzul a fost constatat pe piața comercializării contoarelor.

Legătura între piaţa principală şi cea secundară a fost determinată de legislaţia în vigoare care prevedea următoarele:

1. Operatorul este obligat să prezinte solicitantului avizul de racordare, în care se indică cerinţele tehnico-economice optime de racordare şi lucrările pe care urmează să le îndeplinească solicitantul;
2. Altă prevedere din care se denotă legătura între pieţele examinate în cadrul cazului dat a constituit prevederea care stipulează că îndeplinirea condiţiilor prevăzute în avizul de racordare este obligatorie;
3. O altă normă care demonstrează legătura între aceste pieţe este prevederea care stipulează că: la punerea în funcţiune a contoarelor se întocmeşte proces-verbal de dare în exploatare; Contoarele sunt sigilate de operatorul reţelei de distribuţie – ceea ce demonstrează că întreprinderea „Red Union Fenosa" S.A. coordonează 100% din contoarele luate la evidenţă.

Ultima condiție care urma a fi întrunită pentru constatarea unui abuz de poziţie dominantă pe piaţa secundară este poziția de lider pe piața comercializării. În acest sens, se menţionează că în cadrul investigației s-a constatat că întreprinderea „Red Union Fenosa" S.A. deținea mai mult de 40% din piața comercializării contoarelor, fiind liderul de pe această piaţă.

Un alt aspect care a fost analizat în prezentul caz a constituit justificarea practicii abuzive. Aşadar, întreprinderea „Red Union Fenosa" S.A. a argumentat includerea în avizul de racordare a cerinţei ca contoarele să aibă ecran LCD prin faptul ca aceste contoare nu pot fi influenţate de câmpul magnetic (ceea ce presupune că consumatorii nu fură energia electrică și, ca rezultat, ei nu vor suporta cheltuieli nejustificate).

Consiliul Concurenţei, drept urmare a evaluării argumentelor şi probelor aduse de întreprinderea „Red Union Fenosa" S.A., a considerat această argumentare neîntemeiată din motivul că contoarele pe care le comercializa întreprinderea „Lachi-Aparat" S.R.L. au fost certificate şi corespundeau normativelor în vigoare.

De asemenea, Institutul Naţional de Standardizare şi Metrologie a comunicat că contoarele sunt supuse încercărilor de aprobare de model, inclusiv testarea factorilor de influență – câmpul magnetic, contoarele fiind incluse în registrul de stat al mijloacelor de măsurare, premise spre utilizare în Republica Moldova.

Aşadar, prin acțiunile sale, descrise mai sus, „Red Union Fenosa” S.A. crea obstacole în calea pătrunderii pe piața comercializării contoarelor de energie electrică, ceea ce a lezat interesele entității „Lachi-Aparat” S.R.L.

În această ordine de idei se menționează faptul că genul de activitate al căruia este comercializarea contoarelor de energie electrică suportă cheltuieli pentru includerea contoarelor în Registrul mijloacelor de măsurare și ca rezultat a acțiunilor „Red Union Fenosa” S.A. este în imposibilitate să le comercializeze.

În tabelul 2.9 sunt prezentate cheltuielile suportate de „Lachi-Aparat” S.R.L. pentru includerea contoarelor în Registrul mijloacelor de măsurare.

Tabelul 2.9. Cheltuieli suportate de către entitatea „Lachi-Aparat” S.R.L.

Nr.	Cheltuieli	Suma (lei)
1.	Recunoașterea rezultatelor încercărilor metrologice de stat, atestări metrologice, verificări	23 988.72
2.	Traduceri	3047
Total		27 035.72

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei [158].

În tabelul 2.9 sunt indicate o parte din pierderile suportate de „Lachi-Aparat” S.R.L. ca urmare a practicii abuzive din partea „Red Union Fenosa” S.A.

Cât privește dezavantajul practicilor abuzive ale „Red Union Fenosa” S.A. asupra consumatorilor, acesta se manifestă prin restricționarea dreptului consumatorului de a alege.

Cazul „Calea Ferată din Moldova”

În perioada mai-decembrie 2012, a fost examinat cazul privind încălcarea legislației concurențiale pe piața prestării serviciilor de transport feroviar de mărfuri de către Î.S. „Calea Ferată din Moldova”, având ca scop principal stoparea practicii anticoncurențiale prin reducerea inechității, fapt ce a condus la tratarea nediscriminatorie a tuturor consumatorilor întru creșterea eficienței economice [155].

Î.S. „Calea Ferată din Moldova”, abuzând de situaţia sa dominantă pe piaţa serviciilor de transport feroviar de mărfuri, aplica, în perioada octombrie 2011 - iunie 2012, faţă de unii clienți ai săi măsuri discriminatorii, ceea ce îi defavoriza în raport cu alte entități economice, care, de asemenea, beneficiau de servicii de transport feroviar de mărfuri pe teritoriul Republicii Moldova, prin aplicarea tarifului internaţional pentru unii (în situaţia când unul din punctele de plecare/sosire este Portul Internațional Liber Giurgiulești – care, la fel, face parte din teritoriul Republicii Moldova, iar celălalt – orice alt punct de pe teritoriul Republicii Moldova), pe când restul agenţilor economici, căror li se oferă servicii transport feroviar de

mărfuri (ce nu depăşeşte limitele teritoriale ale Republicii Moldova – cu excepţia Portul Internațional Liber Giurgiulești), beneficiază de tarif local, care este mai mic în comparaţie cu cel internaţional.

Prezentul caz a fost inițiat ca urmare a unei sesizări parvenite de la Ministerul Economiei, problema concurențială identificată fiind aplicarea netransparentă de către Î.S. „Calea Ferată din Moldova", fiind întreprindere cu poziție dominantă pe piață, a politicii sale tarifare la serviciile prestate, fapt ce a distorsionat mediul concurenţial dintre diferiţi agenţi economici şi a avut un impact considerabil asupra costurilor de producere pentru mărfurile beneficiarilor serviciilor de transport feroviar.

Prin urmare, dat fiind faptul ca genul de activitate al Î.S. „Calea Ferată din Moldova" constituie prestarea serviciilor de transport feroviar de călători, mărfuri, bagaje și mesageri, în sensul prezentei examinări piața relevantă a produsului a fost definită drept prestarea serviciilor de transport feroviar de mărfuri. În conformitate cu prevederile art. 5 alin. (3) din Codul Transportului feroviar nr. 30-XV din 17.07.2003 Î.S. „Calea Ferată din Moldova" își desfășoară activitatea pe întreg teritoriul Republicii Moldova, inclusiv pe teritoriul din zona economică liberă a Portului Internațional Liber Giurgiulești. Din acest considerent, piața relevantă geografică, aferentă pieței relevante a produsului, a fost identificată ca fiind la nivel național, determinată de acoperirea geografică a infrastructurii Î.S. „Calea Ferată din Moldova".

Î.S. „Calea Ferată din Moldova", fiind unicul agent economic care prestează servicii de transport feroviar de mărfuri pe teritoriul Republicii Moldova, a fost stabilită cu poziție dominantă pe piața respectivă, deținând o cotă de piață de 100%.

Relevanța cazului examinat, inclusiv a sectorului pe care a avut loc acțiunea anticoncurențială reiese din faptul că impactul tarifului aplicat pentru prestarea acestor servicii se răsfrânge asupra pieţelor pe care concurează agenții economici-beneficiari ai serviciilor, deoarece costurile de transport determină costul mărfurilor și, în final, prețul acestora, influențând asupra mediului concurențial și capacităților competitive ale agenților economici care beneficiază de serviciile prestate de Î.S. „Calea Ferată din Moldova".

Pentru detaliere, menționăm că practica aplicată a fost una de discriminare față de entitățile economice la care unul din punctele de plecare/sosire este Portul Internațional Liber Giurgiulești (zonă economică liberă pe teritoriul Republicii Moldova), iar celălalt este teritoriul Republicii Moldova, fiindu-le aplicat un tarif mediu internaţional de 20,21 euro/tona fără TVA, iar altor agenţi economici, la care unul din punctele de plecare/sosire este orice altă staţie de pe teritoriu al Republicii Moldova, fiind aplicat tariful local de 11,77 euro/tona fără

TVA. Aceste tarife erau puse în aplicare prin emiterea ordinului intern al Î.S. „Calea Ferată din Moldova” din 06.10.2011, în conformitate cu Politica tarifară a căilor ferate ale statelor membre CSI pentru anul de Fraht 2012.

În ceea ce privește efectele practicii anticoncurențiale constatate asupra consumatorilor finali se menționează următoarele:

a) majorarea cheltuielilor de transport pentru 9 agenţi economici care au beneficiat de servicii de transport feroviar de mărfuri din/în Portul Internațional Liber Giurgiulești în/din alt punct din teritoriul Republicii Moldova, care au influenţat direct asupra costurilor şi, în final, asupra preţului mărfii transportate, diminuând, astfel, competitivitatea agenţilor economici beneficiari ai acestor servicii;

b) rezilierea contractului de aprovizionare cu produse de carieră încheiat cu o întreprindere autohtonă de către un agent economic. Astfel, tarifele majorate neîntemeiat au creat dificultăţi producătorilor autohtoni în elaborarea strategiilor privind volumul circulaţiei mărfurilor şi a condus la reducerea competitivităţii acestora pe plan intern şi extern.

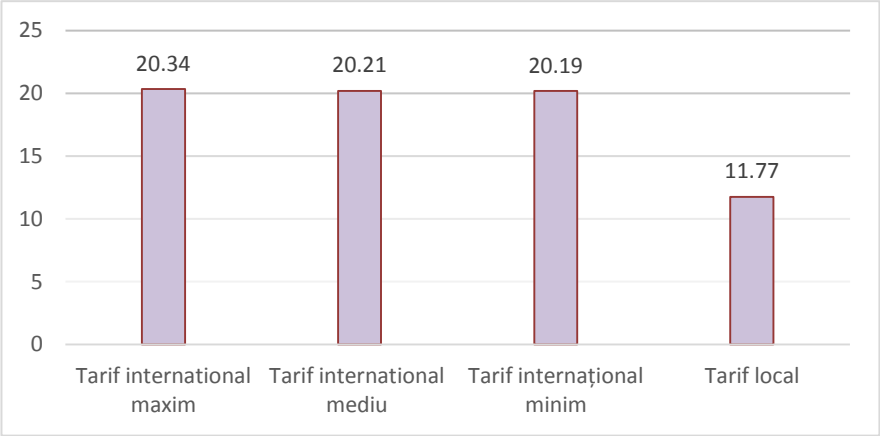


Fig. 2.4. Tarifele practicate de către Î.S. „Calea Ferată din Moldova”, euro/tonă fără TVA

Sursa: [155].

Totodată, a fost calculat impactul asupra bunăstării consumatorilor, indicatori de performanță, recomandați de ghidul Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică 2014.

În acest sens, pentru a determina impactul asupra bunăstării consumatorilor, în tabelele ce urmează sunt reflectate tarifele aplicate de către Î.S. „Calea Ferată din Moldova” în perioada implementării practicii anticoncurențiale (octombrie 2011 – iunie 2012) și pierderile suportate de către entitățile afectate.

Astfel, prejudiciul bunăstării consumatorilor a constituit pentru anul 2011 – 87841,94 euro și pentru anul 2012 – 282182,19 euro.

Tabelul 2.10. Pierderile estimative ale consumatorilor, Euro

Entitățile afectate	Pierderile estimative (2011)	Pierderile estimative (2012)	Total pierderi
(x)	70903,85	0	70903,78
(xx)	14783,77	0	14783,77
(xxx)	2154,32	47163,56	49317,88
(xxxx)	0	8379,4	8379,4
(xxxxx)	0	221794,84	221794,84
(xxxxxx)	0	4844,3945	4844,39
Total	**87841,94**	**282182,19**	**370024,13**

Sursa: Adaptă după [155].

Drept urmare a acțiunilor întreprinse de către Consiliul Concurenței a fost contracarată practica abuzivă întreprinsă de către Î.S. „Calea Ferată din Moldova", fiind sancționată cu o amendă în valoare de peste 1,3 milioane de lei, ceea ce a constituit 10% din venitul obținut prin încălcarea legislației concurențiale, contribuind, astfel, la bugetul de stat al Republicii Moldova.

Hotărârea Consiliului Concurenţei a fost menţinută de instanţa de judecată şi, astfel, Î.S. „Calea Ferată din Moldova" a fost impusă să achite o amendă de peste 1,3 milioane de lei pentru aplicarea tarifului diferențiat.

„MGH Ground Handling" S.R.L. vs „Avia Invest" S.R.L

Un alt caz examinat de Consiliul Concurenței constituie investigaţia „MGH Ground Handling" S.R.L. vs „Avia Invest" S.R.L [156].

Entitatea economică „MGH Ground Handling" S.R.L. a adresat o plângere la Consiliul Concurenței în care reclama acțiunile „Avia Invest" S.R.L. privind refuzul de a încheia contracte de locațiune și alte servicii aeroportuare (deservire la sol, de folosire a liniilor de conexiune în complexul aeroportuar, servicii comunale, servicii medicale în cadrul aerogării, de livrare a energiei electrice).

Urmare a examinării plângerii şi a materialelor acumulate pe parcursul examinării preliminare, Plenul Consiliului Concurenței a inițiat investigația referitor la semnele încălcării art. 11 alin. (2) lit. c) şi lit. f) al Legii concurenţei nr. 183 din 11.07.2012 de către „Avia Invest" S.R.L.

Conform informațiilor relatate de către „MGH Ground Handling" S.R.L. în plângere, până la transmiterea Aeroportului Internațional Chișinău în concesiune companiei „Avia Invest" S.R.L., la fiecare început de an, Î.S. „Aeroportul Internațional Chișinău" prezenta

reclamantului contractele de locațiune și alte servicii aeroportuare valabile de la 01 ianuarie până la 31 decembrie a anului în curs. După preluarea Aeroportului Internațional Chișinău de către concesionar (reclamat) această practică a continuat.

La data de 14.04.2014, „MGH Ground Handling" S.R.L. a primit de la „Avia Invest" S.R.L. o notificare de reziliere a contractelor de locațiune pe motiv că are loc procesul de modernizare și reconstrucție a aeroportului, fără oferirea unor spații alternative pentru strămutarea activității companiei de handling, iar la cererile adresate de „MGH Ground Handling" S.R.L. privind prelungirea contractelor de locațiune încheiate anterior, „Avia Invest" S.R.L. nu a prezentat un răspuns.

Ca urmare a investigației efectuate de Consiliul Concurenței, s-a constatat că entitatea „Avia Invest" S.R.L. deținea poziție dominantă pe piața prestării serviciilor de locațiune a terenului tehnic, a încăperilor și a serviciilor aferente (servicii comunale, livrarea energiei electrice și folosirea liniilor de conexiune) în zona de securitate cu acces limitat, a Aeroportului Internațional Chișinău și în incinta aerogării [156].

De asemenea, Consiliul Concurenţei a sesizat următoarele puncte:

1) Entitatea economică „Avia Invest" S.R.L., fiind în poziție dominantă pe piața relevantă, în perioada 01.01.2015 – 26.02.2015 a aplicat condiții inegale companiilor de deservire la sol, refuzând prelungirea contractelor de locațiune a terenului tehnic aflat în zona de securitate a Aeroportului Internațional Chișinău, cu excepția „Aeroport Handling" S.R.L., care a beneficiat de extinderea perioadei până la data de 31.12.2015. Cererea de prelungire a contractelor de locațiune, parvenită din partea „MGH Ground Handling" S.R.L, a fost ignorată neîntemeiat.

2) Ca urmare a lipsei unei baze legale (lipsa contractelor) de cooperare între „Avia Invest" S.R.L. și „MGH Ground Handling" S.R.L., cota de piață a celei din urmă s-a redus considerabil, fapt ce a determinat pierderea celui mai important client – S7-Siberian Airlines.

Astfel, în rezultatul investigației s-a constatat că întreprinderea „Avia Invest" S.R.L., deținând poziție dominantă pe piața relevantă, a aplicat, în raport cu entitățile de deservire la sol a aeronavelor, condiții inechitabile la prestații echivalente, și, prin urmare, a încălcat prevederile art. 11 alin. (2) lit. c) al Legii concurenţei nr. 183 din 11.07.2012.

În acest sens, entitatea „Avia Invest" S.R.L. a fost sancționată cu o amendă pentru încălcarea art. 11 alin. (2) lit. c) al Legii concurenței în mărime de 5 189 226,73 lei [156].

Prin urmare, „Avia Invest" S.R.L. a făcut abuz de poziția s-a dominantă, eliminând unicul și principalul concurent – „MGH Ground Handling" S.R.L., astfel creând riscul de

prejudiciere atât a consumatorilor finali, cât și a companiilor aeriene care utilizau serviciile de deservire la sol. Cât despre efectele negative asupra entității afectate, este evident că acestea s-au translat în pierderi financiare pe parcursul perioadei în care a avut loc abuzul, ținând cont și de pierderea principalului partener de afaceri.

Refuzul de a furniza – Cazul companiilor farmaceutice

În anul 2016, Consiliul Concurenţei a constatat un alt caz de abuz de poziţie dominantă din partea unor furnizori de medicamente cu privire la refuzul neîntemeiat de a onora obligaţiile contractuale şi de a livra integral şi în termen medicamente către instituţiile medicale la începutul anului 2015 [157].

Pe parcursul derulării investigaţiei, Consiliul Concurenţei a constatat că entitățile „Dita EstFarm" S.R.L., „Esculap-Farm" S.R.L., „Medeferent Grup" S.R.L., „SanFarm Prim" S.A., „Metatron" S.A. și „R&P Bolgar Farm" S.R.L. au deţinut, în anul 2015, poziţie dominantă pe piaţa livrării medicamentelor contractate de la instituţiile medico-sanitare publice, în urma licitaţiilor organizate de Agenţia Medicamentului şi Dispozitivelor Medicale la data de 10.09.2014.

De asemenea, s-a constatat că entitățile menţionate nu au livrat integral şi în termen instituţiilor medico-sanitare publice cantităţile necesare de medicamente comandate în conformitate cu condiţiile contractuale.

Consiliul Concurenţei a constat faptul că, conform datelor Serviciului Vamal, medicamentele care au lipsit la instituţiile medico-sanitare publice din cauza nelivrării sau livrării insuficiente au fost importate pe teritoriul Republicii Moldova de către cei 6 furnizori de medicamente.

Totodată, entitățile au avut posibilitatea de a procura medicamentele pe care trebuia să le livreze către instituţiile medico-sanitare publice conform contractelor de la farmaciile şi depozitele farmaceutice din Republica Moldova.

Entitățile „Esculap-Farm" S.R.L., „Dita EstFarm" S.R.L., „Medeferent Grup" S.R.L., „SanFarm-Prim" S.A., „Metatron" S.A. și „R&P Bolgar Farm" S.R.L. au lipsit instituțiile medico-sanitare publice de dreptul de a procura medicamente de la alți furnizori, în limita resurselor publice alocate, ceea ce a adus la o blocare cu caracter concurențial, exprimată prin limitarea accesului unor concurenți actuali sau potențiali la pieţele relevante.

Ca urmare a acţiunilor descrise, a avut loc o restrângere semnificativă a concurenţei conform prevederilor articolului 4 din Legea concurenţei [114], întrucât acţiunile date au

perturbat procesul medical organizat de instituţiile medico-sanitare publice şi, astfel, au avut un impact negativ asupa calităţii serviciilor medicale.

Aşadar, entităţile enumerate mai sus au comis un abuz de poziţie dominantă prin refuzul neîntemeiat de a livra integral şi în termen medicamente instituţiilor medico-sanitare publice conform contractelor încheiate şi, prin urmare, au încălcat prevederile art. 11 alin. (2) lit.f) din Legea concurenţei.

Entităţile „Dita EstFarm" S.R.L., „Esculap-Farm" S.R.L., „Medeferent Grup" S.R.L., „SanFarm Prim" S.A., „Metatron" S.A. şi „R&P Bolgar Farm" S.R.L. au fost sancţionate de Consiliul Concurenţei cu o amendă în valoare totală de 17,4 milioane de lei.

În urma abuzului de poziție dominantă, comis de către entitățile „Dita EstFarm" S.R.L., „Esculap-Farm" S.R.L., „Medeferent Grup" S.R.L., „SanFarm Prim" S.A., „Metatron" S.A. şi „R&P Bolgar Farm" S.R.L., a avut de suferit calitatea serviciilor medicale prestate de către instituțiile medico-sanitare publice și a fost afectată bunăstarea pacienților.

Prețuri de ruinare pe piața serviciilor de transport cu destinația Praga

Ținând cont de cota de piață deținută de *S.R.L* „Ednateric-Trans" pe piaţă relevantă a serviciilor de transport în anul 2010 şi 2011, s-a constatat că S.R..L „Ednateric-Trans" avea posibilitatea de a exercita influenţă decisivă asupra condiţiilor generale de circulaţie a serviciilor sau de a împiedica accesul unor alţi agenţi economici pe piața relevantă în perioada 2010-2011. Totodată, prin stabilirea unui preţ pentru un bilet de călătorie într-o direcţie de 60 de euro, sub costul prestării acestui serviciu, SRL „Ednateric-Trans" a încălcat art. 6 lit. g) din Legea nr. 1103 din 30.06.2000 cu privire la protecţia concurenţei [113].

Conform analizei efectuate de ANPC, s-a constatat că entitatea S.R.L. „Ednateric-Trans", în perioada 2010-2011 deținea o cotă de piață de peste 50% și avea posibilitatea de a influența unilateral condițiile generale de circulație a serviciilor date pe piața respectivă sau de a împiedica accesul pe piaţă al altor agenţi economici.

Pentru a se confirma sau infirma existența unui abuz de poziție dominantă prin aplicarea prețurilor de ruinare, au fost analizate tarifele agenților transportatori de pe piața relevantă, în perioada 2009-2011. Astfel, prețurile practicate în perioada 2009-2011 sunt redate în tabelul 2.11, unde putem observa că cele mai reduse prețuri erau practicate de S.R.L. „Ednateric-Trans".

Tabelul 2.11. Preţul biletului pe ruta Chişinău – Praga, Euro

	S.R.L. „Eldomar”	**S.R.L. „Moldtranstur”**	**S.R.L. „Ledianta-Tur”**	**S.R.L. „Ednateric-Trans”**	**S.R.L. „Dac-Trans-Service”**
2009	70	65	70	50	64
2010	70	65	70	60	61
2011	-	65	80	85	61

Sursa: Elaborat de autor conform datelor [72].

Pe parcursul anilor 20092011, S.R.L. „Ednateric Trans” a modificat de mai multe ori tariful pentru serviciul de transport al pasagerilor, după cum urmează [72]:

• 80 de euro în perioada august – noiembrie 2009;

• 50 de euro: noiembrie 2009 – ianuarie 2010;

• 60 de euro: ianuarie 2010 – august 2011;

• 80 de euro: din luna august 2011 până în februarie 2013.

Din alt punct de vedere, S.R.L. „Ledianta-Tur”, S.R.L. „Dac-Trans-Service” şi S.R.L. „Eldomar” au practicat nişte tarife mai mult sau mai puţin constante, după cum urmează:

• S.R.L. „Ledianta-Tur” a practicat un tarif constant de 70 de euro în anii 2009-2010, cu o majorare de până la 80 de euro în anul 2011;

• S.R.L. „Dac-Trans-Service” – 64 de euro în anul 2009, 61 de euro – în anii 2010-2011;

• S.R.L. „Eldomar”, din luna august 2009 până în februarie 2010, când a ieşit de pe piaţă, a perceput un tarif de 70 de euro.

Astfel, constatăm că S.R.L. „Dac-Trans-Service” şi S.R.L. „Ednateric-Trans” au practicat tarife asemănătoare pe parcursul unei perioade îndelungate, ianuarie 2010 – august 2011, de 61 de euro şi, respectiv, 60 de euro. Totuși, trebuie să menţionăm că, pe parcursul anilor 2009-2011, tariful stabilit de S.R.L. „Dac-Trans-Service” a avut o evoluţie relativ constantă, cu o reducere de 3 euro de la 64 la 61 de euro, pe când tariful stabilit de S.R.L. „Ednateric-Trans” a avut o evoluţie instabilă, de la 80 de euro, în anul 2009, apoi o reducere la 50 de euro, ulterior majorându-se la 60 de euro şi la 80 de euro în anul 2011.

Analizând informaţia privind evoluţia tarifelor practicate de transportatori, în special S.R.L. „Ednateric-Trans”, constatăm lipsa unei justificări economice ale tarifelor practicate de S.R.L. „Ednateric-Trans”, spre deosebire de concurenţii săi. Astfel, din analiza evoluţiei cotelor de piaţă, deţinute de aceşti agenţi economici, pe parcursul anilor 2009-2011, se constată că majorarea cotei de piaţă a S.R.L. „Ednateric-Trans” a fost obţinută pe seama agenţilor economici S.R.L. „Eldomar” şi S.R.L. „Ledianta-Tur”. S.R.L. „Ednateric-Trans”, stabilind un tarif de 60 de euro în anii 2010-2011, a reuşit să atragă clienţii transportaţi anterior de S.R.L. „Eldomar” şi S.R.L. „Ledianta-Tur”.

Decizia S.R.L. „Ednateric Trans” de a majora preţul pentru bilet la nivelul de 80 de euro, tarif aplicat în momentul intrării pe piaţă, a fost determinată de anumite condiţii, precum reducerea numărului de pasageri transportaţi, dar şi creşterea preţului de achiziţie a motorinei, care, în rezultat, au dus la înregistrarea pierderilor.

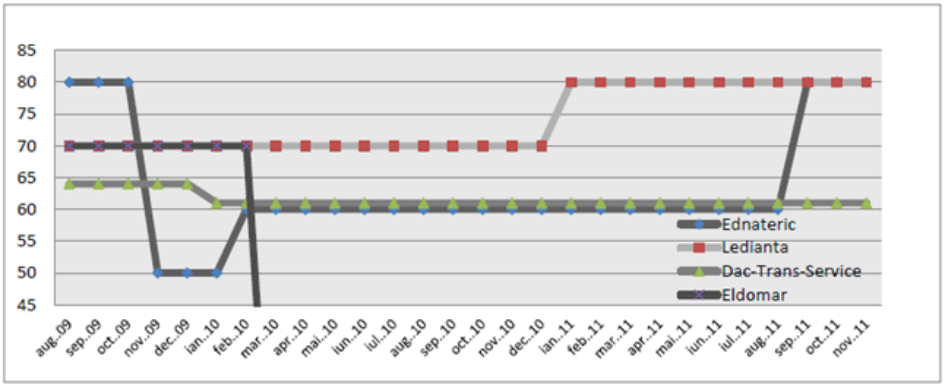


Fig. 2.5. Evoluția tarifelor percepute de transportatori în perioada 2009-2011, Euro

Sursa: [72].

Analizând cei mai importanţi factori care influenţează activitatea unui transportator: **numărul pasagerilor transportaţi** şi **costul combustibilului**, putem identifica dacă decizia S.R.L. „Ednateric Trans”, de majorare a tarifului la 80 de euro, a fost condiționată de fluctuația valorii factorilor enunţaţi anterior sau de dorința de a-și majora profitul, după ce a câștigat o cotă de piaţă mai mare, prin eliminarea de pe piaţă a unui concurent (S.R.L. „Eldomar”) şi micşorarea cotei de piaţă a unui alt concurent.

Așadar, s-a constatat că în perioada aplicării tarifelor reduse (2009- 2010), cota de piață a S.R.L. „Ednateric Trans” s-a majorat în detrimentul celorlalți concurenți, numărul de călători transportați fiind în creștere în această perioadă, fapt ce nu justifică diminuarea considerabilă a prețurilor acestei entități. Dacă ne referim la costul combustibilului pentru perioada vizată, conform datelor ANRE, acesta a înregistrat o creștere de la 10,57 la 15,8 lei/litru, iar conform calculelor prezentate de concurenții acesteia către ANPC, cheltuielile pentru combustibil reprezentau aproximativ 30% din costul biletului și, prin urmare, o majorare a costului combustibilului ar fi trebuit să contribuie la majorarea prețurilor, și nu la diminuarea acestora.

Prin urmare, S.R.L. „Ednateric-Trans”, deținând o cotă de peste 50%, pe parcursul anilor 2010–2011, pe piaţa transportului auto de călători cu destinaţia Republica Cehă, Praga şi aplicând un tarif sub costul prestării acestui serviciu, de 60 de euro pentru o direcție, a limitat concurenţa şi a lezat interesele transportatorilor: S.R.L. „Eldomar”, care a părăsit piața la începutul anului 2010 şi S.R.L. „Ledianta-Tur”, care, în martie 2012 la fel, a părăsit piața.

În baza datelor prezentate de ANPC pe marginea cazului dat, putem constata că diminuarea prețului pentru cursele Chișinău – Praga, în perioada 2009-2011, de către S.R.L. „Ednateric-Trans", a determinat anumite efecte negative asupra mediului concurențial pe piața relevantă, cum ar fi: diminuarea numărului concurenților prin eliminarea a doi dintre aceștia și afectarea bunăstării consumatorului care, după migrarea către S.R.L. „Ednateric-Trans" de la entitățile lichidate, a fost nevoit să achite un preț mai mare, ca urmare a majorării de preț practicate de întreprinderea dominantă.

2.3. Concluzii la capitolul 2

Ca rezultat al analizei efectuate în Capitolul 2, putem concluziona că situaţiile de abuz de poziție dominantă nu sunt caracteristice doar pentru economiile în curs de dezvoltare sau cele în tranziție în care mai există monopoluri ce se bucură de susținerea statului, ci foarte des sunt întâlnite și în economiile dezvoltate cu piețe cu un grad scăzut de concentrare, și chiar fiind caracterizate de încălcări mult mai grave și pierderi financiare considerabile la nivel micro și macroeconomic.

Printre practicile anticoncurențiale, aplicate de entitățile cu poziție dominantă pe piața Uniunii Europene, se numără refuzul de furnizare, cuplarea produselor, preţurile excesive și cele de ruinare, rabaturile condiţionate de diverse obligaţii din partea entității dominante, înțelegerile anticoncurențiale, limitarea producției și altele. În urma examinării comparative a cazurilor de abuz din experiența Uniunii Europene și a Republicii Moldova și efectele (daunele) financiare pe care acestea le generează, autorul a constatat *următoarele:*

- Cu cât mai mare este cota de piață a entității dominante cu atât mai ușor aceasta poate influența condițiile pieței în favoarea sa, exploatând nu doar clienții săi, ci și consumatorii finali;
- Cu cât mai mare este cota de piață a entității dominante care face abuz de poziția sa cu atât mai grave vor fi efectele abuzului asupra mediului concurențial, și mai lungă va fi perioada de restabilire a mediului concurențial. Însă, în asemenea cazuri, trebuie aplicate măsuri suplimentare pentru readucerea concurenților pe piață (în cazul eliminării acestora);
- Gradul înalt de concentrare a pieței nu exclude neapărat posibilitatea existenței acordurilor între concurenți, care ar putea favoriza un eventual abuz de poziție dominantă;
- Amenzile și măsurile de contracarare nu asigură, neapărat, restabilirea mediului concurențial eficient, cel puțin pe termen scurt și mediu;

- Unele entități cu poziție dominantă, deseori, aplică conștient practicile abuzive, asumându-și riscul de a achita o amendă impunătoare, din simplul considerent că beneficiile pe care aceasta le va obține în detrimentul celorlalți concurenți și a consumatorilor este mult mai mare decât amenda aplicată;
- Cel mai des practicile abuzive fac parte dintr-o strategie de cucerire a pieței bine pusă la punct, și, nicidecum, nu sunt involuntare sau întâmplătoare, deoarece tacticile aplicate, foarte frecvent, implică costuri sau cheltuieli considerabile pentru entitatea cu comportament abuziv și, prin urmare, ea trebuie să aibă încrederea în recuperarea ulterioară a acestora;
- Deseori entitățile cu poziție dominantă preferă calea cea mai scurtă pentru a-și atinge obiectivele financiare, în special aplicarea practicilor abuzive în detrimentul unei competiții pe bază de merit. Aici putem menționa cazul Intel cu aplicarea rabaturilor retroactive, analizat în acest capitol.

Autorul concluzionează că, deseori, din dorinţa de a consolida o poziţie dominantă pe piaţă, de a atrage mai mulţi clienţi şi de a obţine un profit cât mai mare, entitățile recurg la o serie de acţiuni şi practici anticoncurenţiale care au un efect negativ asupra concurenţei, nu doar pe pieţele relevante, ci și pe cele secundare. Prin urmare, aceste efecte sunt resimţite nu doar de concurenţii direcți ai entității dominante, ci și de cei de pe pieţele conexe, de clienţi, consumatori şi de economie per ansamblu. Adițional, recuperarea pierderilor și restabilirea mediului concurențial eficient este un proces de lungă durată care implică intervenția statului în vederea monitorizării evoluției pieței afectate și stimulării intrării noilor concurenți pe piață sau facilitarea recuperării celor afectați de comportamentele abuzive.

Luând în considerare complexitatea determinării efectelor economico-financiare ale abuzurilor de poziție dominantă și restabilirea ulterioară a mediului concurențial eficient, totuși, trebuie să accentuăm faptul că ar fi mai eficientă prevenirea sau limitarea timpurie a cazurilor de abuz prin menținerea unui mediu competitiv pe piață și prin dezvoltarea unor entități economice competitive, capabile să facă față presiunilor din partea concurenților. Intervenția statului în reglementarea comportamentelor anticoncurențiale, în special a abuzului de dominanță este necesară, însă ar fi inechitabil dacă s-ar încerca prevenirea restrângerilor concurenţiale prin limitarea libertăţii entităților cu poziţie dominantă de a concura eficient pe piaţă.

Statul nu trebuie să intervină în capacitatea entităților dominante de a concura eficient atât timp cât efectele comportamentului nu sunt în detrimentul consumatorilor.

3. OPORTUNITĂȚI DE MINIMIZARE A EFECTELOR ECONOMICO-FINANCIARE ALE ABUZULUI DE POZIȚIE DOMINANTĂ ASUPRA MEDIULUI CONCURENȚIAL

3.1. Dezvoltarea metodologiei de determinare a efectelor anticoncurențiale asupra actorilor de pe piața relevantă

Interesul față de efectele practicilor anticoncurențiale, în special, ale abuzului de poziție dominantă asupra actorilor pieței și asupra dezvoltării economice per general a sporit odată cu creșterea concentrării piețelor în anumite industrii, în special dacă comportamentul abuziv al entităților economice implicate afectează dezvoltarea și a altor sectoare conexe.

Dacă ne referim la analiza efectelor practicilor anticoncurențiale de excludere și de exploatare, putem menționa că nu există foarte multe lucrări științifice care ar aborda pe larg acest subiect. În acest context, putem menționa lucrările autorilor Prosperetti – Pani – Tomasi (2009) [151] și Fumagalli – Padilla – Polo (2010) [90]. Această tendință poate fi explicată de complexitatea măsurării efectelor comportamentelor abuzive de excludere, deoarece implică analiza tuturor indicatorilor de eficiență a entităților implicate și a efectelor suportate de toți actorii pieței.

Deși există o continuă dilemă referitoare la intervenția statului în reglementarea activităților concurențiale, numeroase studii și-au orientat atenția spre efectele comportamentelor abuzive asupra mediului concurențial.

În acest context, trebuie să menționăm că abuzul de poziție dominantă este o nișă extrem de dificilă a concurenței și cuantificarea efectelor acesteia sunt complicate și necesită timp, deoarece același tip de comportament poate fi în cazuri diferite benefic și dăunător pentru progresul economic, în dependență de circumstanțele pieței, puterea financiară a concurenților și capacitatea acestora de a răspunde la acțiunile entității dominante. Dat fiind specificul acestui domeniu, fiecărui caz i se acordă o atenție specială, fiind analizate minuțios toate circumstanțele, actorii implicați, efectele externalizate la toate nivelele economice.

Datorită efectelor negative pe care le poate avea abuzul de poziție dominantă asupra echilibrului pieței, asupra entităților economice și a consumatorului, acesta necesită o deosebită atenție din partea autorităților de resort, mai ales dacă ne referim la țările în curs de dezvoltare. În contextul tendinței mondiale de liberalizare a comerțului, serviciile și produsele de primă necesitate, în aceste țări, pot fi subiectul practicilor anticoncurențiale,

care ar bloca piața sau ar contribui la majorarea prețurilor și diminuarea cantităților oferite și a calității. Acest fapt ar reduce dinamica și eficiența pieței și a participanților pe piață. În acest context, intervenția împotriva cazurilor de abuz de dominanță pot încuraja efectele pozitive ale concurenței asupra dezvoltării economice prin facilitarea accesului la produse și servicii și prin promovarea unei funcționalități eficiente a pieței, în special, prin încurajarea dezvoltării entităților economice [170, p.126].

Realitatea politică și economică distinctă a țărilor, caracterizată de nivele diferite de dezvoltare și structuri de piață diferite, implică abordarea diferită a nivelului de intervenție și a metodelor de evaluare aplicate. Printre obiectivele de bază, pe care le promovează statele lumii sunt: bunăstarea consumatorului, eficiența dinamică a pieței, creșterea economică, protejarea libertății economice și, nu în ultimul rând, asigurarea unui mediu favorabil de afaceri, toate acestea fiind strâns legate cu asigurarea unui mediu concurențial eficient.

Definirea pieței relevante și calcularea cotei de piață sunt doar punctele de reper în analiza efectelor comportamentelor abuzive. Printre elementele analizate, după cum au fost descrise și în capitolul anterior, se numără *barierele la intrarea, ieșirea de pe piață*, *posibilitatea de expansiune a concurenților*, *poziția relativă a concurenților*, *puterea de cumpărare a consumatorilor* și alți factori relevanți pentru cazurile vizate. Dilema intervenționistă poate fi înțeleasă mai bine prin efectuarea anumitor teste anticoncurențiale privind comportamentele în cauză (comportamentele analizate). Există diferite abordări și metodologii referitoare la testarea (aprecierea) efectelor anticoncurențiale și daunele pe care acestea le pot aduce concurenței, entităților și consumatorilor. Cele mai importante teste fiind prezentate în capitolul anterior.

Eliminarea unor concurenți de pe o piață nu este neapărat rezultatul comportamentelor abuzive ale unei entități dominante, ci poate fi cauzată de ineficiența economică a acesteia care nu-i permite să se mențină pe piață, în condițiile unui nivel crescut de concurență.

În funcție de caracterul lor, practicile abuzive sunt divizate în practici de *exploatare* și practici de *excludere.* Practicile de exploatare contribuie direct la creșterea profiturilor firmei dominante prin majorarea prețurilor și nemijlocit a profiturilor [136], pe când *practicile de excludere* contribuie indirect la creșterea profiturilor entității abuzive ca rezultat al eliminării concurenților și câștigarea unei cote suplimentare de piață. În acest context, trebuie de menționat faptul că testele care sunt aplicate tipurilor de comportamente de excludere nu pot fi potrivite și comportamentelor de exploatare, fiind necesară abordarea diversă a acestora.

Dacă ne referim la principalele efecte care provin din aplicarea practicilor abuzive de excludere, pot fi distinse patru categorii principale în dependență de elementele afectate [171, p. 263]. Aceste efecte pot fi clasificate în:

1. ***Cheltuieli actuale*** (pierderi actuale) reprezintă o pondere mică din cheltuielile entităților implicate, cel puțin în comparație cu profiturile totale. Aceste cheltuieli sunt specifice pentru cazurile când un concurent a fost împiedicat să intre pe piața relativ profitabilă sau a fost eliminat forțat de pe piață. Este evident că în asemenea context trebuie luate în considerare doar investițiile și costurile irecuperabile (în special, în cazul împiedicării intrării pe piață), cheltuielile care pot fi recuperate sau pot fi utilizate pentru a genera profit din alte activități, nu se iau în calcul. Adițional, dacă la cheltuielile suportate se vor adăuga și investițiile și potențiale profituri, atunci valoarea daunelor va fi mult mai semnificativă.
2. ***Pierderea Profiturilor*** reprezintă o parte considerabilă din valoarea daunelor suportate ca rezultat al comportamentului de excludere. Se ia în considerare nu doar venitul actual, dar și cel potențial care ar fi fost realizabil în contextul concurențial „normal".
3. ***Pierderea Șansei*** – o întreprindere vizată de un comportament abuziv, pe lângă profituri poate rata și numeroase oportunități de afaceri, fiind limitată în accesul la informații, cunoștințe, tehnologii, calificări și evident resurse financiare (din cauza pierderilor de profit), care i-ar permite entității să pătrundă pe noi piețe de desfacere sau să ocupe nișe noi pe piața existentă.
4. ***Pierderea Reputației*** – se întâmplă foarte rar ca deteriorarea reputației să fie considerată un efect al comportamentului de excludere [152, p.8], însă, deseori, această componentă pare a fi cea mai importantă parte afectată, mai ales în cazurile când întreprinderea este eliminată de pe piața unde aceasta a câștigat o reputație bună.

Prin intermediul practicilor abuzive este diminuată presiunea concurențială din partea actualilor sau potențialilor concurenți. Practicile, precum: prețurile de ruinare, prețurile excesive, reducerile și rabaturile retroactive, refuzul de a coopera sau cooperarea exclusivă, sunt orientate spre diminuarea competitivității rivalilor cu scopul consolidării poziției pe piață a firmei dominante. Un comportament poate fi considerat abuziv dacă pot fi demonstrate efectele economice și financiare asupra concurenților și asupra consumatorilor, cum ar fi majorarea cotei de piață a firmei dominante, creșterea profiturilor pe baza consumatorilor (majorarea prețurilor) sau ca rezultat al eliminării concurenților.

În cazul *comportamentelor de exploatare* se conturează o majorare considerabilă a prețurilor, succedată de o diminuare a cantității produselor oferite, comparativ cu cazul unei concurențe eficienteIneficiența de alocare, care rezultă, se poate exprima prin diminuarea profiturilor pentru entitățile concurente sau diminuarea utilității pentru consumatori. Are loc transferul câștigului de la cumpărător la entitatea dominantă [171, p.265].

Este necesar de menționat că, pe când alte practici anticoncurențiale au un efect strict negativ asupra clienților și consumatorilor finali prin majorarea prețurilor, diminuarea cantității oferite și a calității, practicile abuzive ar putea, cel puțin pe termen scurt, să aibă și efecte pozitive pentru cumpărători. Spre exemplu, în cazul prețurilor de ruinare, în prima fază de implementare, datorită diminuării considerabile a prețurilor de către entitatea dominantă în detrimentul concurenților săi, consumatorii finali beneficiază de prețuri reduse și d posibilitatea de a cumpăra mai mult sau de a face economii. În schimb, odată cu eliminarea concurenților principali de pe piață, firma dominantă nu va rata șansa de a-și recupera profiturile sacrificate prin impunerea prețurilor superioare celor de până la aplicarea prețurilor de ruinare și, respectiv, daunele aduse cumpărătorilor și consumatorilor finali vor fi simțite considerabil. Prin urmare, efectele practicilor abuzive pot fi diferite de la o etapă a implementării la alta, împovărând atât estimarea efectelor pozitive, cât și a celor negative [171, p. 264].

Există numeroase tehnici și strategii comerciale care pot fi clasificate drept abuzive, însă acestea pot avea atât efecte pozitive asupra consumatorilor, cât și efecte negative asupra concurenților. Un exemplu ar fi *legarea mai multor produse*, care aduce beneficii pentru consumatori, oferind costuri reduse pentru produsele legate. Dacă un furnizor practică o tactică de legare, aparent, entitățile pe care le aprovizionează ar avea doar de câștigat datorită economiilor pe care reușesc să le facă și a alocării eficiente a resurselor în cazul în care toate produsele legate sunt necesare procesului de producție, însă dacă careva dintre produsele legate nu sunt necesare, dar vânzarea este condiționată de legare, aceasta ar putea implica costuri nejustificate. Daunele provocate de comportamentele abuzive sunt mai dificil de depistat, deoarece nu se exprimă neapărat în pierderi, dar pot exterioriza și efecte de stimulare a eficienței, care, de fapt, stimulează și concurența. Adițional, diferite categorii de actori pe piață pot fi afectați în mod și în măsură diferită. Spre exemplu, în condițiile discriminării de preț, cumpărătorii cu cerere elastică vor avea de câștigat odată ce vor plăti un preț mai scăzut, însă, ulterior, cumpărătorii cu o cerere inelastică sau mai puțin elastică vor suporta cheltuieli majore în comparație cu nivelul normal de prețuri. Oricum, și în acest

caz, efectul net trebuie calculat corect, acesta poate fi chiar și pozitiv, entitățile cumpărătoare reușind să reducă cheltuielile și să aloce mai eficient resursele financiare.

În cazul *comportamentelor abuzive de excludere*, comportamentul firmei dominante are un caracter instabil și tendința de a se modifica în timp. În cazul aplicării prețurilor de ruinare, rivalitatea poate fi foarte intensă până la excluderea mai multor concurenți de pe piață. Practicile abuzive ar putea cauza schimbări permanente în structura pieței și în unele cazuri daunele pot fi chiar ireparabile, dar există și situații în care intervenția autorităților de resort reușește să prevină distorsionarea concurenței sau să restabilească un mediu concurențial mult mai eficient decât până la aplicarea comportamentului abuziv.

Ca rezultat al cercetării efectuate, autorul delimitează a*ctorii pieței care ar putea fi afectați de comportamentele abuzive de exploatare și de excludere, care vor fi specificați în continuare.*

În pofida diversității formelor pe care le poate avea un comportament abuziv de excludere, scopul și efectele acestora sunt în mare parte similare. Totodată, poate fi afectată eficiența concurenților existenți pe piață, ceea ce indică suportarea cheltuielilor suplimentare și suportarea pierderilor sau ar putea fi limitată intrarea concurenților potențiali. Cumpărătorii de pe piață (fie consumatorii finali sau producătorii din aval sau distribuitorii) pot fi afectați dacă comportamentul de excludere cauzează majorarea prețurilor și reducerea posibilității de a alege sau o eventuală reducere a calității sau cantității.

În urma aplicării practicilor abuzive de exploatare, părțile afectate rezultă a fi *cumpărătorii direcți* și *indirecți*, la fel ca și *furnizorii direcți* și *indirecți*, dar și *producătorii de produse complementare și cumpărătorii substituenților* (concurenții), evident că sunt afectați și *consumatorii finali* actuali și cei potențiali, cât și diverse entități de pe pieţele conexe. După cum am menționat anterior, în condițiile discriminării de preț, diferite categorii de consumatori pot fi afectați în mod și în măsură diferită, în dependență de elasticitatea cererii pentru produsul vizat.

Dacă ne referim la efectele asupra *concurenților*, cel mai des aceștia suportă cheltuieli majore, urmate de diminuarea profitului, iar în cazul incapacității de recuperare a acestor cheltuieli, cel mai probabil vor fi forțați să părăsească piața. Daunele suportate se vor exprima atât în cheltuieli actuale, cât și în pierderea profitului actual și potențial. Trebuie să subliniem faptul că, referindu-ne la concurenți, considerăm nu doar concurenții actuali, ci și cei potențiali a căror intrare pe piață nu a fost posibilă din cauza abuzului comis. Majorarea costurilor va determina *reducerea veniturilor* și *diminuarea profiturilor* [171, p. 265].

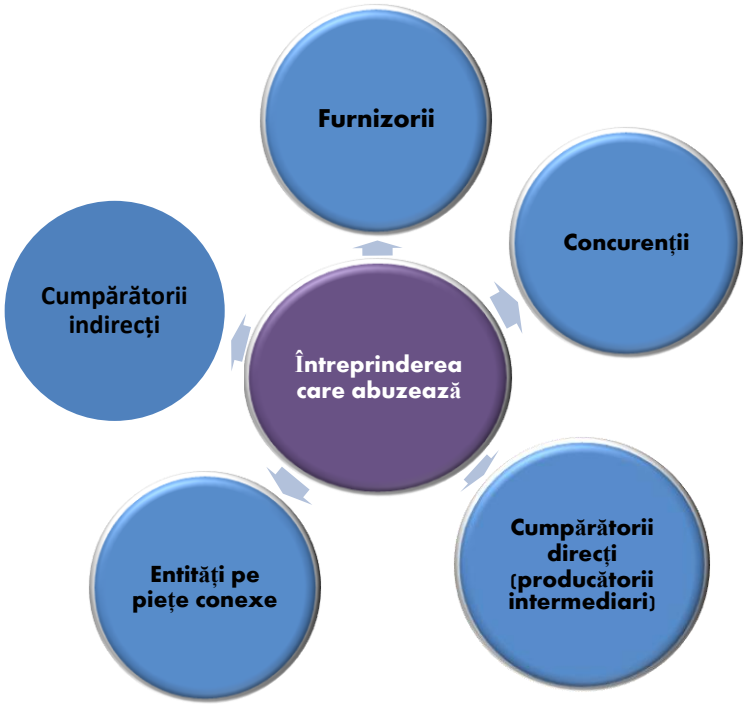


Fig. 3.1. Părțile afectate de comportamentele abuzive

Sursa: Elaborată de autor.

În cazul practicilor abuzive, majoritatea daunelor este suportată de concurenții entității dominante, care, eventual, face abuz de dominanța sa, spre exemplu, în cazul *schemei de rabaturi retroactive* sau în cazul *prețurilor de ruinare* care au un impact direct asupra veniturilor concurenților. Ulterior diminuarea profiturilor entităților vizate ar putea afecta și veniturile furnizorilor care-și vor diminua cantitatea vândută, riscând și ei la rândul lor să înregistreze pierderi.

Dacă comportamentul abuziv provine de la o entitate integrată vertical, un efect similar l-ar putea avea refuzul neîntemeiat de a contracta (coopera), care ar majora prețurile rivalilor, dacă vine vorba de un furnizor de materie primă sau componente care sunt utilizate în procesul de producere a altor entități economice. Adițional, ar putea avea de suferit și potențialii concurenți (mai eficienți), care, din cauza comportamentelor abuzive, întâmpină bariere la intrarea pe piața vizată.

O altă categorie de subiecți afectați sunt *cumpărătorii direcți*, care pot fi și vânzători intermediari, producători, distribuitori sau comercianți. Măsura, în care clienții direcți ai entității aplică un comportament abuziv, depinde de faptul dacă prin întreprinderea afectată au fost transferate efecte negative și asupra clienților în aval și dacă clienții au înregistrat pierderi pe piață în aval datorită majorării prețurilor pe piața în amonte.

Cumpărătorii indirecți care pot fi vânzătorii intermediari (producători, distribuitori, comercianți) reprezintă totalitatea clienților care cumpără bunuri și servicii de la un furnizor care se află pe piața afectată din aval. Aceștia sunt, de obicei, afectați de majorarea excesivă a prețurilor, deoarece efectele nu sunt absorbite de furnizor, ci, mai degrabă, sunt transferate pe piața în aval, entitățile, situate la cel mai jos nivel al ierarhiei pieței, sunt afectate cel mai tare, la fel ca și consumatorii finali.

Consumatorii finali procură direct sau indirect de la entitatea care abuzează de dominanță, aceștia ar putea suporta direct efectele supraprețului și, prin urmare, ar putea simți în mod amplificat daunele cauzate. În cazul când aceștia procură indirect, amplitudinea efectelor majorării de preț ar putea fi atenuată de nivelele anterioare ale lanțului de distribuție sau din contra pot fi amplificate, în dependență de volumul pierderilor pe care l-au suportat entitățile ofertante și de dorința acestora de a-și recupera pierderile într-o perioadă cât mai scurtă de timp.

Pe lângă cele menționate, în condițiile majorării prețurilor, clienții pot diminua consumul produselor/serviciilor vizate și s-ar orienta spre produsele substituente care nu au fost afectate de majorarea prețurilor. Această diminuare a volumului de vânzări poate fi comparată cu valoarea estimată a pierderilor din partea cumpărătorilor potențiali, însă, în acest context, accentuăm că este mult mai ușor de definit actualii cumpărători decât identificarea celor potențiali.

Cumpărătorii potențiali (contrafactuali) reprezintă acel segment de piață care ar fi achiziționat bunuri/servici direct sau indirect de la întreprinderea care aplică un comportament abuziv, dacă acest comportament nu ar fi avut loc.

Deși marea parte a efectelor sunt suportate de concurenții entității dominante, cumpărătorii acesteia au și ei de suferit din cauza majorării de preț, diminuării cantității oferite, calității reduse și a nivelului scăzut de inovare.

Ca rezultat al comportamentelor abuzive au de suferit chiar și furnizorii entităților afectate, fapt ce se explică prin diminuarea volumului de producție și, evident, scăderea volumului de materie primă sau componente necesare pentru procesul de producere, datorită diminuării volumului de vânzări și a profitului.

Este de menționat faptul că nu doar entitățile de pe piața relevantă sunt afectate de comportamentele abuzive ale unei întreprinderi dominante, dar și entitățile de pe pieţele conexe au de suferit. Aici ne referim, în mare parte, la producătorii de produse complementare, cererea acestor produse pe piață va fi în descreștere odată ce va descreşte

cererea pentru produsul principal, fapt ce va afecta negativ situația financiară a actorilor de pe piața produselor complementare.

Dacă comportamentul abuziv a fost stopat până la propagarea efectelor negative asupra concurenților și s-a reușit menținerea unui mediu concurențial eficient, daunele pot fi limitate sau chiar se pot opri la prima etapă unde sunt externalizate efectele pozitive [84] pentru consumatori sau clienții direcți sau indirecți, implicând anumite reduceri ale profiturilor. În linii mari, efectele pe care le suportă entitatea abuzivă depind de faptul dacă practica abuzivă implică sacrificarea profitului, ce ar afecta negativ resursele financiare ale entității și dacă entitatea nu va avea posibilitatea de recuperare a cheltuielilor și a pierderilor în faza a doua a ciclului de exploatare.

Estimarea efectelor economico-financiare

Literatura de specialitate oferă mai multe metode, tehnici și instrumente de cuantificare a daunelor produse de diferite practici abuzive. Acestea, în mare parte, se referă la domeniul economic și financiar, deoarece anume elementele acestor domenii sunt cel mai des afectate, prin urmare necesită o atenție deosebită. În continuare, vom analiza câteva metode de estimare a daunelor și vom propune anumite momente pentru îmbunătățirea acestora pentru a obține rezultate mai exacte.

Pentru început, vom delimita etapele procesului de estimare a daunelor și cele mai eficiente metodele și tehnicile.

Etapele estimării dunelor sunt [151, p. 23]:

1. *Determinarea scenariului contrafactual*. Calcularea daunelor, provocate de un anumit comportament anticoncurențial, necesită evaluarea situației care s-ar fi produs dacă acest eveniment nu ar fi avut loc. Aceasta este, deseori, cea mai importantă etapă în estimarea daunelor provocate de comportamentele abuzive. Există un șir de întrebări pentru etapa inițială, cum ar fi: ce tipuri de daune au fost provocate? Cine a fost afectat? În ce măsură? Care este piața relevantă sau industria unde s-a produs evenimentul? și altele.
2. *Estimarea valorii finale a daunelor*. Această etapă prevede stabilirea valorii totale a daunelor în baza diferenței dintre valorile și efectele situației de facto și cele a situației potențiale.

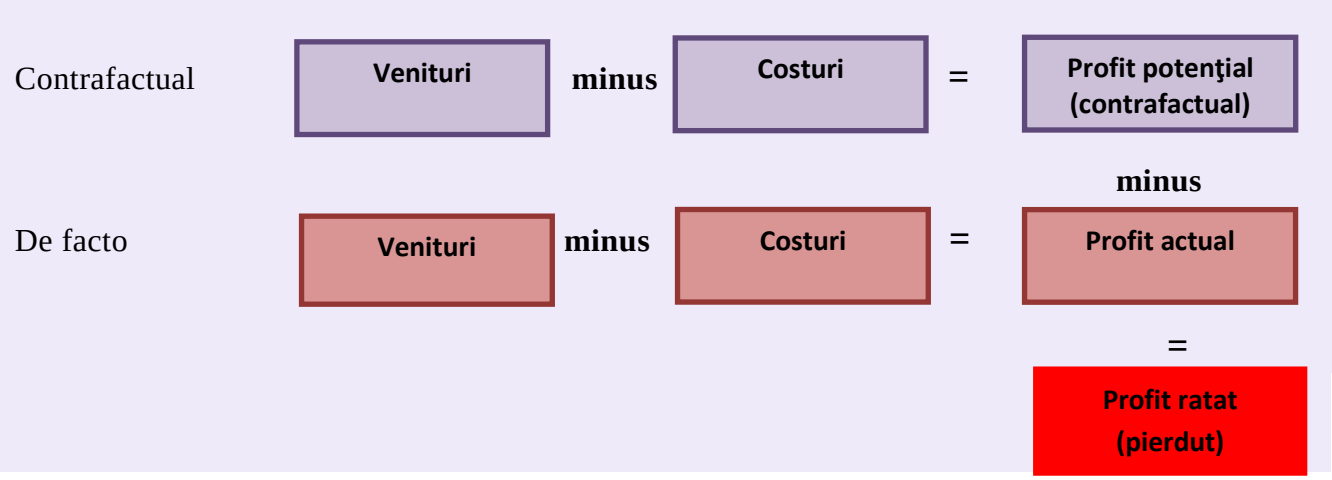


Fig.3.2. Cadrul economic de calculare a efectelor comportamentelor abuzive asupra profiturilor

Sursa: Elaborată de autor în baza [183].

Valoarea daunelor depinde, evident, de durata comportamentului abuziv, iar pentru estimarea corectă a daunelor valorii acestora toate rezultatele analizei contrafactuale vor fi aplicate unui model de evaluare financiară care include sumarea tuturor pierderilor din diverse tipuri de daune (dacă este cazul) și suma pierderilor înregistrate în perioada evaluată, cu indexarea acestora.

Uneori, chiar și după încetarea comportamentului abuziv, entitățile afectate pot înregistra pierderi datorită intensității comportamentului, prin urmare și aceste pierderi trebuie luate în considerare la calcularea valorii totale.

Clasificarea metodelor și modelelor de estimare a daunelor

Conform studiului efectuat de Oxera pentru Comisia Europeană, metodele de evaluare a efectelor comportamentelor abuzive se clasifică în trei grupuri mari [145, p.27]:

În tabelul 3.1 este reprezentată clasificarea metodelor de estimare a efectelor comportamentelor abuzive, cu indicarea metodelor și tehnicilor aplicate. Clasificarea prezentată este divizată pe 3 nivele.

1. ***Metoda bazată pe comparare*** – utilizează date din surse externe, adică din afara mediului afectat, pentru a estima valoarea contrafactuală (potențială). Cele mai des întâlnite metode sunt: comparația intersecțională – compararea diferitor piețe relevante ale produsului sau piețe geografice; compararea seriilor temporale – analiza prețurilor până la momentul și după aplicarea comportamentului abuziv; și o combinație între cele 2 metode ar fi analiza „*diferență în diferență*” – analiza modificărilor de preț pe o anumită piață pentru un anumit interval de timp și compararea rezultatelor cu cele de pe o piață neafectată pentru același interval de timp

sau estimarea pe aceeași piață, până la abuz. Adică, această metodă prevede simularea situațiilor înafara abuzului, pentru a putea fi identificat rezultatul actual, prin compararea acestor două situații.

Dacă ne referim mai detaliat la abordarea bazată pe comparare putem delimita trei metode principale:

- ***Compararea mediilor,*** este una dintre cele mai simple metode, se compară prețul pe o piață neafectată pentru estimarea prețului contrafactual.
- ***Interpolarea,*** implică compararea mediei prețurilor din ambele perioade, până la aplicare comportamentului abuziv și după.
- ***Tehnici de regresie,*** metode statistice care explică variația variabilelor (ex., prețul).

Tabelul 3.1. Clasificarea metodelor de estimare a daunelor comportamentelor abuzive

<table>
<tr><td rowspan="2">Abordare</td><td colspan="3">Comparare</td><td colspan="2">Analiza financiară</td><td>Structura de piață</td></tr>
<tr><td>Intersectorial</td><td>Serii de timp</td><td>Diferență în diferență</td><td>Performanța financiară</td><td>Instrumente financiare</td><td>Modele de organizare industrială</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Bază pentru analiza contrafactuală</td><td>Piețe</td><td>Înainte și pe parcurs</td><td rowspan="3">O întreprindere, o piață, o țară, înainte, pe parcurs și după</td><td colspan="2">Compararea firmelor și industriilor</td><td>Oligopolul Cournot</td></tr>
<tr><td>Întreprinderi</td><td>Pe parcurs și după</td><td colspan="2">Costul capitalului</td><td>Oligopolul Bertrand</td></tr>
<tr><td>Țări</td><td>Înainte, pe parcurs, după</td><td rowspan="3">Costuri adiționale</td><td rowspan="3"></td><td>Concurență monopolistică</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td>Concurență perfectă</td></tr>
<tr><td>Licitații</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Tehnici</td><td rowspan="2">Compararea mediilor</td><td rowspan="2">Compararea mediilor</td><td rowspan="2">Compararea mediilor (diference în diferență)</td><td>Profitabilitatea</td><td>Multiplicarea</td><td>Estimarea modelelor structurale</td></tr>
<tr><td>Studiul evenimentelor</td><td>Scontarea</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Interpolarea</td><td></td><td>Valutarea</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Econometrie intersectorială</td><td>Econometrie cu serii de timp</td><td>Regresii de date</td><td>Evaluarea costurilor Bottom-up</td><td></td><td>Estimarea „în două modele”</td></tr>
</table>

Sursa: Elaborat de autor în baza [145].

2. ***Analiza performanței financiare***. Pentru estimarea valorii contrafactuale, această metodă utilizează informația financiară din industriile și firmele comparate, benchmakingul ratelor de rentabilitate și costurile suportate de reclamanți și pârâți. Sunt două abordări ale acestei metode: *examinarea performanței financiare* și *examinarea prin intermediul instrumentelor financiare*.

Există câteva metode în care analiza performanței financiare poate fi utilizată pentru estimarea efectelor comportamentelor anticoncurențiale, precum:

- Deteriorarea performanței financiare a reclamantului ca rezultat al acțiunilor discriminatorii poate fi utilizată pentru stabilirea valorii daunelor suportate;
- Îmbunătățirea performanței economice a entității care face abuz de poziție dominantă ca rezultat al acțiunilor sale contribuie la estimarea beneficiilor pe care aceasta le-a obținut în urma aplicării comportamentului abuziv;
- Pot fi utilizate diferite tehnici de estimare, cum ar fi: analiza performanței, analiza profitabilității și analiza evoluției prețurilor acțiunilor – un indicator foarte important pentru stabilirea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă. Valoarea acestora este un indicator direct al performanței unei întreprinderi;
- Nivelul contrafactual al prețului la fel poate fi estimat prin evaluarea costurilor de producție a entității dominante, raportate la valoarea contrafactuală a profitului și compararea lor cu valorile actuale (influențate de comportamentul abuziv), prin urmare poate fi estimată valoarea totală a câștigurilor. Amintim că realizarea supraprofitului este un indicator direct al abuzului de poziție dominantă.

Avantajele acestei metode rezidă în disponibilitatea datelor financiare ale entităților și exactitatea rezultatelor. Însă, această metodă, practic, nu permite o diferențiere între impactul factorilor externi și impactul daunelor asupra performanței financiare.

3. ***Analiza structurii de piață.*** Această abordare utilizează o combinație a metodelor teoretice, ipoteze și estimări empirice și presupune selectarea metodelor celor mai potrivite pieței relevante pentru estimarea prețului sau volumului contrafactual. Aceste metode pot fi utilizate pentru estimarea sau simularea rezultatelor pe piață – de obicei în termeni de preț și volum. Analiza structurii de piață combină atât metode teoretice, cât și ipoteze și estimări empirice. Există două metode importante, utilizate în analiza structurii pieței:

- ***Abordarea „modelului unic”.*** Această abordare utilizează modelul dat pentru estimarea contrafactuală, utilizând rezultatele reale ca indicatori de calcul. Modelul contrafactual este calibrat prin estimarea cererii și ofertei pe piața dată.
- ***Abordarea „modelului dublu”.*** Utilizează atât metodele de estimare contrafactuală cât și cele reale (de facto). Acest model implică un nivel mai înalt de certitudine, însă se bazează, în mare parte, pe ipoteze, ceea ce ar însemna că există și anumite lacune în acest model.

Totodată, evidenţiem un şir de variabile care pot contribui la estimarea efectelor financiare negative resimțite de întreprinderi din cauza comportamentelor abuzive, în special cele de excludere. Cele mai relevante variabile sunt prezentate în tabelul 3.2.

Tabelul 3.2. Variabilele utilizate la estimarea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă

Variabila afectată	**Alte variabile importante când reclamantul este un concurent**	**Resurse existente**
Diminuarea profiturilor	Volumele actuale și potențiale vândute de concurent	Rapoartele financiare trimestriale
	Prețurile actuale și contrafactuale impuse de concurent	Rapoartele financiare trimestriale
	Costurile evitate la reducerea volumului produs	Rapoartele financiare trimestriale

Sursa: Elaborat de autor.

Experiența internațională și națională demonstrează că metodele de evaluare și sursele de informare referitoare la estimarea efectelor comportamentelor anticoncurențiale asupra eficienței economice a entităților și asupra mediului concurențial, per general, sunt selectate în dependență de circumstanțele în care are loc abuzul. Astfel, sunt luați în considerare factorii, cum ar fi: mărimea pieței relevante, gradul de concentrare a pieței, cotele de piață, produsele substituente, veniturile, cheltuielile și pierderile concurenților etc. Totuși, determinarea exactă a efectelor financiare este foarte dificil de obţinut, deoarece necesită determinarea exactă a tuturor subiecților implicați, fapt ce este mai puțin posibil în condițiile unui mediu concurențial dinamic.

3.2. Dezvoltarea modelului de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă

Dat fiind faptul că au fost clarificate etapele de evaluarea a efectelor abuzului de poziție dominantă, metodele existente și au fost determinați toți actorii pieței care au suportat consecințele comportamentului abuziv, ne propunem să dezvoltăm un model de stimulare a efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice.

Înainte de toate menționăm că este necesară definirea dimensiunii temporale în care efectele abuzului se manifestă și identificarea etapelor de propagare ale acestora. Cadrul conceptual pentru cuantificarea efectelor abuzului de dominanță implică elementele prezentate în figura 3.5.

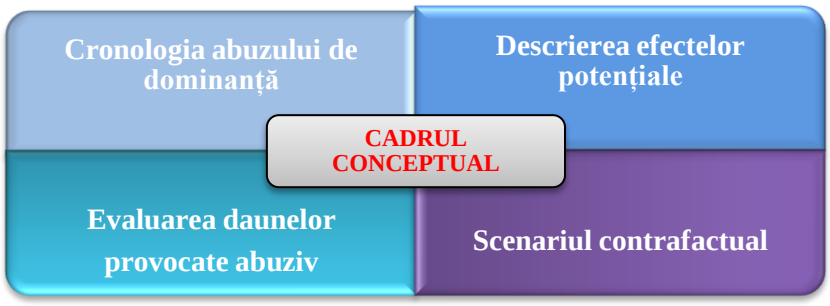


Fig. 3.3. Elementele cadrului conceptual al modelului de simulare

Sursa: Elaborată de autor.

Cronologia

Orice practică abuzivă este caracterizată de intervale de timp considerabile (în dependență de complexitatea cazului de abuz), efectele fiind diferite în fiecare interval temporal de expresie a abuzului. Pentru a analiza efectele sale, metodologia trebuie descrisă corespunzător, precum și intervalul de timp relevant în care aceasta a avut loc, toate etapele – de la începutul practicii până la momentul restabilirii condițiilor concurențiale anterioare, adică până la abuz, precum și secvențele intermediare etapei inițiale și celei finale. Figura 3.4 reprezintă o ilustrare grafică a cronologiei unui comportament abuziv, divizată în 3 etape principale, practica abuzivă având începutul în punctul $t=0$ și se încheie în punctul $t= T$, perioada intermediară fiind cuprinsă între punctele $t=T-N-L$ și $t=T-N$

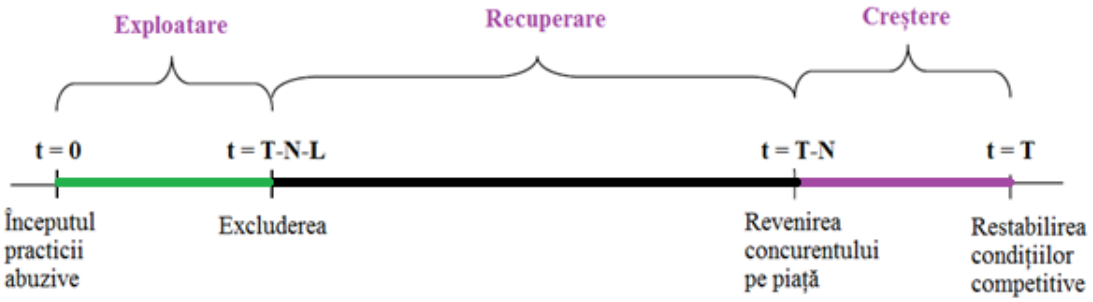


Fig. 3.4. Cronologia efectelor abuzive de excludere

Sursa: Elaborată de autor după [146].

Prima etapă a unui abuz, este cea de ***exploatare,*** care reprezintă perioada în care concurenții afectați înregistrează pierderi considerabile, caracterizate prin diminuarea profiturilor și a cotelor de piață. În figura 3.4 această perioadă este cuprinsă în intervalul de timp de la t=0 până la t=T-N-L, caracterizată de posibilitatea de excludere completă a concurenților existenți sau de limitarea pătrunderii pe piață a concurenților noi (potențiali). Pentru cazurile în care comportamentul companiei dominante este orientat spre împiedicarea intrării pe piață a

concurenților noi, prima fază poate fi absentă, deoarece excluderea rezultă a fi imediată. Și în cel din urmă caz putem constata pierderi financiare considerabile ale entităților economice, exprimate în pierderea profitului potențial și cheltuielile irecuperabile înregistrate.

Etapa a doua reprezintă faza de recuperare (după excludere), care este cuprinsă în intervalul de timp de la $t=T-N-L$ până la $t=T-N$. În această etapă, entitatea economică care abuzează culege toate roadele comportamentului său abuziv, ce rezultă în urma excluderii concurenților de pe piață.

Beneficiile entității economice, care abuzează de dominanță, sunt exprimate în majorarea cotei de piață datorită reorientării consumatorilor concurenților, majorarea veniturilor datorită creșterii volumului de vânzări, majorarea profiturilor, care, în mare parte, se datorează reducerii costurilor fixe de producție și posibilității de a impune supraprețuri [92, p. 99].



Fig. 3.5. Efectele financiare ale abuzului de poziție dominantă pentru entitatea dominantă

Sursa: Elaborată de autor.

Toate beneficiile menționate, deseori, sunt în detrimentul consumatorilor și a concurenților, o mare parte din câștigurile entității dominate fiind pe seama pierderilor înregistrate de concurenți și suprapreturile aplicate consumatorilor. Este important de menționat faptul că, frecvent rezultatele pozitive înregistrate de entitate, în urma abuzului, nu se datorează doar efectelor comportamentului abuziv, ci și eficienței economice a entității, gradului de inovare și dezvoltării tehnologice a acesteia, gradului de dezvoltare și deschidere a pieței și, desigur, eficienței reduse a concurenților, dar și capacității scăzute a acestora de a reacționa. Prin urmare, este foarte important de racordat efectele comportamentului abuziv la un cadru complex de analiză care ia în considerare toți factorii care pot afecta performanța economică a actorilor pieței și pot amplifica sau diminua efectele economico-financiare ale comportamentului abuziv. În cazul în care la cuantificarea efectelor abuzului de poziție dominantă nu s-au analizat minuțios circumstanțele pieței și factorii de influență, există riscul să se ajungă la rezultate eronate care ar putea duce la destabilizarea echilibrul pe piață și diminuarea beneficiilor consumatorilor, prin limitarea acțiunilor entității cu presupus comportament abuziv.

Dacă revenim la etapele de propagare a efectelor unui comportament abuziv, trebuie să menționăm că în cea de a treia etapă – de recuperare, teoretic, are loc restabilirea mediului concurențial și a echilibrului pieței.

Cuantificarea efectelor necesită determinarea și delimitarea corectă a acestor trei etape temporale, însă trebuie să evidențiem că delimitarea exactă a acestora este foarte dificilă, deoarece acestea nu se pliază direct pe perioada în care a avut loc abuzul și perioadele de competitivitate a pieței, în plus efectele de exploatare pot fi resimțite atât în perioada de recuperare, cât și în cea de creștere. Efectele practicilor abuzive pot fi resimțite și după terminarea comportamentului abuziv, fapt ce impune studierea comportamentelor abuzive pe parcursul perioadelor mai îndelungate, pentru stabilirea efectelor și cuantificarea corectă a acestora. Acest fapt creează probleme delicate legate de cauzalitate, deoarece analiza cauzei de abuz poate demonstra că a avut loc o încălcare, care a produs anumite efecte de excludere până la punctul T-N-L, în timp ce efectele negative ale încălcării pot continua până la T-N. Intervalul de timp presupus lungimii perioadei (L) nu corespunde cu perioada cazului de abuz stabilit inițial.

Prin urmare, constatăm că durata fiecărei faze va fi determinată, în special, de momentul intervenției autorităților de resort. O intervenție timpurie poate întrerupe practica abuzivă, limitând efectele de blocare și minimizând durata fazei de exploatare, precum și amploarea efectelor ulterioare. Adițional, prin implicarea unei monitorizări stricte a practicilor existente probabilitatea recidivării cazului ar putea scade fapt ce ar facilita revenirea concurenților pe piață, reducând astfel durata fazei de recuperare. În cele din urmă, o intervenție proactivă, de exemplu, prin impunerea unor angajamente în ceea ce privește comportamentul entității, poate produce efecte asupra prețurilor, în favoarea consumatorilor și poate facilita expansiunea concurenților în perioada de creștere.

Descrierea efectelor potențiale

Este important să delimităm cele mai importante categorii de entități economice afectate direct de practicile abuzive de excludere. În acest context, identificăm patru clase diferite de entități economice: entitatea cu poziție dominantă, clienții săi, concurenții și clienții acestora.

În ceea ce privește efectele asupra entității care abuzează, în funcție de particularitățile situației în cauză, este posibil să existe o creștere a cheltuielilor irecuperabile și o reducere a profiturilor curente (sacrificare) în timpul etapei de exploatare și o eventuală creștere a profitului în timpul etapei de recuperare.

Efectele asupra concurenților sunt, totuși, în centrul atenției atât a entităților afectate, cât și a autorităților de resort.

Datorită faptului că multe elemente care sunt luate în considerare la identificarea și calcularea daunelor diferă între ele, putem distinge două situații care ar putea cauza pierderi financiare majore [62]:

- ***Eliminarea forțată a unui concurent***: concurentul este forțat să iasă sau, alternativ, să-și reducă activitatea și să accepte un rol de nișă. Se constată că, la rândul său, concurentul poate întreprinde acțiuni de apărare costisitoare, eventual implicând unele cheltuieli irecuperabile în timpul fazei de exploatare, care ar putea avea un impact negativ asupra profiturilor curente, iar în cazul eșecului se sumează la pierderile financiare ale acestuia. Prin urmare, în timpul fazei de exploatare, profiturile concurentului afectat vor scădea și există riscul ca acesta să înregistreze și pierderi, cauzate de contra-acțiunile de apărare. Profitul net al concurentului s-ar putea diminua, s-ar putea egala cu zero sau chiar ar putea fi negativ, din cauza persistenței costurilor irecuperabile în timpul fazei de recuperare.
- ***Prevenirea intrării*** (sau împiedicarea expansiunii): concurentul renunță să intre sau să-și extindă activitatea ca răspuns la acțiunile anticoncurențiale ale entității dominante. Profiturile sale sunt menținute sub nivelul pe care l-ar atinge în scenariul contrafactual (potențial) în fazele de exploatare și recuperare.

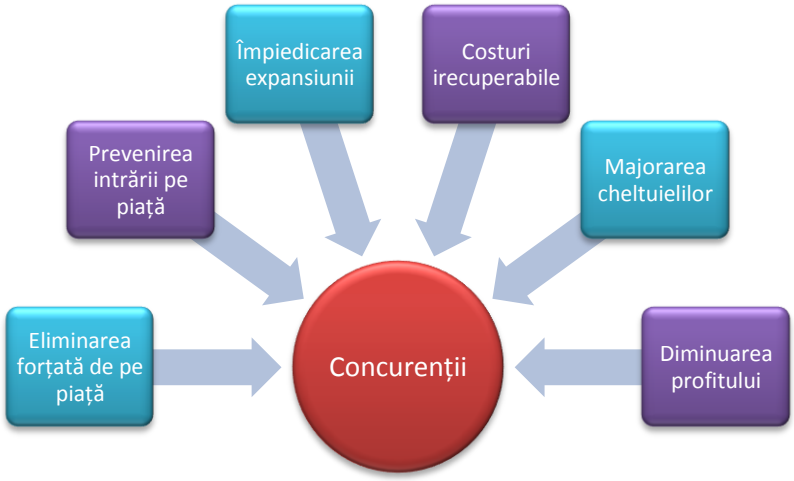


Fig. 3.6. Efecte economico-financiare suportate de concurenți

Sursa: Elaborată de autor.

Altă categorie de daune ar fi cele reclamate din partea clienților, printre acestea delimităm următoarele:

- ***Efectele de preț pe termen scurt***: aceste efecte se pot manifesta în diverse forme, dar cel mai des se exprimă în reducerea prețului sau alte măsuri care vor spori

surplusul clienților. Cu toate acestea, atâta timp cât practica implică discriminarea în termeni de preț (de ex., reduceri de preț selective, rabaturi direcționate), putem delimita atât efecte pozitive, cât și negative asupra prețurilor impuse diferitelor grupuri de clienți în timpul fazei de exploatare.

- ***Efectele de preț pe termen lung***: acestea corespund fazei de recuperare, în care entitatea, care abuzează de dominanță, majorează prețurile pentru a-și recupera sacrificiul suportat pe termen scurt în faza de exploatare. Aceste majorări de preț au un impact semnificativ asupra clienților entității și asupra consumatorilor finali, exprimându-se în majorarea cheltuielilor și reducerea profiturilor.
- ***Efecte de transfer:*** atâta timp cât practica de excludere are loc într-o etapă în amonte a procesului de producție, evidențiem problemele legate de transferul efectelor pe piețele în aval. Acestea afectează *pozitiv* prețurile finale pe termen scurt, adică o descreștere a acestora și *negativ* pe termen lung – majorarea acestora (pentru recuperarea cheltuielilor suportate anterior).
- ***Reducerea diversității*:** în cazul produselor diferențiate, datorită excluderii sau marginalizării unor concurenți, ar putea fi eliminate anumite tipuri de produse, diminuându-se astfel gradul de diversificare pe piața relevantă.

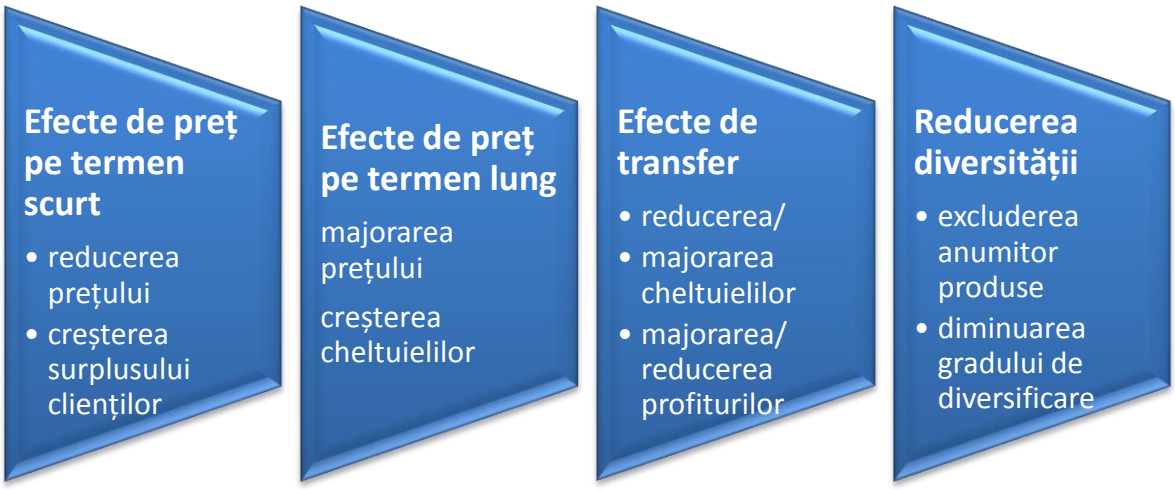


Fig. 3.7. Efectele economico-financiare pentru clienții entității economice care face abuz de poziție dominantă și a concurenților săi

Sursa: Elaborată de autor.

Cuantificarea daunelor

După delimitarea cadrului conceptual putem aplica, nemijlocit, cuantificarea propriu-zisă a efectelor suportate de entitățile economice în urma abuzului de poziție dominantă. Inițial, este necesară calcularea estimativă a profiturilor concurenților în scenariul de excludere a acestora de

pe piață, una dintre cele mai grave efecte, care implică pierderile irecuperabile și diminuarea profiturilor sau pierderea profiturilor.

În acest caz, profiturile concurentului în cadrul scenariului de excludere (P) se adaugă celor obținute în faza de exploatare (E), faza de recuperare (R) și faza de creștere (M) și sunt calculate prin următoarea expresie:

$$\prod \boldsymbol{P} = \sum_{t=0}^{T-N-L} \delta^t \left(\Pi_t^E - \mathbf{S}_t^E\right) + \sum_{t=T-N-L+1}^{T-N} \delta^t(-\mathbf{S}_t^R) + \sum_{t=T-N+1}^{T} \delta^t(\Pi_t^M - \mathbf{S}_t^M)$$

unde,

Π_t^i , i = E,R,M sunt indicatorii profitului pe perioadele (t) înregistrate de concurenți sau orice pierdere sau cost irecuperabil înregistrat în cele 3 faze ale propagării efectelor abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice. Aceste profituri reprezintă diferența dintre venitul brut și costurile irecuperabile (fixe și variabile) în perioada precedentă abuzului, unde S_t^i reprezintă costurile irecuperabile pe fiecare perioadă, *i = E,R,M.*

Ulterior, este necesară determinarea surplusul clientului - $\bigwedge$ P, în scenariul de excludere, după cum urmează:

$$\bigwedge \boldsymbol{P} = \sum_{t=0}^{T-N-L} \delta^t \Lambda_t^E + \sum_{t=T-N-L+1}^{T-N} \delta^t \Lambda_t^R + \sum_{t=T-N+1}^{T} \delta^t \Lambda_t^M$$

De asemenea, putem exprima profiturile concurentului în scenariul contrafactual (C) prin următoarea formulă:

$$\prod \boldsymbol{C} = \sum_{t=0}^{T} \delta^t \left(\Pi_t^C - \mathbf{S}_t^C\right)$$

unde, Π_t^C este definit ca și în cazul anterior și S_t^C reprezintă costurile irecuperabile pentru fiecare perioadă, pe care concurentul le va suporta în scenariul contrafactual. Surplusul clientului în același scenariu se va calcula în felul următor:

$$\bigwedge \boldsymbol{C} = \sum_{t=0}^{T} \delta^t \Lambda_t^C$$

Efectele negative asupra concurentului mai pot fi calculate și ca: $\mathbf{D_{CONC}} = \mathbf{\Pi^C - \Pi^A}$, unde, $\mathbf{D_{CONC}}$ este definit într-un mod în care concurentul câștigă același profit net scontat ca și în scenariul contrafactual, odată ce pierderile au fost recuperate în intervalul temporal menționat anterior.

În mod asemănător pot fi calculate daunele suportate de clienții entității ce abuzează (alte entități economice):

$$\mathbf{DCL = \Lambda^C - \Lambda^F}$$

Daunele DCONC (DCL) includ pierderea profitului (surplusul) înainte de revendicarea pierderilor, precum și pierderea unor profituri (surplusuri) viitoare. Aceasta include pierderile reale și costurile de oportunitate.

Formula generală DCONC conduce la diferite expresii pentru cazurile de împiedicare a intrării pe piață și cazurile de excludere forțată.

În cazul analizat anterior, $S_t^i = 0$ și Π_t^i=0, dacă i= E,R, cu alte cuvinte, în timpul fazelor de exploatare și de recuperare, concurentul nu obține profituri și nu suportă nici un cost irecuperabil. Putem constata, că în acest caz, efectele financiare suportate de concurent sunt egale cu **profiturile sale nete în situația contrafactuală minus profitul net pe care l-ar putea obține în timpul fazei de creștere** (adică profiturile obținute odată ce încălcarea a fost întreruptă, iar potențialul concurent intră în cele din urmă pe piață). Pentru calcularea daunelor suportate de concurenți, utilizăm următoarea formulă:

$$\boldsymbol{DCONC = \sum_{t=0}^{T} \delta^t(\Pi_t^C - S_t^C) - \sum_{t=T-N+1}^{T} \delta^t(\Pi_t^M - S_t^M)}$$

În situația când entitatea, care face abuz de poziția sa dominantă, determină concurenții să părăsească piața, în faza de exploatare, concurentul va obține profit brut, iar în faza de recuperare acesta va înregistra *profit nul*.

Mai mult decât atât, utilizarea strategiilor defensive în timpul fazei de exploatare pot implica costuri suplimentare, în comparație cu scenariul contrafactual. Aceste costuri suplimentare nu pot fi amortizate integral până la finalizarea etapei de exploatare și începutul fazei de recuperare. Prin urmare, $S_t^i \geq S_t^c$, unde, i = E, R.

În acest caz, daunele suportate de concurent DCONC sunt egale cu *reducerea profiturilor brute raportate la costurile contrafactuale* și cu *costurile adiționale* (dacă există), înregistrate în timpul perioadei de exploatare. Aici trebuie să menționăm că dacă în faza de exploatare concurentul obține profituri brute negative, adică $\Pi_t^E < 0$, atunci **valoarea efectelor** va corespunde **profiturilor brute din scenariul contrafactual** + (plus) **pierderile și diferența în costurile irecuperabile.**

Specificăm că în cazul în care costurile irecuperabile suportate de concurent sunt aceleași în scenariile contrafactuale și cele de excludere, aceste costuri nu ar trebui rambursate, adică concurentul nu a avut de suferit din cauza comportamentului abuziv, iar excluderea sa de pe

piață a fost cauzată de eficiența scăzută sau de alți factori. Acest lucru se mai poate explica prin decizia conștientă a entității economice de a părăsi piața și, prin urmare, nu poate fi atribuită la cheltuielile înregistrate în perioada abuzului.

În figura 3.8 este reprezentată evoluția profiturilor brute ale concurentului în cele trei faze de propagare a efectelor comportamentului abuziv. Linia întreruptă constituie valorile în scenariul contrafactual, pe când liniile neîntrerupte reprezintă scenariul de excludere forțată a concurentului. Pentru simplicitate, presupunem că profiturile în perioada contrafactuală sunt constante.

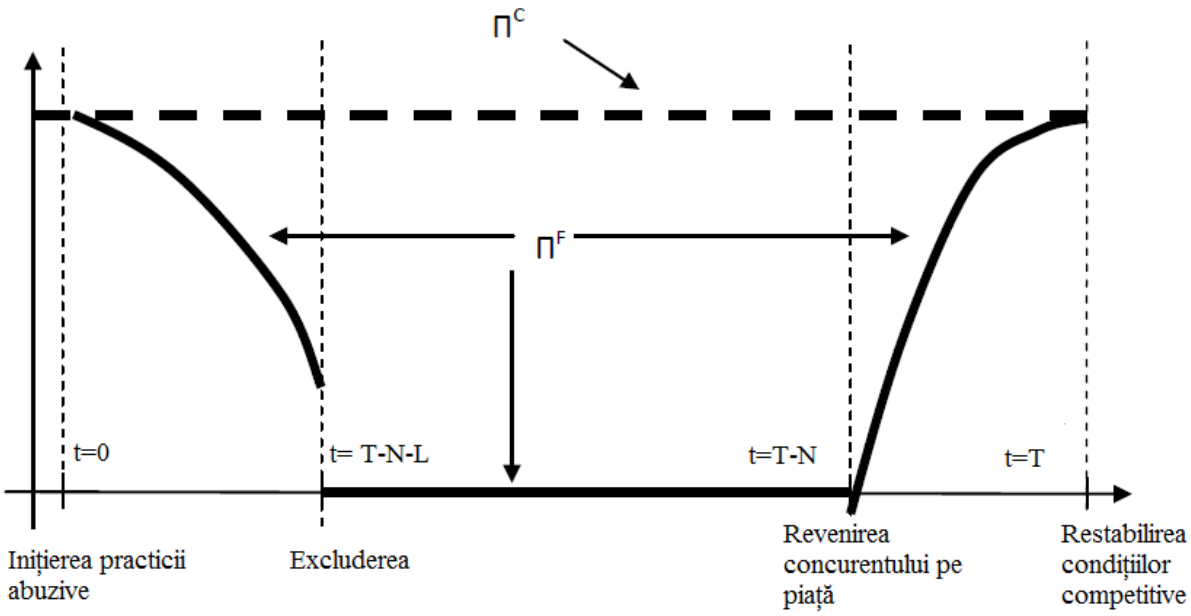


Fig. 3.8. Evoluția profiturilor concurentului supus practicii abuzive de excludere

Sursa: Elaborată de autor.

În cele din urmă, daunele DCONC și DCL sunt exprimate ca valoare prezentă la începutul practicii de excludere în punctul $t = 0$. Calculul exact al daunelor, date fiind expresiile DCONC și DCL, depind de momentul luării deciziei de a acționa în vederea afectării concurenților și necesită capitalizarea/scontarea expresiilor. Din punct de vedere economic, rata de actualizare δ trebuie să fie dictată de costul capitalului reclamantului. Cel mai des, însă, autoritățile de resort aplică o rată a dobânzii predeterminată, simplă (foarte rar una complexă), fapt ce subestimează efectele aduse de comportamentul abuziv.

2.4. Analiza pieţei de servicii TV contra plată în Republica Moldova, anul 2017

Dacă ne referim nemijlocit la situațiile de abuz de pe piața Republicii Moldova, constatăm ca analiza și cuantificarea efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă este dificilă, deoarece colectarea datelor necesare unei analize complete este, practic, imposibilă.

În rezultatul cercetărilor efectuate pe marginea acestui subiect, ne-am propus analiza efectelor unui abuz de poziție dominantă pe o piață oligopolistă, analizând o situație ipotetică de creare a unui cartel între operatorii de pe piața serviciilor TV contra plată.

Conform statisticilor ANRCETI [153], piața serviciilor TV contra plată, în anul 2017, a înregistrat o dinamică pozitivă față de anul precedent la capitolul vânzări realizate pe piața serviciilor TV. Creșterea veniturilor din vânzări cu 5,1% a asigurat un total de 159,5 milioane de lei, constituind 60,9% în structura pieței serviciilor de transmisie şi retransmisie a programelor audiovizuale (cu 10 p.p. mai mult decât în anul precedent), figura 3.9.

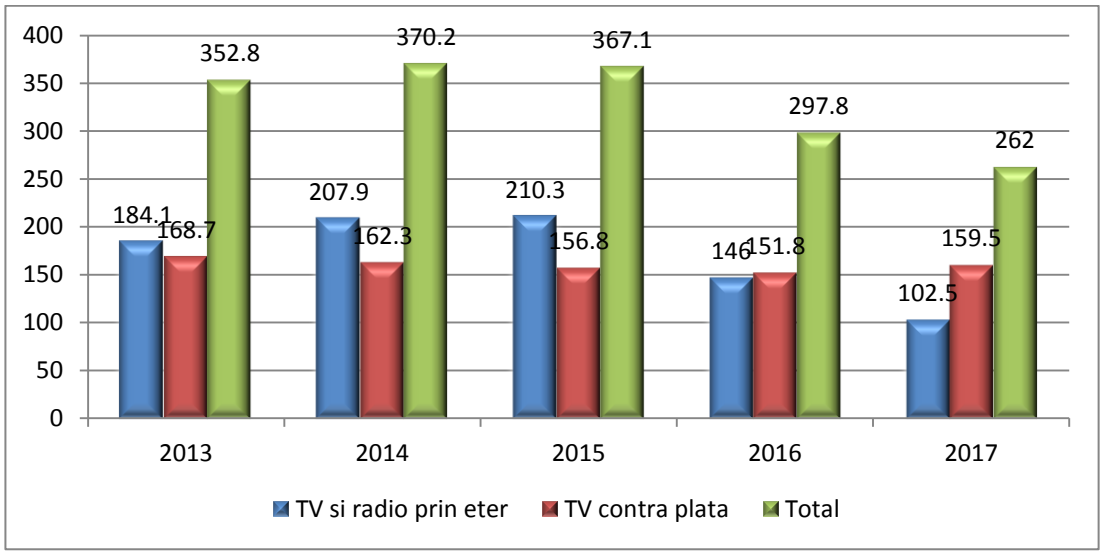


Fig.3.9. Evoluția vânzărilor pe piața serviciilor de transmisie şi retransmisie a programelor audiovizuale, mil. lei

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.28].

Creșterea veniturilor provenite din vânzarea serviciilor TV contra plată a fost determinată de sporirea vânzărilor realizate de furnizorii care operează rețele IP TV. Cifra de afaceri a acestor furnizori a crescut, față de anul 2016, cu 16% și a atins valoarea de 73,9 milioane de lei. Dinamica pozitivă a acestei piețe se datorează creșterii numărului total al abonaţilor la aceste servicii de la 78,1 mii, în anul 2016, la 139,5 mii, în anul 2017, practic, dublându-se pe parcursul unui singur an [153, p.6].

Tabelul 3.3. Evoluția numărului de abonaţi la serviciile TV contra plată şi a ratelor de penetrare a acestor servicii, mii

Indicatori		**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Abonaţi TV prin rețele de cablu	mii	224,0	209,2	206,5	191,8	184,2
Abonaţi IPTV	mii	55,5	62,6	68,8	78,1	139,5
Abonaţi DTH	mii	7,4	-	-	-	-
Abonaţi MMDS	mii	2,9	2,1	-	-	-
Total abonaţi	mii	**289,9**	**274,0**	**275,3**	**269,9**	**323,7**
Penetrare la 100 locuitori	%	8,14	7,70	7,74	7,60	9,12
Penetrare la 100 gospodării	**%**	**24,43**	**23,11**	**23,23**	**22,79**	**27,35**

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.29].

Ca rezultat al acestei evoluții pozitive, rata de penetrare a serviciilor TV contra plată, raportată la 100 de locuitori ai republicii, s-a majorat în anii 2016-2017 de la 7,6 la 9,1%, iar rata de penetrare a aceloraşi servicii, raportată la 100 de gospodării casnice – de la 22,79 la 27,35% (Tabelul 3.3).

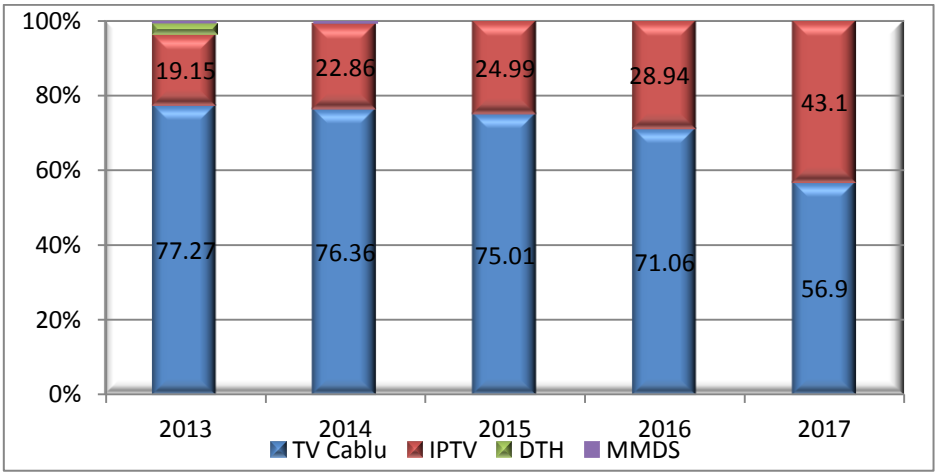


Fig. 3.10. Ponderea abonaţilor la serviciile TV contra plată, în funcţie de tehnologia de recepţie a semnalului TV

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.30].

Potrivit aceloraşi date, la finalul anului 2017, ponderea abonaților la serviciile IP TV, în structura abonaţilor la serviciile TV contra plată, a înregistrat, în raport cu anul 2016, o creștere semnificativă de 14,15 p. p. și a alcătuit 43,1%. În perioada similară, ponderea abonaților la serviciile TV prin cablu a scăzut cu aceeași valoare și a constituit 56,9% din totalul abonaților la serviciile TV (Figura 3.10).

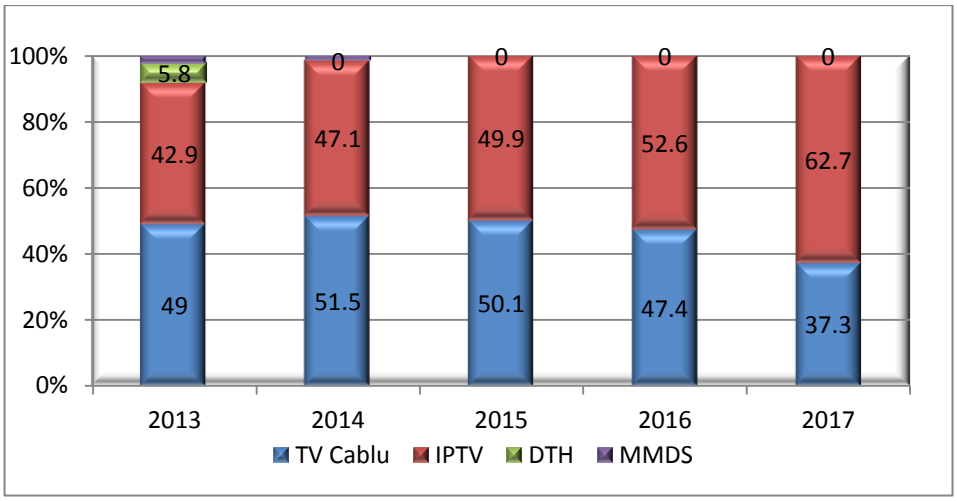


Fig. 3.11. Ponderea abonaților la serviciile TV în format digital, în funcţie de tehnologia de recepţie a programelor TV

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.31].

Datele statistice din ultimii cinci ani arată o creștere constantă a numărului de abonaţi la serviciile TV contra plată care recepționează semnalul TV în format digital. În această perioadă, ponderea abonaţilor care recepționează semnalul TV în format digital în baza tehnologiei IP TV a crescut cu 10,1 p.p.: de la 52,6 la 62,7%, iar ponderea abonaților care recepționează semnalul TV în același format prin rețele TV prin cablu a scăzut în aceeași proporție de la 47,4 la 37,3%.

În perioada 2016-2017, trendul de creștere a gradului de utilizare a serviciilor TV contra plată în format digital a continuat. Numărul abonaţilor la serviciile respective a crescut, timp de un an, cu 49,7% și a depășit, la finalul anului 2017, cifra de 222 mii de abonați. Conform situației din 31.12.2017, ponderea abonaţilor la serviciile TV contra plată în format digital a sporit, față de anul 2016, cu 11,9 p. p. și a însumat 56,5%, iar ponderea abonaţilor la serviciile TV în format analogic a scăzut în aceeași proporție și a alcătuit 43,5% (Figura 3.12).

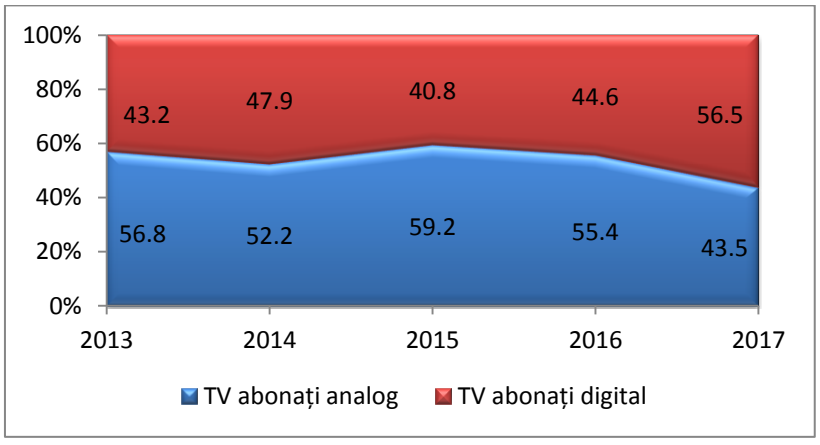


Fig. 3.12. Ponderea abonaţilor la serviciile TV contra plată, în funcţie de formatul de recepţie a programelor TV

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.31].

Dacă ne referim la structura pieței serviciilor TV contra plată, în funcție de cotele de piață deținute, la momentul actual, principalii furnizori de servicii TV (în funcție de numărul de abonați) sunt „Moldtelecom”, „Sun Communications” și „TV BOX”. Pe parcursul ultimilor cinci ani, structura pieței a suportat schimbări majore, astfel „TV BOX” S.R.L și-a consolidat continuu poziția de piață, realizând o creștere considerabilă, în anul 2017, cu 17.8 p.p. comparativ cu anul precedent. Spre deosebire de „TV BOX”, ceilalți concurenți au înregistrat scăderi, astfel, cota de piaţă a „Sun Communications” S.R.L. a scăzut cu 9,6 p. p. și a atins ponderea de 26%, iar cota S.A. „Moldtelecom” s-a micșorat cu 3,3 p. p. și a constituit 18,8%. Cota cumulată a celorlalți 72 de furnizori s-a micșorat cu 4,8 p. p. și a însumat 31% (Figura 3.13).

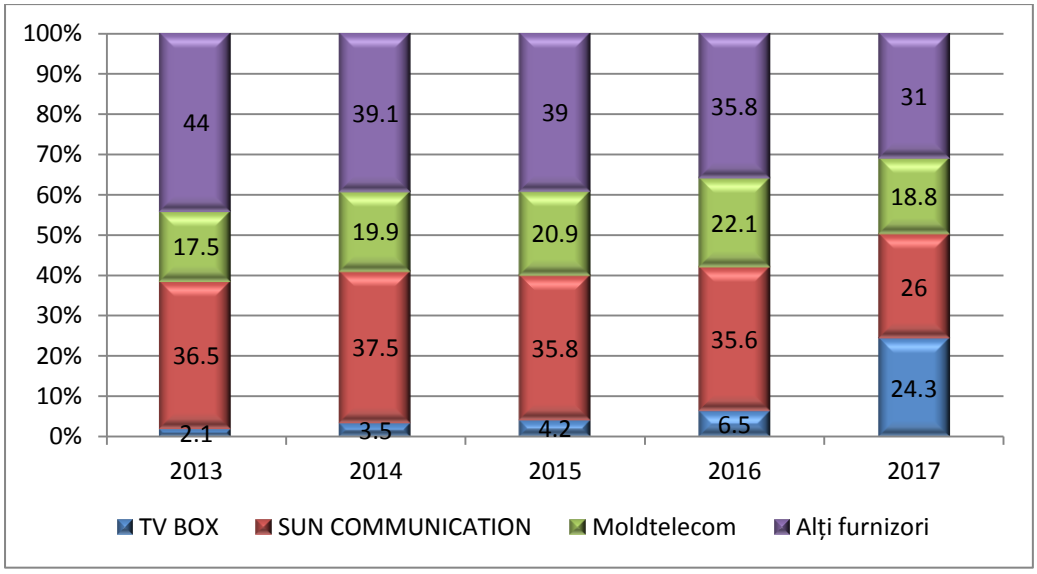


Fig. 3.13. Evoluția cotelor de piaţă deținute de furnizorii serviciilor TV contra plată, în funcţie de numărul de abonaţi

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.32].

Analizând cotele de piață ale principalilor furnizori de servicii TV contra plată, în funcție de venituri, constatăm că: cotele de piață deţinute de S. A. „Moldtelecom” și „TV BOX” S.R.L. au crescut, față de anul 2016, cu 2,4 p. p și, respectiv, cu 1,9 p. p. și au constituit, la finalul anului 2017, 32,9% și, respectiv, 13,1%. În același timp, cota de piață deținută de „Sun Communications” S.R.L. a scăzut cu 3,1 p. p. și a alcătuit 23,5%, iar cota cumulativă a celorlalți 72 de furnizori de servicii TV contra plată s-a micșorat cu 1,2 p. p. și a însumat 30,5%. (Figura 3.14).

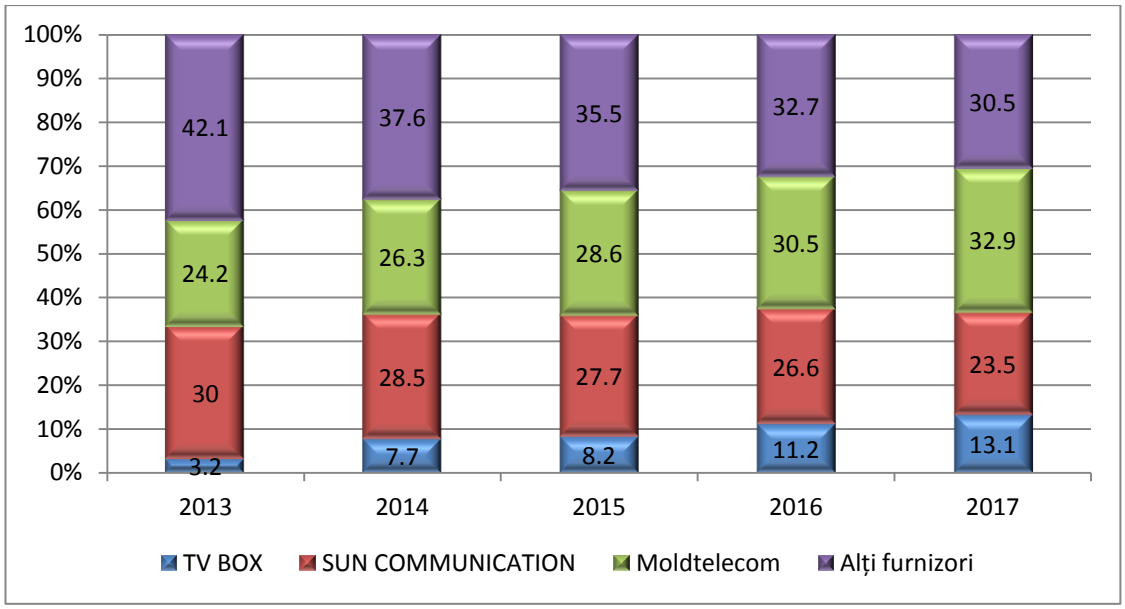


Fig. 3.14. Evoluția cotelor de piață deținute de principalii furnizori de servicii TV contra plată, în funcţie de venituri, anii 2013-2017

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.29].

Datorită evoluției cotei de piață în ultimii cinci ani, venitul mediu lunar per abonat (ARPU) al serviciilor TV contra plată s-a micşorat cu 3,5% şi a însumat 41 lei în anul 2017. Această scădere a venitului mediu lunar per abonat, raportată la creșterea numărului de abonați pe această piață, indică o diminuare a prețurilor în condițiile unei concurențe eficiente, care acționează în beneficiul consumatorilor (Figura 3.15).

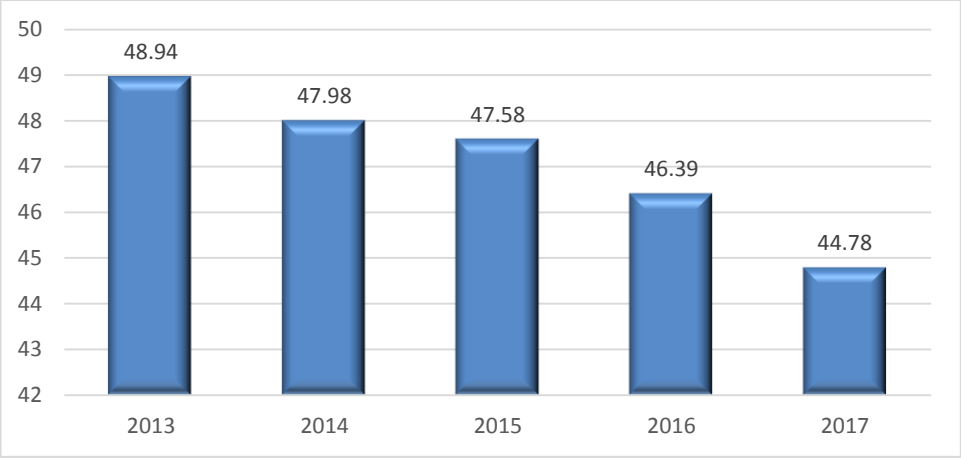


Fig. 3.15. Evoluţia venitului mediu lunar per abonat la serviciile TV contra plată (ARPU), lei

Sursa: Raport ANRCETI [153, p.29].

În rezultatul analizei statisticilor înregistrate în ultimii ani pe piața serviciilor TV contra plată, constatăm că această piață este de tip oligopol, în dezvoltare, cu rezerve evidente de extindere, unde predomină trei companii: S.A. „Moldtelecom”, „SUN COMUNICATONS” şi

„TV BOX” S.R.L. Acest fapt este confirmat și de evoluția indicelui concentrării pieţei HHI (Herfindahl-Hirschmann Index) care se determină după formula:

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} S_i^2 \quad (3)$$

unde, S_i – cota parte a companiei i în total piața serviciilor TV contra plată, n – numărul de prestatori servicii.

În anul 2016, indicele de concentrare a pieței a fost de 2584,82, pe când în anul 2017 acesta a crescut până la 3079,66.

Evoluția datelor din acest sector, în anul 2017, indică o dezvoltare substanțială a unui segment al pieţei serviciilor TV contra plată, în funcţie de tehnologia de recepţie a semnalului TV (IPTV), promovată de către „TV BOX” S.R.L.

Datele statistice indică că TV BOX a practicat o strategie de extindere pe piață bazată pe un preț de penetrare, oferind pachetele de prestare a serviciilor TV de tip digital, IPTV, la prețuri mai mici decât ceilalți concurenți.

Această strategie le-a permis, într-un timp foarte scurt, majorarea cotei de piață prin creșterea numărului de abonați care a condiționat o majorare a veniturilor din vânzări, dar, în același timp, diminuând venitul mediu lunar per abonat (ARPU), ce ar indica și o diminuare a profitului.

Este important de menționat faptul că, începând cu anul 2014, „TV BOX” a prestat servicii de provider în baza unui contract de mandat cu Societatea Comercială „StarNet Soluţii” S.R.L., astfel având aceleași condiții de extindere precum și ceilalți doi concurenți majori.

Reieșind din cele expuse, pentru o analiză a comportamentelor concurenților pe piața serviciilor TV contra plată, în diverse situații de concurență, propunem câteva modele matematice de simulare a strategiei de comportament al concurenților pe această piață, reieșind din caracterul oligopolist predominant al acesteia și posibilitatea de creare a situațiilor abuzului de poziție dominantă în cazul creării unui cartel între concurenți.

Cooperarea între producători în condițiile paradoxului lui Bertrand

Modelul Bertrand este un model clasic de oligopol, bazat pe preț, unde fiecare participant (concurent) acceptă prețul concurentului, indiferent de ceilalți concurenți, decide asupra nivelului său de prețuri. Presupunându-se că toată cererea se va orienta spre prestatorul de servicii care a stabilit prețul minim în condiția unor costuri marginale constante *c*, iar unicul punct de echilibru după Nash va fi asigurat cu condiția vânzării serviciilor la un preț egal cu costul, asigurându-se un nivel nul al profitului. Astfel, indiferent de prețurile concurenților, strategia optimă este de a ieftini produsul până la costuri cu scopul de a acapara piața. În aceste

situații, se poate trece și sub limita costurilor minime, aplicându-se prețuri inferioare față de nivelul costurilor suportate.

În condițiile unei piețe concurențiale, evident, că concurenții nu vor fi de acord cu această situație, având posibilitatea de a diminua prețul pentru a atrage un număr mai mare de consumatori și de a-și asigura un profit maxim posibil, în condițiile existente.

Concurența, după modelul Bertrand, este tipică domeniilor legate de tehnlogiile informaționale, unde persistă o substitutalitate sporită a produselor care condiționează o elasticitate a cererii, în funcție de preț, ce tinde spre infinit. Unicile restricții rămân a fi loialitatea consumatorilor și costurile de comutare.

Dacă companiile au costuri medii la prestații diferite, atunci cea cu costuri minime va fi tentată să stabilească prețul minim, blocând, astfel, intrarea pe piață a concurenților:

$$p_i = \min_{j \notin I^*} c_j - \Delta, \quad i \in I^*$$

unde, prin $I^* = \{i : c_i < c_j, i \in I^*, j \notin I^*\}$ se subînțeleg mai multe firme cu costui minime.

Aceste companii împart între ele piața, restul fiind nevoite să plece, dar dacă costurile nu diferă substanțial atunci și profiturile companiilor rămase pe piață vor fi mici. Dacă presupunem că pe piață au rămas doar două companii, atunci profitul companiei lider va constitui:

$$\pi(1) = (MC_2 - MC_1 - \beta) * q_1 - FC_1$$

unde:

$\pi(1)$ – profitul firmei lider;

β – cota care nu-i permite companiei 2 de a ramâne pe piață cu un profit zero;

q_1 – numărul de consumatori;

FC_1 – costuri fixe, firma 1.

Astfel s-ar ajunge la paradoxul Bertrand, când în lupta continuă a prețurilor companiile își consumă toate resursele fiind nevoite, într-un final, să părăsească piața, evident, pe piață rămânând doar o singură entitate, fapt ce va indica o monopolizare a pieței.

În acest caz delimităm două scenarii importante de evitare a monopolizării pieței: a) concurenții companiei care au oferit prețul minim acceptă provocarea și intră în jocul prețului, păstrând o cotă minimă de profit care i-ar asigura menținerea pe piață pâna la epuizarea resurselor concuentului, fapt ce ar condiționa eliminarea acestuia de pe piață, fie b) optarea pentru strategia de cooperare, ce s-ar putea solda cu un complot împotriva comsumatorilor.

Pentru demonstrarea efectelor unei astfel de situații, presupunem că drept reacție la o diminuare de preț, aplicată de către „TV BOX” în anul 2017, una din companiile concurente se

va implica activ în jocul prețurilor, provocând o reorientare a interesului tuturor consumatorilor pe ofertele acestor doi operatori. În rezultat, fie ambele firme aleg strategia prețurilor minime sau maxime, obținând în schimb profiturile anuale per abonat $\pi_2 > \pi_1 > \pi_4 > \pi_3$ în următoarele condiții (Tabelul 3.4):

Tabelul 3.4. Corelația între profiturile companiilor în funcție de strategie

Compania 2 / **Compania 1**	Preț mic	Preț mare
Preț mic	$(\pi_4;\ \pi_4)$	$(\pi_2;\ \pi_3)$
Preț mare	$(\pi_3;\ \pi_2)$	$(\pi_1;\ \pi_1)$

Unde, π_4 = 4 lei/abonat, π_3 = 1 leu/abonat, π_2 = 10 lei/abonat, π_1 = 8 lei/abonat.

Din tabelul 3.4 este evident că dominantă este strategia aplicării prețului mic. Însă, dacă jocul prețurilor va fi aplicat pe termen lung, dominante ar putea fi minim 2 strategii:

a) Strategia reactivă – marirea prețului în perioada *t* dacă compania concurentă a mărit prețul în perioada (*t-1*) și micșorearea de preț în caz contrar;

b) Strategia de „ruinare" – micșorarea prețului în orice moment, ignorând comportamentul concuretului.

Dacă companiile vor urma strategia reactivă, cazul mării prețului, atunci beneficiul mediu al fiecărui concurent, ținând cont de rata de actualizare va fi:

$$Pr = \frac{\pi_1(1-\rho)}{\delta}$$

Unde:

ρ probabilitatea că jocul prețurilor va continua și în perioada următoare;

δ – coeficientul de ajustare în funcție de rata de actualizare *r* ($\delta = \frac{1}{1+r}$).

Dacă presupunem că jocul prețurilor va continua și în anul 2018 cu o probabilitate ρ, iar rata inflației medii anuale nu va depăși 10%, atunci fiecărei dintre entitățile implicate va obține un profit mediu anual garantat per abonat (Tabelul 3.5):

Tabelul 3.5. Profitul mediu garantat în cazul unei rate a inflației până la 10% (lei)

ρ	90%	75%	50%	10%
Pr	0.88	2.2	4.4	7.92

Sursa: Calcule proprii.

Din calculele realizate, este evident că dacă companiile ar ajunge la o înțelegere privind neagresiunea după mărirea prețurilor de către ambii, la un interval mic de timp, unul după altul, profitul mediu per abonat al ambilor ar fi unul *apropiat de nivelul teoretic.*

Dar dacă una dintre entitățile vizate ar opta, într-un anumit moment, pentru strategia de „ruinare", oferind un preț de piață mai mic decât cel al concurentului, în condițiile în care compania „parteneră" ar majora prețul conform înțelegerii, atunci câștigul acesteia ar fi descris de relația:

$$Pr = \pi_2 - \pi_4 + \frac{\pi_4(1-\rho)}{\delta}$$

Tabelul 3.6. Profitul mediu garantat în cazul unei *strategii de „ruinare* " (lei)

ρ	90%	75%	50%	10%
Pr	6.44	7.1	8.2	9.96

Sursa: Calcule proprii.

Astfel, alegerea strategiei optime de comportament depinde de coraportul beneficiilor aduse de aplicarea fiecărei variante existente. Dacă beneficiul strategiei de cooperare va avea un rezultat financiar mai mare sau cel puțin egal cu cel al strategiei de „ruinare", în cazul existenței condițiilor de neagresiune între concurenți, continuarea războiului prețurilor nu ar avea sens. Astfel, creându-se o situație în care cooperarea acestor operatori ar pute acționa în direcția majorării prețurilor în scopul exploatării consumatorilor. Creșterea probabilității de interacțiune joacă în detrimentul ambilor concurenți, pentru că, până în final, aceasta va condiționa o scădere de preț ce va diminua și profiturile acestor entități.

În practică, paradoxul lui Bertrand se soluționează de companii prin cooperare, înțelegeri formale sau neformale de a vinde produsele-substituitoare la prețuri prealabil coordonate. Prezența unor practici concertate pe piață ale firmelor ce au intrat în colaborare secretă (de cartel) le permite să stabilească un preț de monopol și să împartă, ulterior, beneficiul obținut.

Totodată, cooperarea între concurenți se prezintă a fi eficientă doar în cazul incertitudinii asupra viitorului pentru ambii jucători. Altfel, fiecare concurent va fi tentat să aplice o strategie de ruinare în ultimul moment, deoarece o retorsiune din partea concurentului atacat nu va fi posibilă, deoarece acesta va fi eliminat de pe piață.

Ideea nerespectării înțelegerii de cartel este una persistentă pentru membrii acestuia, deoarece apare situația numită „dilema prizonierului", când fiecărui membru îi este mai convenabil să încalce înțelegerea decât să o urmeze. Logica care împinge una dintre entități să încalce „regulile" se bazează pe ideea că dacă în cartel sunt **N** entități care împart profitul obținut egal atunci fiecare din ei va obține $\boldsymbol{\pi}$**/N** din profitul total; iar cel ce va rupe înțelegerea,

micșorând prețul, va atrage o bună parte din consumatorii concurenților și va obține singur aproape întreg profitul de pe sector. Astfel, pentru a se asigura de potențialele trădări, membrii cartelelor încearcă să abordeze diferite strategii de răzbunare pentru a pedepsi oportuniștii. Cartelul este stabil atât timp cât mecanismele de răzbunare din partea celorlalți participanți se declanșează automat și sunt inevitabile.

Strategiile de răzbunare pentru încălcarea înțelegerii de cartel sunt legate de perioada de timp în care membrii cartelului decid să se răzbune pe cel care încalcă. Una dintre aceste strategii de „răzbunare" este strategia „ochi pentru ochi", în care pedeapsa se declanșează imediat în perioada când oportunistul decide să încalce înțelegerea, adică durează exact cât durează „încălcarea". Altă strategie este așa numita „doi ochi pentru un ochi" – pedeapsa urmează două perioade de timp și, respectiv, strategia pedepsei continue – când răzbunarea este nedefinită în timp și are loc continuu.

În acest context, revenim la cazul ipotetic, analizat anterior, când două companii prestatoare de servicii TV cu plată interacționează pe piață prin prisma prețurilor stabilite la serviciile prestate (duopol). Presupunem că la un moment dat, aceste companii au decis să oprească „războiul" prețurilor care îi ruinează și fac înțelegere de front comun, abordând strategia pedepsei continue. În acest caz, condiția de menținere a înțelegerii de cartel va fi descrisă de relația:

$$\pi \leq \frac{\pi}{2} + \frac{\pi}{2} * \delta + \frac{\pi}{2} * \delta^2 + \cdots$$

Unde:

δ – coeficientul de ajustare în funcție de rata de actualizare *r*.

Coeficientul de ajustare se va determina după relația:

$$\delta = \frac{1}{1+r}$$

Rata de actualizare *r* este percepută în economie ca măsura de ajustare a prețului viitor. În cazul majorării ratei de actualizare, respectiv prețul viitor va scade și se va pierde interesul față de profiturile garantate de înțelegerile de cartel. Dorința de a obține un profit la momentul actual, adică aici și acum, va crește odată cu perspectiva diminuării viitoare a prețurilor.

Astfel, în cazul în care rata de actualizare $r \geq 100\% \rightarrow \delta \leq \frac{1}{2}$, obținem un rezultat uimitor, care demonstrează un grad sporit de stabilitate în cadrul cartelului ipotetic format între cele două companii în condițiile răzbunării continue.

În cazul în care cartelul va fi format din mai multe companii, coeficienții de stabilitate a acestuia se vor defini în baza relației:

$$\pi \leq \frac{\pi}{N} + \frac{\pi}{N} * \delta + \frac{\pi}{N} * \delta^2 + \cdots$$

Unde,

N – numărul participanților la înțelegerea de cartel.

Soluționarea inegalității date în funcție de coeficientul de ajustare δ rezultă cu următoarele relații:

$$\delta \geq \frac{N-1}{N}, r \leq \frac{1-\delta}{\delta}$$

În tabelul 3.7 sunt indicate rezultatele care prezintă legătura între numărul participanților la cartel N, coeficientul de ajustare δ și rata de actualizare r sub nivelul căreia membrii cartelului vor fi tentați să rupă înțelegerea referitoare la preț.

Tabelul 3.7 Legătura între numărul de participanți la cartel și coeficientul de ajustare necesar pentru a fi atins pentru automenținerea cartelului[1]

N	2	3	4	5	10	15
$\boldsymbol{\delta}$	0.5	0.67	0.75	0.8	0.9	0.93
$\boldsymbol{r}$, %	100	50	33	25	11	7

Sursa: Calcule proprii.

În baza rezultatelor obținute se constată că înclinația spre încălcarea înțelegerii de cartel crește odată cu majorarea numărului de participanți la înțelegere și vice-versa. Spre exemplu, dacă analizam o situație când la înțelegerea de cartel participă 15 entități, atunci prezența la una din acestea a unei strategii de prețuri care i-ar asigura cel puțin 7% de profit este suficientă pentru ruperea coaliției și realizarea proiectului în mod independent (cu o probabilitate de 90%).

Totodată, menționăm că strategia pedepsei continue nu este cea mai eficientă cale de disciplinare a membrilor, deoarece, la aplicarea acesteia, sunt în pierdere atât cartelul, cât și entitatea oportunistă [32 p.59-60]. Identificarea soluției optime este sarcina de bază a fondatorilor cartelului. Lipsa unei strategii echilibrate şi bine gândite poate conduce la obținerea unor beneficii financiare considerabile de către oportuniști, dar și suportarea cheltuielilor și chiar pierderilor de către ceilalți membri ai cartelului.

Spre exemplu, dacă ne referim la situația ipotetică, în care două companii (cu o cotă de piață considerabilă) au decis să intre într-o înțelegere secretă privind formarea prețurilor pe piața TV cu plată, optând pentru strategia non-pedeapsă sau pedeapsă doar într-o sigură perioadă, în cazul ruperii înțelegerii, atunci condiția de păstrare a înțelegerii de cartel va arăta după cum urmează:

[1] în condițiile strategiei pedepsei continue

$$\pi + 0 + \frac{\pi}{2} * \delta^2 + \frac{\pi}{2} * \delta^3 + \cdots \leq \frac{\pi}{2} + \frac{\pi}{2} * \delta + \frac{\pi}{2} * \delta^2 + \cdots$$

Rezolvând această inecuație, vom obține:

$$2 \leq 1 + \delta$$

De unde rezultă că $\delta \geq 1$, iar $r \leq 0$, ceea ce înseamnă că în cazul cartelelor binare, lipsa pedepsei sau prezența acesteia doar într-o singură perioadă, întotdeauna, va condiționa ruperea înțelegerii în lipsa unor factori externi motivanți pentru menținerea coaliției (cu o probabilitate de 100%).

Mărirea perioadei de răzbunare schimbă radical tabloul în favoarea entităților interesate în păstrarea înțelegerii de cartel. Rezultatele simulării în funcție de durata răzbunării în cazul cartelelor dupoliste sunt prezentate în tabelul 3.8.

Tabelul 3.8. Legătura între numărul perioadelor de răzbunare și coeficientul de ajustare necesar de a fi atins pentru automenținerea cartelului duopolist

Nr. perioadei răzbunare	1	2	3	4	5	10	15	20
$\boldsymbol{\delta}$	1	0.618	0.544	0.519	0.509	0.5	0.5	0.5
$\boldsymbol{r}$, %	0	62	84	93	97	100	100	100

Sursa: Calcule proprii.

Rezultatele modelării permit concluzionarea că în cazul duopolului sunt suficiente 4 perioade de răzbunare pentru a atinge efectul răzbunării „eterne”.

În cazul în care cartelul este format din mai mult de 2 companii, acesta se va menține automat în condiția normalizării profitului sumar al cartelului cu conform inecuației:

$$1 + 0 + 0 + \frac{\delta^{k+1}}{N} + \cdots \leq \frac{1}{N} + \frac{\delta}{N} + \frac{\delta^2}{N} + \cdots$$

Unde:

N – numărul de participanți la înțelegerea de cartel;

k – numărul de perioade de răzbunare.

Rezolvarea inecuației rezultă cu:

$$N - N * \delta + \delta^{K+1} \leq 1$$

În acest context, prezentăm rezultatele modelării procesului dat în tabelul 3.9.

Tabelul 3.9. Legătura între numărul de perioade de răzbunare și coeficientul de ajustare necesar de a fi atins pentru automenținerea cartelului format din N întreprinderi

		Numărul participanților la înțelegerea de cartel (N)			
k		2	3	4	10
	1	1.000	1.000	1.000	1.000
	2	0.618	1.000	1.000	1.000
	3	0.544	0.811	0.999	1.000
	4	0.519	0.741	0.888	0.999
	10	0.500	0.671	0.763	0.933

Sursa: Calcule proprii.

Analiza realizată permite să constatăm următoarele:

Chiar dacă companiile prestatoare de servicii TV cu plată își vor forma prețurile pornind de la costurile marginale de producție cu scopul acaparării unei cote de piață cât mai mari, acestea nu vor fi în stare să facă jocul prețurilor cu concurenții un timp îndelungat din cauza paradoxului lui Bertran[2]. Unica soluție viabilă în această situație este cooperarea tacită sau conform unei înțelegeri prealabile care ar asigura un profit satisfăcător pentru toți participanții la coaliție. Avantajele financiare în cazul cooperării sunt net superioare celor obținute prin jocul prețurilor (a se vedea tabelul 3.9).

Totodată, autorul a stabilit că cartele de interes sunt cu atât mai stabile cu cât numărul participanților la înțelegere este mai mic, iar perioada de răzbunare a încălcării înțelegerii este mai lungă. În cazul în care cel puțin două companii ar face front comun împotriva strategiei de „ruinare" ipotetice, aplicată de „TV BOX" S.R.L. în anul 2017, cei care formează cartelul ipotetic ar pierde războiul prețurilor. În susținerea acestei idei poate fi adus ca argument faptul că serviciile TV contra plată fac parte din categoria serviciilor cu elasticitate rigidă, unde reorientarea clienților de la un operator la altul presupune anumite costuri de comutare, adică parcurgerea unor pași suplimentari de către consumatori, cum ar fi: rezilierea contractelor de prestații cu vechii operatori, încheierea de noi contracte, returnarea utilajului sau achitarea acestuia etc. Astfel, strategia prețului minim în cadrul acestei categorii de servicii lucrează, dar nu în forma clasică[3]. Acoperirea geografică, loialitatea și încrederea consumatorilor care nu se regăsesc în modelul de concurență analizat ar putea constitui un impediment considerabil pentru entitatea ce dorește acapararea pieței prin preț.

[2] Scăderea prețului continuă duce la eliminarea de pe piață a tuturor concurenților, transformând treptat oligopolul în monopol

[3] Toți abonații vor trece la compania prestatoare de servicii la preț minim

Efectele modelul înțelegerii de cartel

Prin aplicarea analizei anterioare a fost argumentată posibilitatea apariției unei înțelegeri de cartel pe piața serviciilor TV cu plată a Republicii Moldova. Această concluzie reiese din jocul prețurilor declanșat de către „TV BOX" S.R.L., care, oferind o tehnologie de captare a semnalului mai avansată la un preț mai mic decât a concurenților, a reușit să-și crească cota de piață din contul noilor abonați, precum și a clienților concurenților care au migrat spre ei. Concurenții nu vor ierta tacit această mișcare și în viitorul apropiat ar putea fi sesizate efectele unui front comun de luptă (cooperare/cartel) împotriva strategiei promovate de deținătorul celui mai mic preț de piață.

În cazul în care în coalițiile de cartel se vor uni două companii care prestează servicii similare, având costuri marginale aproximativ egale, atunci profitul sumar al acestora va fi descris de funcția:

$$\pi = (a - bQ)Q - cQ, *$$

Unde:

a, b – parametrii funcției liniare a cererii de piață ($p = a - bQ$), unde a poate fi interpretat ca prețul maxim, după care ultimul consumator pleacă de pe piață, iar b reflectă cu cât trebuie de micșorat prețul pentru ca numărul abonaților să crească cu o unitate.

c –cheltuielile marginale ($TC = cQ$), ce indică care vor fi costurile de producție necesare a fi suportate pentru fiecare nou consumator.

Q – total număr de clienți pentru ambele companii participante la coaliție:

$$Q = q_1 + q_2, **$$

Dacă înlocuim (**) în (*) obținem:

$$\pi = (a - bQ)Q - cQ$$

$$\pi = (a - bq_1 - bq_2)\,(q_1 + q_2) - cq_1 - cq_2$$

Pentru determinarea optimului funcției de profit, egalăm cu zero derivatele parțiale:

$$\begin{cases} \dfrac{\partial \pi}{\partial q_1} = a - 2bq_1 - 2bq_2 - c = 0, \\ \dfrac{\partial \pi}{\partial q_2} = a - 2bq_1 - 2bq_2 - c = 0 \end{cases}$$

Astfel, a fost obținut un sistem de ecuații diferențiale cu două ecuații egale și cu două necunoscute.

Soluția acestui sistem fiind:

$$q_1 + q_2 = \frac{a - c}{2b}$$

Profitul maxim disponibil se va determina după relația:

$$\pi_{max} = \frac{(a-c)^2}{4b}$$

În condiția prețului de monopol avem: $p_m = \frac{a+c}{2}$

Un moment interesant la această etapă este modalitatea de împărțire a cotelor de piață, respectiv a cotelor de profit. În forma ideală acestea s-ar împărți în mod egal:

$$q_1 = q_2 = \frac{a-c}{4b}$$

$$\pi_1 = \pi_2 = \frac{(a-c)^2}{8b}$$

Totodată, pot fi și alte modalități de împărțire negociate la etapa de formarea a cartelului.

Deci, dacă compania cu numărul maxim de abonați, „SUN Comunication", care, la sfârșitul anului 2017, a constituit 85457 de abonați [153, p.29], ar face coaliție de tip cartel cu o companie mai mică din categoria „alții"[4] cu scopul de a nu permite extinderea cotei de piață a TV BOX" S.R.L. și diminuarea prețurilor la serviciile de TV cu plată, atunci cererea de piață medie lunară a cartelului ar fi descrisă de relația:

$$\mathrm{p} = 37.25 - 0.00005\mathrm{Q}$$

Funcția dată permite menținerea prețul de cartel la nivelul de 31.5 lei lunar per abonat, respectiv cu generarea unui profit garantat.

Din relația dată reiese că prețul maxim, ce poate fi aplicat de către membrii cartelului, este de 37.25 lei, iar un nou abonat condiționează scăderea de preț a acestuia cu 0.00005 lei.

Din lipsa unor date statistice privind costurile de producție suportate de companiile sectorului dat vom reieși din presupunerea că relația între costurile totale (TC) și numărul abonaților (Q) este $c = 20$ lei/abonat.

În aceste condiții, cartelul va fi capabil să asigure cererea de servicii pentru 172500 de abonați (de 1,5 ori mai mult decât cel luat în calcul în cadrul simulării anterioare):

$$Q = \frac{37.25 - 20}{2 * 0.00005} = 172500$$

Iar profitul maxim disponibil ar fi:

$$\pi_{max} = \frac{(37.25 - 20)^2}{4 * 0.00005} = 1487812.5 \text{ lei}$$

În tabelul ce urmează sunt prezentate rezultatele a 5 simulări de preț care ar putea crea concurență companiei ce a inițiat strategia de „ruinare".

[4] Presupunem că numărul abonaților acesteia ar fi 30000, iar prețul mediu lunar per abonat practicat – 37 lei

Tabelul 3.10. Simulări de preț care ar putea crea concurență companiei ce a inițiat strategia de „ruinare”

	Ecuația cererii de piață	**Prețul, lei/abonat**	**c , lei/abonat**	**Q, persoane**	**π_{max}, lei**
1.	$p = 35 - 0.00007Q$	27	15	142857	1428571
2.	$p = 30 - 0.00005Q$	24	15	150000	1125000
3.	$p = 30 - 0.00004Q$	25	20	125000	625000
4.	$p = 25 - 0.00004Q$	21	15	166667	833333
5.	$p = 37.25 - 0.00005Q$	32	20	172500	1487812

Sursa: Calcule proprii.

În baza rezultatelor simulărilor realizate constatăm: cazul în care, două companii a căror cotă sumară de piață după numărul de abonați s-ar apropia de 50%, ar decide să alcătuiască un cartel de interes împotriva companiei ce a oferit prețul minim pentru servicii în perioada precedentă, acestea ar fi capabile să facă față jocului prețurilor declanșat, înregistrând profit și capacitate de acoperire a cererii de piață chiar și în condiția în care prețul mediu lunar per abonament ar fi sub minimul existent pe piață, și în condiția în care costul marginal ar depăși 70% din prețul abonamentului. La prima etapă, consumatorii au doar de câștigat din diminuarea prețurilor, însă, în timp, ca rezultat al eliminării unui concurent important de pe piață, participanţii la cartel vor tinde să-și recupereze profiturile, astfel transferând povara costurilor anterioare pe consumatori.

Cu referire la coaliţiile de cartel, acestea mereu tind să se formeze cu scopul de consolidare a puterii pe o piață fie orientate spre excluderea unor concurenți inconvenienți și divizarea cotei lor de piață, prin aplicarea preţurilor de ruinare sau pe exploatarea consumatorilor prin aplicarea prețurilor de monopol. Astfel, cartelurile sunt o expresie actuală a poziției dominante colective, care, indiferent de numărul participanților sau puterea de piață a fiecărui din ei, au aceleași efecte financiare asupra concurenților dinafara cartelului, precum și asupra consumatorilor. Linia de demarcare, care definește o diferență între amplitudinea efectelor unui abuz de poziție dominantă colectivă și cea unică constă în rapiditatea de influențare unilaterală a pieței în cazul celei din urmă și necesitatea de coordonare a deciziilor în cazul celei dintâi.

Rezultatele preconizate în urma abuzului de poziție dominantă colectivă pot apărea mai rapid decât cele în urma abuzului din parte unei entități cu poziție dominantă unică, deoarece

entitățile, ce trec pragul limită indicat pentru deținerea unei poziții dominante, automat cad sub incidența legii concurenței, iar comportamentul lor este mai ușor de monitorizat, pe când crearea unei poziții dominante colective, mai ales în cadrul acordurilor tacite, este mai greu de depistat, iar cota de piață comună a entităților implicate ar putea trece cu mult peste pragul limită. Prin urmare, și efectele abuzului de poziție dominantă colectivă apar mai rapid și au o intensitate mai puternică, cu efecte rapide, mai ales dacă acțiunile sunt orientate spre eliminarea unui concurent.

3.4. Măsuri de restabilire și redresare a mediului concurențial din cadrul economiei naţionale

În opinia autorului, este important de menţionat care sunt sancţiunile în cazul constatării unui abuz de poziţie dominantă. Astfel, legea concurenței prevede 2 forme de răspundere în cazul încălcării normei materiale:

a) amenda;

b) penalitatea cu titlu cominatoriu.

Cuantumul amenzii se stabilește prin determinarea nivelului de bază, care poate fi majorat sau micșorat în dependență de circumstanțele agravante sau atenuante.

Pentru determinarea nivelului de bază al amenzii se ia ca bază cifra totală de afaceri realizată în anul anterior sancționării. Nivelul de bază se determină în funcție de gravitate și de durata faptei.

Autoritatea de Concurenţă poate aplica penalități în sumă de 5% din cifra de afaceri zilnică medie, realizată de întreprindere în anul anterior sancționării pentru fiecare zi de întârziere, în cazul în care, spre exemplu, întreprinderea nu încetează încălcarea, nu respectă prescripția, nu respectă un angajament etc.

În continuare, vom evidenţia despre instrumentul ce poate fi utilizat de entitățile care dețin poziţie dominantă pentru a evita sancționarea – angajamentele.

În acest sens, menţionăm faptul că legislația națională a fost ajustată la cadrul comunitar din domeniul concurenței. În aşa mod, odată cu adoptarea Legii concurenţei, au fost implementate cele mai bune practici internaţionale, printre care se enumeră şi angajamentele – instrument nou atât pentru Consiliul Concurenței, cât și pentru mediul de afaceri din Republica Moldova.

Angajamentele pot fi aplicate la investigarea practicilor anticoncurențiale (inclusiv la investigarea abuzului de poziţie dominantă). În partea cu privire la practicile anticoncurențiale, angajamentele reprezintă măsuri, acțiuni de natură să înlăture situația care a determinat Consiliul Concurenței să declanşeze investigația. Pentru investigaţiile cu privire

la un posibil abuz de poziție dominantă, drept exemplu ar fi angajamentele de a încheia contracte care să conţină prevederi care să stimuleze competiţia, cesionarea cu titlu neexclusiv a unor categorii de drepturi, reluarea prestării unui serviciu, asigurarea accesului nediscriminatoriu la infrastructură etc.

La 20 februarie 2015 a intrat în vigoare Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenţei nr. 2 din 22 ianuarie 2015 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 39-45 din 20.02.2015), care poate fi accesat pe pagina web a Consiliului Concurenței – www.competition.md.

Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi are ca obiectiv implementarea Legii concurenței și oferirea unor proceduri clare, transparente, uniforme pentru entitățile care intenționează să aplice la angajamente. Aşadar, Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi cuprinde instrucțiuni privind condițiile, termenele și procedura pentru acceptarea și evaluarea angajamentelor în cazul practicilor anticoncurențiale – abuzul de poziţie dominantă.

Scopul finalizării unei investigaţii prin acceptarea unor angajamente este restabilirea rapidă a mediului concurenţial. Formularea angajamentelor este o iniţiativă a entităților față de care s-a îndreptat investigația. Astfel, Consiliul Concurenței va accepta angajamentele doar în situaţia în care inițiativa vine din partea entității supuse investigației, acestea fiind o măsură mai eficientă decât continuarea investigaţiei și litigiile în instanța de judecată.

Entitățile pot contacta Consiliul Concurenței pe durata procedurii de investigaţie până la adoptarea deciziei de către Plenul Consiliului Concurenţei asupra cazului. Intenţia de înaintare a angajamentelor se depune conform Formularului de cerere privind intenţia de a iniţia discuţii de acceptare a angajamentelor, care, la fel, este disponibil pe pagina web a Consiliului Concurenței.

Autorul consideră că este important de evidențiat faptul că nu se acceptă angajamente în cazul faptelor de gravitate mare, precum tipurile de abuz de poziție dominantă, care au consecințe deosebit de grave, producând efecte pe zone extinse, atunci când importanța pedepsei și a descurajării prevalează.

La fel de esenţial este de relatat că procedura de acceptare și examinare a angajamentelor suspendă toate procedurile ce se impun ca urmare a inițierii investigației. Prin decizia privind acceptarea angajamentelor Consiliul Concurenței nu se pronunță dacă a avut loc sau nu încălcarea legislației concurențiale și, prin urmare, nu se aplică amendă. De

asemenea, este de notat că Consiliul Concurenței nu va folosi propunerea de angajamente pentru probarea unei decizii ulterioare de constatare a practicii anticoncurențiale.

Un alt aspect care trebuie remarcat în viziunea autorului este impactul şi importanța acestui instrument. Astfel, în cazul în care entitățile vor pune în practică acest instrument, aplicarea la angajamente şi acceptarea acestora va conduce la restabilirea rapidă a mediului concurențial. De asemenea, acesta va reduce costurile suportate de întreprinderi prin evitarea aplicării amenzilor pentru încălcarea legislaţiei concurenţiale, cuantumul fiind de circa 1-4% din cifra totală de afaceri realizată de întreprinderi în anul anterior sancționării, care poate fi majorat în cazul existenței circumstanțelor agravante (până la 5%) [114] sau poate fi micşorat în cazul existenței circumstanțelor atenuante) şi/sau reducerii cheltuielilor de judecată. Şi, nu în ultimul rând, acest instrument va conduce la realizarea unei economii de procedură prin reducerea duratei de investigare şi a costurilor aferente unei investigații (resurse umane, tehnice şi administrative).

Astfel, noile reglementări din domeniul concurenţei, incontestabil, vor influenţa benefic activităţile economice pe pieţele de mărfuri ale Republicii Moldova şi vor crea premise pentru apariţia noilor investitori.

3.5. Concluzii la capitolul 3

Determinarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice reprezintă unul dintre elementele principale care stabileşte acțiunile pe care autoritățile concurențiale le vor întreprinde pentru restabilirea mediului concurențial eficient.

În rezultatul cercetării efectuate, autorul accentuează faptul că abuzul de poziție dominantă constituie un compartiment extrem de complex al concurenței şi cuantificarea efectelor acestuia sunt complicate şi solicită timp. Mai întâi de toate, este necesară determinarea existenței unui abuz, deoarece poziția dominantă nu implică neapărat şi existența abuzului, urmată de determinarea părților implicate şi cuantificarea daunelor provocate şi pierderilor suportate de fiecare. Dat fiind specificul acestui domeniu, fiecărui caz i se acordă o atenție specială, fiind analizate minuțios toate circumstanțele, actorii implicați, efectele externalizate la toate nivelele economice.

Cercetarea efectuată, asupra subiecților care pot fi afectați de un eventual abuz determină faptul că nu doar concurenții direcți pot fi afectați, ci şi cumpărătorii şi furnizorii atât cei direcți, cât şi cei indirecți, precum şi producătorii de produse complementare, cumpărătorii produselor substituente şi nu, în ultimul rând, consumatorii finali. Este

important de menționat faptul că nu doar entitățile de pe piața relevantă sunt afectate de comportamentele abuzive ale unei întreprinderi dominante, dar și entitățile de pe piețele conexe au de suferit.

Un comportament poate fi considerat abuziv dacă pot fi demonstrate efectele economice și financiare asupra concurenților, clienților și asupra consumatorilor. Printre indicatorii cu privire la existența unui abuz de poziție dominantă autorul menționează următoarele:

- majorarea cotei de piață a entității dominante pe baza diminuării cotei de piață a concurenților,
- aplicarea unor prețuri sub nivelul costurilor care rezultă în diminuarea considerabilă a cotei de piață a concurenților sau implică pierderi considerabile pentru concurenți, pe baza măsurilor de reacție aplicate pentru a-și menține cota de piață,
- eliminarea concurenților de pe piață ca rezultat al anumitor măsuri anticoncurențiale aplicate de entitatea dominantă și incapacitatea acestora de a concura,
- aplicarea unor prețuri excesive și nejustificate,
- diminuarea profiturilor entităților concurente sau diminuarea utilității pentru consumatori. Are loc transferul câștigului de la cumpărător la entitatea dominantă,
- diminuarea intenționată a nivelului de producție sau a livrărilor către anumiți clienți etc.

În contextul afirmațiilor anterioare, autorul a constatat că, indiferent de formele pe care le prezintă un abuz de poziție dominantă, scopul și efectele acestuia sunt, în mare parte, similare și necesită reacții nu doar din partea concurenților, ci și o intervenție din partea autorităților de resort în vederea contracarării abuzului și restabilirii mediului concurențial. Aici, autorul precizează faptul că pentru determinarea gradului de intervenție este necesară estimarea efectelor financiare și economice ale abuzului. În acest sens, autorul a dezvoltat un model econometric de simulare a efectelor economico-financiare suportate de entitățile economice, afectate de comportamentele abuzive ale unei entități dominante.

Totodată, menționăm că în urma unei simulări dezvoltate pe baza unei situații ipotetice, în care ar fi posibilă crearea unui cartel între operatorii ce prestează servicii de TV cu plată, există riscul de creare a unei poziții dominante, care ar avea tentația de a elimina de pe piață principalul concurent, care aplică o strategie de prețuri scăzute pentru majorarea cotei de piață.

Dacă ne referim la coaliţiile de cartel, acestea mereu tind să se formeze cu scopul de consolidare a puterii pe o piaţă fie orientate spre excluderea unor concurenţi inconvenienţi şi divizarea cotei lor de piaţă prin aplicarea preţurilor de ruinare, pe exploatare a consumatorilor, şi prin aplicarea preţurilor de monopol. Astfel, cartelurile sunt o expresie actuală a poziţiei dominante colective, care indiferent de numărul participanţilor sau puterea de piaţă a fiecărui din ei, au aceleaşi efecte financiare asupra concurenţilor dinafara cartelului, precum şi asupra consumatorilor ca şi exercitarea unui abuz de poziţie dominantă unică.

CONCLUZII GENERALE ŞI RECOMANDĂRI

Concurenţa este considerată un factor primordial, care contribuie la eficientizarea proceselor economice prin „constrângerea" entităţilor economice să devină eficiente şi să satisfacă nevoile consumatorilor, oferind raportul optim de calitate şi preţ prin alocarea eficientă a resurselor, asigurând bunăstarea consumatorilor şi echilibrul pe piaţă şi contribuind la dezvoltarea economică prin stimularea inovaţiilor şi a progresului tehnologic.

Ca rezultat al celor expuse putem concluziona că prin concurenţă este asigurată performanţa economico-financiară a entităţilor economice, care generează rezultate pozitive, precum: reducerea preţurilor, creşterea calităţii, productivitate mai mare şi competitivitate.

În acest context, remarcăm că există şi numeroase bariere artificiale din partea actorilor pe piaţă, utilizate pentru limitarea acţiunilor concurenţilor, constrângerea acestora sau chiar eliminarea lor de pe piaţă. Problemele, ca: refuzul furnizării anumitor servicii, facilităţi esenţiale pentru creşterea concurenţilor, vânzarea cuplată a anumitor produse, abuzul de poziţie dominantă, bariere instituite pe piaţă de către entităţile economice existente pentru obstacularea intrării pe piaţă a concurenţilor noi, ar putea deteriora considerabil nu doar bunăstarea consumatorilor, ci chiar, pe termen lung, ar putea împiedica funcţionarea optimă a mecanismului concurenţei, cauzând numeroase probleme de ordin economic şi financiar.

Având în vedere amplitudinea efectelor negative care ar putea fi provocate de comportamentele anticoncurenţiale, în special comportamentul abuziv al unei entităţi economice care deţine o poziţie dominată pe piaţă, autorităţile de resort se orientează, preponderent, pe prevenirea cazurilor de abuz, deoarece restabilirea mediului concurenţial eficient este mult mai dificilă decât prevenirea deteriorării acestuia. Autorităţile se confruntă cu probleme majore ce ating poziţia dominantă a unor firme, mai mult ca atât cuantificarea daunelor provocate de comportamentele abuzive implică analize şi proceduri complexe care necesită luarea în calcul a tuturor circumstanţelor pieţei şi, desigur, solicită timp.

Atingerea obiectivelor politicii de concurenţă, care constau în menţinerea şi dezvoltarea pieţelor concurenţiale şi maximizarea bunăstării consumatorilor, nu pot fi atinse fără reglementarea acţiunilor unilaterale ale entităţilor cu putere de piaţă semnificativă, care pot influenţa echilibru pieţei prin acţiunile orientate spre menţinerea sau consolidarea poziţiei lor pe piaţă. Însă, trebuie de avut în vedere faptul că reglementarea abuzului de poziţie dominantă nu trebuie să intervină în capacitatea entităţilor dominante de a concura agresiv pe piaţă, atât timp cât efectele comportamentului lor de afaceri sunt benefice consumatorilor.

Interesul față de efectele practicilor anticoncurențiale, în special, ale abuzului de poziție dominantă asupra actorilor pieței (asupra concurenților, consumatorilor intermediari și finali) și asupra dezvoltării economice per general a crescut odată cu creșterea concentrării în anumite industrii și în contextul căruia entitățile economice implicate demonstrau un comportament ce afecta dezvoltarea altor sectoare. Dacă ne referim la analiza efectelor practicilor anticoncurențiale de excludere și de exploatare, putem menționa că nu există foarte multe lucrări științifice care abordează pe larg acest subiect, în special ce țin de cuantificarea efectelor economico-financiare externalizate de abuzul de dominanță. Această tendință poate fi explicată de complexitatea măsurării efectelor comportamentelor abuzive, deoarece implică analiza tuturor indicatorilor de eficiență și a efectelor suportate de toți actorii pieței.

În urma practicilor abuzive de exploatare, părțile afectate rezultă a fi cumpărătorii direcți și indirecți la fel ca și furnizorii direcți și indirecți, dar și producătorii de produse complementare și cumpărătorii produselor substituente (concurenții), evident, că sunt afectați și consumatorii finali actuali și cei potențiali, cât și entitățile economice de pe piețele conexe. După cum a fost relatat anterior, în condițiile discriminării de preț, diferite categorii de consumatori pot fi afectați în mod și în măsură diferită.

Beneficiile entității economice care abuzează de dominanță sunt exprimate în majorarea cotei de piață datorită reorientării consumatorilor concurenților, majorarea veniturilor – datorită creșterii volumului de vânzări, majorarea profiturilor, care, în mare parte, se datorează reducerii costurilor fixe de producție și posibilitatea de a impune supraprețuri.

Toate beneficiile menționate, deseori, sunt în detrimentul consumatorilor și a concurenților, o mare parte din câștigurile entității dominate fiind înscrise pe seama pierderilor înregistrate de concurenți și supraprețurile aplicate consumatorilor. Este important de menționat faptul că, deseori, rezultatele pozitive înregistrate de entitate, în urma abuzului, nu se datorează doar efectelor comportamentului abuziv, ci și eficienței economice a entității, gradului de inovare și dezvoltare tehnologică a acesteia, gradului de dezvoltare și deschidere a pieței și, desigur, eficienței reduse a concurenților. Prin urmare, este foarte important de racordat efectele comportamentului abuziv la un cadru de analiză complex, care ia în considerare toți factorii care pot afecta performanța economică a actorilor pieței și pot amplifica sau diminua efectele economico-financiare ale comportamentului abuziv. În cazul în care la cuantificarea efectelor abuzului de poziție dominantă nu s-au analizat minuțios circumstanțele pieței și factorii de influență, există riscul să se ajungă la rezultate eronate, care pot duce la destabilizarea

echilibrului pe piață și diminuarea beneficiilor consumatorilor prin limitarea acțiunilor entității cu presupus comportament abuziv.

Abuzul de poziție dominantă este o nișă extrem de dificilă a concurenței, iar cuantificarea efectelor acesteia este complicată și necesită timp, deoarece același tip de comportament poate fi în cazuri diferite benefic și dăunător pentru progresul economic, în dependență de circumstanțe. Dat fiind specificul acestui domeniu, fiecărui caz i se acordă o atenție specială, fiind analizate minuțios toate circumstanțele, actorii implicați, efectele externalizate la toate nivelele economice și se aplică metode diverse de cuantificare.

Recomandări:

Luând în considerare impactul negativ pe care îl externalizează abuzul de poziție dominantă nu doar asupra entităților economice, ci și asupra echilibrului economic per general, există o necesitate imperativă de intervenție a autorităților de resort pentru prevenirea, stoparea și contracararea cazurilor de abuz, cât și determinarea efectelor acestora pentru stabilirea măsurilor relevante restabilirii mediului concurențial eficient și recuperării pierderilor financiare suportate de entitățile care au fost ținta abuzului. În urma cercetării efectuate, analizând experiența străină și racordând-o la specificul socioeconomic național, autorul vine cu următoarele recomandări:

A. Pentru minimizarea efectelor negative se recomandă dezvoltarea măsurilor timpurii de intervenție atât din partea entităților economice (ca măsuri de reacție), cât și a statului, cum ar fi:
   1. Sporirea nivelului de conștientizare a entităților economice și a consumatorilor asupra problemelor și efectelor negative ale abuzului de poziție dominantă nu doar asupra entităților economice implicate, ci și asupra bunăstării consumatorilor și a dezvoltării economice per general.
   2. Intensificarea măsurilor de informare a populației și a entităților economice privind delimitarea elementelor definitorii care indică existența unui abuz și despre metodele de sesizare a cazurilor de abuz.
   3. Utilizarea infograficelor sau a altor metode interactive (pe pagina web sau în alte surse de informare), pentru explicarea conceptelor aferente acestui subiect, precum și a efectelor negative pe care le au comportamentele anticoncurențiale. Metodele interactive de prezentare a informațiilor se caracterizează printr-un impact cognitiv major și o perioadă mai lungă de reținere a mesajului (de memorare).
   4. Stimularea unei atitudini proactive de notificare a cazurilor de abuz din partea entităților economice.

5. Introducerea cursurilor universitare referitoare la subiectul dat, destinate informării, precum și educării unui spirit antreprenorial care să promoveze un mediu concurențial „sănătos”, dar și pentru pregătirea specialiștilor în domeniul respectiv.

B. Pentru a spori posibilitățile de autosesizare ale autorităților competente este recomandată cooperarea mai strânsă între acestea și instituțiile de raportare financiară, sau care ar putea oferi informații relevante în vederea determinării timpurii a potențialelor situații de abuz. Printre masurile posibile putem menționa:
   1. Introducerea obligativității prezentării informațiilor relevante la cererea Consiliului Concurenței;
   2. Dezvoltarea unui soft comun/baze de date comune cu Serviciul Fiscal de Stat și Serviciul Vamal de Stat, care va permite facilitarea extragerii datelor necesare pentru examinarea cazurilor de abuz, precum și estimarea efectelor financiare ale acestora.
   3. Monitorizarea periodică a comportamentului entităților pe o piață relevantă cu un grad de concentrare ridicat, recomandabil prin metode indirecte pentru evitarea falsurilor sau trucarea datelor și mascarea comportamentelor abuzive.

C. Crearea unui sistem strict de amenzi și penalități în caz de nesupunere deciziilor Consiliului Concurenței (CC) sau împiedicarea controalelor din partea colaboratorilor CC.

D. Pentru calcularea valorii amenzii este recomandabil de considerat ca bază de calcul nu doar cifra de afacere a abuzului din anul precedent, deoarece pentru determinarea valorii corecte, care ar avea un efect de educare, este necesară și considerarea valorii daunelor provocate. După cum am menționat și în lucrare, deseori valoarea amenzii nu este suficient de mare, raportată la beneficiile ulterioare pe care le primește entitatea abuzivă, fapt ce determină continuarea comportamentului abuziv.

E. Pentru determinarea mai exactă a efectelor financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice de pe piața relevantă se recomandă aplicarea metodelor de calcul care vor lua în considerare toți factorii implicați de facto și care pot fi implicați ulterior și determinarea intervalului de timp în care a avut loc abuzul și efectele acestuia și, evident, toți actorii pieței care au fost implicați și care au simțit efectele abuzului.

F. În scopul asigurări cuantificării corecte se recomandă asigurarea unui grad înalt de transparență în rapoartele financiare ale entităților economice, precum și promovarea campaniilor de informare a entităților economice cu referire la efectele abuzului de poziție dominantă pentru stimularea cooperării celor din urmă.

BIBLIOGRAFIE:

1. ABA section of Antitrust Law. Econometrics. USA: ABA Publishing, 2005. 475 p.
2. Abraham-Frois G. Economia Politică. Bucureşti:Humanitas, 1994, 528 p.
3. Acordul de asociere al Republicii Moldova cu Uniunea Europeană http://www.mfa.gov.md/img/docs/Acordul-de-Asociere-RM-UE.pdf (vizitat 22.09.16)
4. Aghion P., Bloom N., Blundell R., et al. Competition and Innovation: an Inverted-U Relationship. In:The Quarterly Journal of Economics, 2005, nr. 120(2), p.701-728. http://web.stanford.edu/~nbloom/PevertedU.pdf (vizitat 15.02.16)
5. Aghion P., Blundell R., Howitt, P. et al. Entry and productivity growth: Evidence from microlevel panel data. In: Journal of the European Economic Association, (2004). 2(2-3), 265-276. http://www.jstor.org/stable/40004902 (vizitat 10.11.16)
6. Ahlborn C., Evans D., Padilla J. The Antitrust Economics of Bundling: A Farewell to Per Se Illegality. In: Antitrust Bulletin, 2003, n 7, p. 21-30.
7. Ahn S. Competition, Innovation and Productivity Growth: A Review of Theory and Evidence. OECD Economics Working Paper, 2002. nr. 317. http://ssrn.com/abstract=318059. (vizitat 16.07.16)
8. Albaek S., Mollgaard P., Overgaard P.B. Government-assisted Oligopoly Coordination? A Concrete Case, In: Journal of Industrial Economics, 1997, no 4, p. 429–434.
9. Arnold J. M., Nicoletti G. Regulation, Allocative Efficiency and Productivity in OECD Countries: Industry and Firm-Level Evidence. OECD Working Papers, 2008, no. 616. http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=eco/wk (vizitat 16.07.16)
10. Arnold J. M., Nicoletti G., Scarpetta S. Regulation, Resource Reallocation and Productivity Growth. European Investment Bank Papers, 2011 16 (1), p. 90-115. http://www.eib.org/attachments/efs/eibpapers/eibpapers_2011_v16_n01_en.pdf#page=92 (vizitat 16.07.16)
11. Arrow K. J. Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. In: The Rate and Direction of Inventive Activity, Princeton University Press, 1962, p. 609-625.
12. Audretsch D.B. Legalized Cartels in West Germany. In: The Antitrust Bulletin, 1989, p 579–600.
13. Baek C., Kim Y., Kwon H. Productivity growth and competition across the Asian financial crisis: Evidence from Korean manufacturing firms. Center Economic Institutions Working Paper Series no. 2009-12. http://gcoe.ier.hit-u.ac.jp/CAED/papers/id077_Baek_Kim_Kwon.pdf (vizitat 16.04.2017)

14. Bajari P., Ye L. Deciding Between Competition and Collusion. In: Review of Economics and Statistics, 2003, p. 971–89.
15. Baker J. B. The case for antitrust enforcement. In: The Journal of Economic Perspectives, 2003, nr 17(4), p. 27-50. http://www.jstor.org/stable/3216930 (vizitat 20.12.2016)
16. Baker J. Beyond Schumpeter vs. Arrow: How Antitrust Fosters Innovation. AEI – Brookings Joint Center for Regulatory Studies. 2007. http://www.antitrustinstitute.org/files/aai-%20Baker,%20Jon,%20WP%200704Beyond%20Schumpeter%20Feb07_031220071632.pdf (vizitat 03.02.2017)
17. Barone G., Cingano F. Service Regulation and Growth: Evidence from OECD Countries. Bank of Italy Temi di Discussione (Working Paper), No 675, 2008. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1160183&download=yes (vizitat 03.02.2017)
18. Baskoy T. The Political Economy of the European Union Competition Policy. New York: Routledge, 2008. 242 p.
19. Basso L. and Ross T. Measuring the True Harm from Price-fixing to both Direct and Indirect Purchasers, working paper, University of British Colombia, 2008. 72 p.
20. Baumol W. J., Blinder A.S. Economics: Principles and Policy, ed. a XII-a, Mason (SUA): South-Western Cengage-Learning, 2010. 874 p.
21. Bernaerts I., Kramer St. First collective dominance cases under the European: consultation mechanism on electronic communications In: European Commission, Competition Policy Newsletter no. 2, 2005. http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2005_2_47.pdf (vizitat 03.02.2017)
22. Bishop S., Mike W. Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. London: Sweet and Maxwell, 3rd edition, 2010. 832 p.
23. Black J., Hashimzade N., Myles G. D. A Dictionary of Economics. Oxford: Oxford University Press, 2009. 323 p.
24. Bodea G. Microeconomia: principiile şi mecanismele jocului. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2002. 192 p.
25. Bolotova Y, John C., Douglas M. Factors Influencing the Magnitude of Cartel Overcharges: An Empirical Analysis of the US Market, In: Journal of Competition Law and Economics, 2009, no 5, p. 361-381.
26. Boone J., Müller W. The Distribution of Harm in Price-fixing Cases. Center working paper Tilburg University, Center for Economic Research, no 68, 2008.

http://homepage.univie.ac.at/wieland.mueller/publications/ijio_2012_price_fixing.pdf (vizitat 15.09.2016)

27. Bozian L. Evoluția Conceptului de dominanță colectivă în cazul abuzului de poziție dominantă, Profil: Concurența, București: Consiliul Concurenței, nr.1, 2008. p. 48-55. http://www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/bucket6/id6447/rev_2008_nr_1.pdf(vizit at 02.04.2017)
28. Brealey R.A., Myers S.C., Allen F. Principles of Corporate Finance. 10th edition, Princeton: McGraw Hill. 2010. 969 p.
29. Bresnahan T. F. A Remedy that Falls Short of Restoring Competition, In: Antitrust Magazine, no 7, 2001. https://web.stanford.edu/~tbres/research/anti-bre.pdf (vizitat 16.04.2017)
30. Briguglio L., Buttigieg E. Competition constraints in small jurisdictions. Presented at OECD Global Forum on Competition., CCNM/GF/COMP/WD, 2003, no 32. http://www.oecd.org/countries/malta/2486833.pdf (vizitat 04.02.2017)
31. Buccirossi P. Quantification of Damages in Exclusionary Practice Cases In: Journal of European Competition Law & Practice, 2010, no 1(3), p. 252-256.
32. Cabral Luis M. B. Introduction to industrial organization. Massachusetts Institute of Technology, 2000. 354 p. https://docs.google.com/document/d/1lanw9BbDlezUQwU-7LeXa0gaZJZYr5KmW6va7-tfIGo/edit (vizitat 04.02.2017)
33. Carlton D., Waldman M. The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries. In: Rand Journal of Economics, no. 33, 2002. https://pdfs.semanticscholar.org/adcb/a4842fd3f30fd69e3d3372f4546cf24267b2.pdf (vizitat 09.11.2016)
34. Cauza nr. 85/76 Hoffmann-La Roche vs Comisia (1979); http://www.competition.md (vizitat 04.02.2017)
35. Choi J.P., Stefanadis C. Tying, Investment and the Dynamic Leverage Theory. In: Rand Journal of Economics, no. 32, 2001.
36. Ciobanu Gh., Microeconomie. Cluj-Napoca: Risoprint, 2010. 248 p.
37. Combe E., Monnier C. Cartel Profiles in the European Union. In: Concurrences, 2007, no 3, p.181-192.
38. Combe E., Monnier C. Fines against Hard Core Cartels in Europe: The myth of overenforcement. In: The Antitrust Bulletin, 2011, no. 56(2), p. 235-275.
39. Comisia Europeana. Conferinta de presa http://europa.eu/rapid/press-release_IP-04-382_en.htm?locale=en (vizitat 11.04.2017)

40. Comisia Europeană, Glossary of terms used in EU competition policy – antitrust and control of concentrations. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 2002. 59 p. http://ec.europa.eu/translation/spanish/documents/glossary_competition_archived_en.pdf
41. Comisia Europeană, Annual Report on Competition Policy, 2005-2016 http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_report/ (vizitat 06.02.2017)
42. Comisia Europeană, Comunicatul de presă al Comisiei „Antitrust: Commission Decision against Telefonica" (MEMO/07/274), 2007. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-07-274_en.htm?locale=en (vizitat 04.02.2017)
43. Comisia Europeană, Comunicatul de presă cu titlul - Antitrust: Commission fines Telefonica over 151 mil euro for over five years of unfair prices in the Spanish broadband market" (IP/07/1011); http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-07-274_en.htm?locale=en (vizitat 04.02.2017)
44. Comisia Europeană, Comunicatul de presă din 16 iulie 2003, „Antitrust. High – Speed Internet – the Commission imposes a fine on Wanadoo for abuse of a dominant position" (IP/03/1025). http://europa.eu/rapid/press-release_IP-03-1025_en.htm?locale=en (vizitat 06.02.2017)
45. Comisia Europeană, DG Competition, DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses – public consultation, Bruxelles, 2005. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf (vizitat 06.02.2017)
46. Comisia Europeană. Cauza nr. 26/75 General Motors vs Comisia. http://judgestraining.eu/wp-content/uploads/2017/10/case-26-75_general-motors.pdf (vizitat 06.02.2017)
47. Comisia Europeană. Cauza nr. 27/76 United Brands Company și United Brands Continental BV vs Comisia (1978). http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&jur=C,T,F&num=27/76&td=ALL (vizitat 19.01.2017)
48. Comisia Europeană. Cauza nr. 322/81 Michelin vs Comisia (1983). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61981CJ0322 (vizitat 21.01.2017)
49. Comisia Europeană. Cauza nr. 6/73 Commercial Solvents vs Comisia (1974). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61973CJ0006 (vizitat 20.01.2017)
50. Comisia Europeană. Cauza nr. C-396/96P, Compagnie Maritime Belge Transports și alții vs Comisia (2000). http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-395/96 (vizitat 21.01.2017)
51. Comisia Europeană. Cauza nr. C-62/86 AKZO Chemie BV vs Comisia, 1991. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61986CJ0062 (vizitat 20.01.2017)

52. Comisia Europeană. Cauza nr. T-193/02, Laurent Piau vs Comisia (2005). http://freecases.eu/Doc/CourtAct/4823478 (vizitat 21.01.2017)
53. Comisia Europeană. Cauza nr. T-201/04, Microsoft Corporation vs Comisia (2007). http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=T-201/04 (vizitat 23.01.2017)
54. Comisia Europeană. Cauza nr. T-219/99 British Airways (2003). http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=T-219/99 (vizitat 20.01.2017)
55. Comisia Europeană. Cauza nr. T-30/89 Hilti vs Comisia (1991). http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&jur=C,T,F&num=T-30/89&td=ALL (vizitat 20.01.2017)
56. Comisia Europeană. Cauza nr. T-340 /03 France Telecom vs Comisia (2007). http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?docid=70729&doclang=EN (vizitat 23.01.2017)
57. Comisia Europeană. Cauza nr. T-65/98, Van Bergh Foods Ltd. vs Comisia (2003). http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?docid=72119&doclang=EN (vizitat 23.01.2017)
58. Comisia Europeană. Cauza nr. T-68/89 Societa Italiana Vetro SpA vs Comisia (1992). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61989TJ0068 (vizitat 20.01.2017)
59. Comisia Europeană. Cauza nr. T-83/91,Tetra Pak International SA vs Comisia (1994). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61994CJ0333 (vizitat 19.01.2017)
60. Comisia Europeană. Green Paper - Damages Actions for Breach of EC Antitrust Rules, 2005, 2008. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A52005DC0672 (vizitat 15.02.2017)
61. Comisia Europeană. Making Antitrust Damages Actions More Effective in the EU: Welfare Impact and Potential Scenarios. Center for European Policy Studies, the University of Rotterdam., 2007, 671 p. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/files_white_paper/impact_study.pdf (vizitat 15.02.2017)
62. Comisia Europeană. Quantifying Antitrust Damages. Towards Non-Binding Guidance for Courts, Study prepared by Oxera, 2009, 179 p. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/quantification_study.pdf (vizitat 16.02.2017)
63. Competition Authority Bostawana. Monopolization and abuse of dominance guidelines. Bostawana: CA, 2013. 24 p.

64. Competition Commission. Suggested Best Practice for Submission of Technical Economic Analysis from Parties to the Competition Commission. London: CC, 2009. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284388/best_practice.pdf (vizitat 09.07.2016)
65. Comunicare a Comisiei — Orientări privind prioritățile Comisiei în aplicarea articolului 82 din Tratatul CE la practicile de excludere abuzivă ale întreprinderilor dominante http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX%3A52009XC0224%2801%29 (vizitat 18.02.2017)
66. Connor J.M., Lande R.H. How High Do Cartels Raise Prices? Implications for Reform of the Antitrust Sentencing Guidelines, working paper, 2005. http://scholarworks.law.ubalt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1719&context=all_fac (vizitat 04.02.2017)
67. Connor, J. M., Lande R. H. Cartel Overcharges and Optimal Cartel Fines. In: Issues in Competition Law and Policy. ABA Section of Antitrust Law, 2008,vol. 3, W. Waller ed., chapter 88, p. 2203-2218.
68. Constituţia Republicii Moldova din 29.07.1997
69. Davis P., Garcés E. Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis, Princeton: University Press, 2009. 580 p.
70. Decizia Comisiei Europene din 16 iulie 2003 http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/38233/38233_87_1.pdf (vizitat 11.04.2017)
71. Decizia Comisiei Europene din 3 octombrie 2007 file:///D:/doctorat/Morgan%20Stanley%20vs%20Visa.pdf (vizitat 10.03.2017)
72. Decizia plenului Consiliului Concurentei Nr. APD -70 din 17.12.2015 https://competition.md/decizieview.php?l=ro&idc=64&id=5605&t=/Transparenta/Decizii/Decizia-Plenului-Consiliului-Concurentei-Nr-APD-70-din-17122015 (vizitat 11.04.2017)
73. DeGraba P., Simpson J. Loyalty discounts and theories of harm in Intel investigations. In: Journal of Antitrust Enforcement, nr 1, vol 2, 2014, p. 170 – 202,
74. Directoratul General al Comisiei Europene. DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, 2005. http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf. (vizitat 12.03.2017)
75. Dobrotă N., Economie politică. Bucureşti: Economică, 1997. 197 p.
76. Dutz M. Competition policy issues in developing and transition markets. In: OECD Global Forum on Competition 2002. CCNM/GF/COMP/WD, 2002, no. 35, p.43–95.

77. ECJ judgement on Predatory pricing by Wandoo http://www.eversheds-sutherland.com/global/en/what/articles/index.page?ArticleID=en/Anti-trust_and_EU_law/predatory_pricing_06may09 (vizitat 23.04.2017)
78. Epstein R.J., Rubinfeld D.L. Technical Report: Effects of Mergers Involving Differentiated Products. European Commission, 2004. http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/effects_mergers_involving_differentiated_products.pdf (vizitat 12.09.2016)
79. Etro F. Competition, innovation and antitrust: a theory of market leaders and its policy implications. Berlin: Springer-Verlag, 2007. 314 p.
80. Evans D., Padilla J.A., Polo, M., Tying in Platform Software: Reasons for a Rule of Reason. https://www.justice.gov/atr/pragmatic-approach-identifying-and-analysing-legitimate-tying-cases (vizitat 12.04.2017)
81. Everitt B.S., Landau S., Leese, M. Cluster Analysis, 5th edition. London: Willey, 2011. 348 p.
82. Fields E. The Essentials of Finance and Accounting for Nonfinancial Managers, New York: AMA, 2011. 321 p.
83. Fox E. Economic development, poverty and antitrust: the other path. In: Southwestern Journal of Law and Trade in the Americas. 2007, Vol. 13, p. 101–126.
84. Franzoni M. Il danno risarcibile. Milano: Giuffre, 2004. 83 p.
85. Friederiszick H. W., Röller L. H. Quantification of Harm in Damages actions for Antitruist Infringements: Insights from German Cartel Cases, In: Journal of Competition Law & Economics, 2010, no 6 (3), p. 595-618.
86. Friederiszick H.W., Maier-Rigaud P. The Role of Economics in Cartel Detection in Europe, in: The More Economic Approach in European Competition Law, 2007. https://ssrn.com/abstract=1829996 (vizitat 12.04.2017)
87. Friederiszick H.W., Maier-Rigaud P. Triggering Inspections ex officio: Moving Beyond a Passive EU Cartel Policy. In: Journal of Competition Law and Economics, 2008, no 4(1), p. 89-113.
88. Friederiszick H.W., Röller L. Overcharges Estimations in Cartel Cases: Lessons Learned from a Recent Judgement on the German Paper Wholesaler Cartel. In: Global Competition Litigation Review, no 1., 2008. https://academic.oup.com/jcle/article-abstract/6/3/595/886026 (vizitat 12.11.2016)
89. Friedman Th. L. The Lexus and the Olive three. USA: Farrar, Straus and Giroux, 1999, 518 p.
90. Fumagalli C, Padilla J., Polo M. Damages for Exclusionary Practices: A Primer. In: Competition Law and the Enforcement of Art. 102, Oxford University Press, 2010, p. 203-220.

91. Ganea V., Oglindă L., Ţiganu A. Determination of company financing efficiency based on evaluation indices of innovation performance. În: Materialele conferinței ştiinţifice internaţionale „International scientific conference Europe 2020. Premises, projects, programs". 14-15 mai 2015, Bacău, România. p. 216-224.
92. Ganea V., Ţîbuleac A., Abuzul de poziție dominantă asupra entităţilor economice: impact financiar. În: Revista științifică a Universităţii de Stat din Moldova „Studia Universitatis Moldaviae", nr. 2 (102), , Chişinău, 2017, ISSN 2345-1033. p.97-101.
93. Genesove D., Mullin, W.P. Predation and its Rate of Return: The Sugar Industry, 1887–1914. In: RAND Journal of Economics, 2006, no 1, p. 47-–69.
94. Glosarul termenilor Economiei Organizațiilor industriale și Dreptul Concurenței al OECD http://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf (vizitat 03.04.2017)
95. Greene W. Econometric Analysis, 6th edition, Prentice Hall, 2008, 827 p. http://stat.smmu.edu.cn/DOWNLOAD/ebook/econometric.pdf (vizitat 09.11.2016)
96. Gregory A. Excessive Prices and the Role of Profitability Analysis. OECD Roundtable on Excessive Prices. 2011 http://www.oecd.org/competition/abuse/49604207.pdf
97. Grossman P. Z. Methodological Approaches. How Cartels Endure and How they Fail: Studies of Industrial Collusion, Northampton, USA: Edward Elgar Publishing, 2004. 199p.
98. Gual J; Hellwig M.; Perrot A. et al.. An economic approach to Article 82. Report by the EAGCP, 2005. http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/eagcp_july_21_05.pdf (vizitat 01.02.2017)
99. Harrington J. E. Detecting Cartels, In: Handbook of Antitrust Economics, MIT Press, 2008, p. 213-258.
100. Hausman J.A. Valuation of New Goods under Perfect and Imperfect Competition. NBER Working Papers 4970, National Bureau of Economic Research Inc., 1994 http://www.nber.org/chapters/c6068.pdf (vizitat 12.04.2017)
101. Hellwig M. Private Damage Claims and the Passing-on Defense in Horizontal Price-fixing Cases: An Economist's Perspective. In: Private Enforcement of EC Competition Law, 2007. https://www.coll.mpg.de/pdf_dat/2006_22online.pdf (vizitat 01.02.2017)
102. Hovenkamp H. Quantification of harm in private antitrust actions in the United States. OECD Roundtable on the Quantification of harm to competition by national courts and competition agencies, 2011. https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/us-submissions-oecd-and-other-international-competition-fora/1102roundtableharm.pdf (vizitat 29.12.2016)

103. Hüschelrath, Kai, Katrin Müller and Tobias Veith Concrete Shoes for Competition: The Effect of the German Cement Cartel on Market Price, Journal of Competition Law and Economics, 2012
104. Ignat I. et al. Economie Politică. București: Economica, 1998, 608 p.
105. Ilzkovitz F., Dierx A. European Commission. Ex-post economic evaluation of competition policy enforcement: a review of the literature. Geneva: EC, 2015. 144 p.
106. Keddy P.A. Competition. 2nd ed., Dordrecht: Kluwer. 2001, 552 p.
107. Kellezi P. Abuse below the threshold of Dominance? Market Power, Market Dominance, and abuse of Economic Dependence. 2007, 34 p. https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-540-69965-1_3 (vizitat 09.11.2016)
108. Korenblit C. M. Quantifying Antitrust Damages—Convergence of Methods Recognized by U.S., 2012 https://ideas.repec.org/a/cpi/atchrn/3.1.2012i=6653.html (vizitat 29.12.2016)
109. Landes W.M. Optimal sanctions for antitrust violations. In: University of Chicago Law Review, 1983, p. 652. http://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2543&context=journal_articles (vizitat 07.12.2016)
110. Lazăr I., Lazăr L. Abuzul de poziție dominantă în dreptul european al concurenței (II), Revista Universul Juridic, nr.12, 2015, pag. 89-152;
111. Lazăr L. Abuzul de poziție dominantă. București:C.H. Beck, 2013. 372 p.
112. Legea contabilității, nr 113 din 27.04.2007 http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=351443&lang=1 (vizitat 23.04.2017)
113. Legea cu privire la protecţia concurenţei nr.1103 din 30.06.2000, abrogată prin Legea concurenței nr.183 din 11.07.2012
114. Legea cu privire la protecția concurenței a Republicii Moldova, nr.183 din 11.07.2012. http://lex.justice.md/md/344792/
115. Levenstein M. C., Suslow V. Y. Breaking Up Is Hard to Do: Determinants of Cartel Duration. In: Journal of Law and Economics, 2011, no 54(2), p. 455-492. https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/78004/1150_Suslow.pdf?sequence=3 (vizitat 19.11.2016)
116. Levenstein M. C., Suslow V. Y. What Determines Cartel Success?, In: Journal of Economic Literature, 2006, no. 44, p. 43-95. https://www.aeaweb.org/atypon.php?doi=10.1257/002205106776162681 (vizitat 19.11.2016)

117. Machovec F. H. Perfect Competition and the Transformation of Economics. London: Routledge, 1995. 391 p.
118. Maier-Rigaud F. The Irrelevance of Pass-on Considerations for the Quantification of Antitrust Damages in the EU, Working Paper, 2013. 45 p. https://www.ieseg.fr/wp-content/uploads/2013-ECO-09_Maier-Rigaud.pdf (vizitat 19.11.2016)
119. Maier-Rigaud, Frank and Ulrich Schwalbe Do Retroactive Rebates Imply Lower Prices for Consumers?, Working Paper, 2013.http://ssrn.com/abstract=2276396 (vizitat 20.11.2016)
120. Maier-Rigaud, Frank The EU Commission's Proposal for a Directive on Damages Actions, Working Paper, 2013. 20 p. http://www.law.georgetown.edu/cle/materials/Antitrust/2015/04/02%20Toward%20A%20European%20Directive%20on%20Damages%20Actions.pdf (vizitat 20.11.2016)
121. Marshall K.S. The economics of antitrust injury and firm specific damages. Tucson: Lawers and Judges Publishing Company, 2008. 372p.
122. Maxim I, Bulmaga O. Problematica definirii şi clasificării concurenţei. În Analele ştiinţifice ale UCCM, vol XII, 2013, p. 334-344 http://www.uccm.md/ro/images/stories/pdf_uri/anale/anale_v12_UCCM.pdf (vizitat 19.11.2016)
123. Migigani J. Apple vs Microsoft –Revenues and Profits 1995- 2015 https://www.w3schools.com/browsers/default.asp (vizitat 21.04.2017)
124. Mihai E. Concurenţa economică. Libertate şi constrângere juridică, Bucureşti:Lumina Lex, 2004. 318 p.
125. Möllers, T.M.J., Heinemann, A. The Enforcement of Competition Law in Europe, Cambridge: Cambridge University Press. 2010. 740 p.
126. Mosteanu T., Constantin F., Dumitrescu D. ,Alexandru F. Preturi şi concurenta, Bucuresti: Didactica şi Pedagogica, 1997. 45p.
127. Moşteanu T. Concurenţa. Abordări teroretice şi practice. Bucureşti: Economică, 2000. 368 p.
128. Motta M. Competition Policy: Theory and Practice, Cambridge: Cambridge University Press. 2004. 642 p.
129. Nalebuff B. Competing Against Bundles, In: Incentives, Organization and Public Economics: Papers in Honour of James Mirrlees, Oxford University Press, 2000. https://pdfs.semanticscholar.org/9e0c/94f161532b0cfbcf156442496f41ed804a7c.pdf (vizitat 19.04.2017)
130. Nalebuff B, Bundling, Tying and Portfolio Effects, DTI Economics Papers No. 1, (2003), can be downloaded at http://www.dti.gov.uk/economics/ (vizitat 22.04.2017)

131. Nalebuff B. (1999), Bundling, Working paper, available online at Social Science Research Network http://papers.ssrn.com. (vizitat 20.04.2017)
132. Neal L. The Economics of Europe and the European Union. New York: Cambridge University Press, 2007. 456 p.
133. Neven D., Seabright P. The Treatment of Efficiencies in Competition Law In: IBC Conference "Economics of Competition Law" Conference, Brussels, 2003. https://mafiadoc.com/economic-theories-of-bundling-university-of-michigan-law-school_598868a31723ddcc692ee169.html (vizitat 11.04.2017)
134. Niels G., Jenkins H, Kavanagh J. Economics for Competition Lawyers. Oxford: Oxford University Press, 2011. 636 p.
135. Noble R., Mahendran R., Makhkamova L. The Choice of Discount Rate in Claims for Damages. In: Competition Law Journal, 2006, nr 4., p.31-42.
136. OECD (2006). Competition, patents and innovation. Best Practice Roundtable. www.oecd.org/competition (vizitat 03.04.2017)
137. OECD Annual Report 2016, OECD Publications. http://www.oecd.org/unitedstates/publicationsdocuments/reports/ (vizitat 09.01.2017)
138. OECD Quantification of Harm to Competition by National Courts and Competition Agencies, 2011. http://www.oecd.org/daf/competition/QuantificationofHarmtoCompetition2011.pdf (vizitat 12.03.2017)
139. OECD Report on the Nature and Impact of Hard Core Cartels and Sanctions against Cartels under National Competition Laws, DAFFE/COMP, 2002. http://www.oecd.org/competition/cartels/2081831.pdf (vizitat 27.12.2016)
140. OECD, Competition and barriers to entry. Policy Brief. 2007 www.oecd.org/publications/Policybriefs (vizitat 11.04.2017)
141. OECD, Producer and Consumer Support Estimates. Baza de date OECD 1986–2007.
142. OECD. How enforcement against private anticompetitive conduct has contributed to economic development. CCNM/GF/COMP, 2003. www.oecd.org/competition (vizitat 12.03.2017)
143. Oglindă L., Țîbuleac A. Теоретико-методологические подходы к конкуренции и злоупотреблению доминирующим положением. În monografia colectivă „Повышение качества товаров и услуг в условиях глобализации экономики". Iași: PIM, 2017, p. 232-263

144. Oglindă L., Țîbuleac A. Experiența Republicii Moldova în domeniul evaluării concentrărilor economice și abuzului de poziție dominantă. În: materialele Conferinţei Ştiinţifice Internaţionale „Dezvoltarea socio-economică durabilă a euroregiunilor şi a zonelor transfrontaliere" Institutul de Cercetări Economice și Sociale Gheorghe Zane, Volum XXX, Iași 2017, p. 376 – 386.
145. Oxera et al. Quantifying antitrust damages: Towards non-binding guidance for courts – Study prepared for European Commission. Luxemburg: Publication Office of EU, 2009. 179 p.
146. Oxera. Quantification of Antitrust Damages. In: Journal of European Competition Law & Practice, 2009, no 1(5), p. 438-443.
147. Popescu Gh. Istoria gândirii economice. ed. IV, București: CH Beck, 2009. 1224 p.
148. Porter M. Despre concurenţă. București: Meteor Press. 2008. 432 p.
149. Predatory pricing in the telecom sector http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009_2_8.pdf (vizitat 23.04.2017)
150. Prosperetti L. Prova e valutazione del danno antitrust: una prospetiva economica. 2008. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/white_paper_comments/unimil_it.pdf (vizitat 10.03.2017)
151. Prosperetti L., Pani E., Tomasi I. Il danno antitrust. Una prospetiva economica. Bologna: Il Mulino, 2009. 48 p.
152. Prosperetti L., Tomasi I. Damages arising from exclusionary practices: the Commission Practical Guide and the experience of European national Courts, Milano: Giuffre, 2016. 30 p.
153. Raport ANRCETI. Evoluția pieței de comunicații electronice, 2017 http://www.anrceti.md/files/filefield/2017_EvPiata_Raport.pdf (vizitat 12.10.2017)
154. Rapoartele anuale Microsoft https://www.microsoft.com/en-us/Investor/annual-reports.aspx (vizitat 12.03.2017)
155. Raport privind activitatea Consiliului Concurenței 2012-2013. http://www.competition.md (vizitat 12.03.2017)
156. Raport privind activitatea Consiliului Concurenței 2014. http://www.competition.md (vizitat 12.03.2017)
157. Raport privind activitatea Consiliului Concurenței 2015. http://www.competition.md (vizitat 12.03.2017)
158. Raportul de activitate a Agenției Naționale pentru Protecția Concurenței pentru perioada 2007-2011. http://www.competition.md (vizitat 20.03.2017)
159. Regulamentul privind stabilirea poziției dominante și evaluarea abuzului de poziție dominantă, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 16 din 30.08.2013;

160. Room L. A methodological framework to capture the various economic impacts of competition enforcement. Nairobi: UNCTAD, 2016. 40 p.

161. Sandicchi G.B. American and European perspective on monopolization and abuse of dominant position: A comparative law and economics analysis of single firm conduct. Disponibil http://people.stern.nyu.edu/lwhite/al&e.spring2005/TermPapers/sandicchi.pdf (vizitat 20.09.2016)

162. Schumpeter J. A.. Poate supraviețui capitalismul? Distrugerea creatoare şi viitorul economiei globale.București: Editura Publica, 2011. 192 p.

163. Schumpeter, J. A. Capitalism Socialism and Democracy. London:Taylor & Francis e-Library, 1950, reeditată în 2003. 460 p.

164. Schwalbe U. The Welfare Effects of Partial Cartels. Some Results from the Theoretical Literature. In: Workshop on the Quantification of Antitrust Harm in Actions for Damages, EU Commission, DG Competition, 2011. http://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/schwalbe.pdf (vizitat 20.04.2017)

165. Smith A. Avuția națiunilor. Cerecetare asupra naturii și cauzelor ei. vol 1, Chisinău:Universitas, 1992. 338 p.

166. Stat Counter, statistica globala http://gs.statcounter.com/os-market-share#monthly-200901-200912-bar (vizitat 21.04.2017)

167. Stiglitz J. Walsh C. Economie. Bucureşti: Economică, 2005. 784 p.

168. Tomita I.,Bandoi A. Preturi și concurenta. Craiova: PrintXpert, 2008. 170 p.

169. Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene din 25 martie 1957. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT (vizitat 22.04.2017)

170. Țîbuleac A., Abordări teoretice cu referire la efectele abuzului de poziție dominantă asupra concurenței, entităților și consumatorilor. În: Materialele conferinței științifice internaționale „Торговля, товароведение и сервис: состояние, проблемы и развития в условиях глобализации экономики", ASEM, Казанский Кооперативный Институт Российского Университета Кооперации, Kazani - Chișinău 2017, p.126-130.

171. Țîbuleac A., Determinarea abuzului de poziție dominată și efectele acestuia asupra entităților economice. În: Materialele conferinței științifice internaționale „Fostering international cooperation for strenghtening knowledge triangle in Moldova", ASEM, Chișinău 2017 (23-27 martie). p. 260-266. http://www.integra-jm.md/wp-content/uploads/2017/05/1_Fostering-Knowledge-Triangle-in-Moldova-Conference-Proceeding_2017.pdf

172. Ţîbuleac A., Experienţa europeană în evaluarea abuzului de poziţie dominantă. În: Materialele conferinţei ştiinţifico-practice „Creşterea economică în condiţiile globalizării: modele de dezvoltare durabilă”, ediţia 12, vol. II, INCE, Chişinău, 2017. p. 142 -147.
173. Ţîbuleac A., Finanţarea prin granturi: modalitate eficientă de promovare a cercetărilor ştiinţifice şi integrare a inovaţiilor autohtone în circuitele ştiinţifice internaţionale. În: Revista „Studii economice”, ULIM, nr. 1-2, 2015, p. 191-199.
174. Ţîganu A., Constringeri financiare ale activităţii de cercetare si dezvoltare in întreprinderi. În: Materialele Conferinţei Ştiinţifice Internaţionale: “Potenţialul de finanţare al pieţei financiare nebancare şi perspectivele dezvoltării acesteia” ASEM, Chişinău 2015. p.185-189.
175. Ţîganu A., Inovarea în ÎMM-uri şi necesitatea promovării unei politici de susţinere a acesteia. În: Materialele conferinţei ştiinţifice internaţionale „ Rolul ştiinţei şi educaţiei în implementarea acordului de asociere la Uniunea Europeană”, ASEM, Chişinău, 2015. p. 182-189.
176. Ţîganu A., Promoting innovation in SME. În: Научно-производственный журнал «Наука», Казахстан, 2016, nr. 1, p. 375-378.
177. Vâlceanu G., Robu V., Georgescu N. Analiză economico-financiară (ediţia a doua revizuită şi adăugită). Bucureşti: Economică, 2005. 448 p.
178. Velicu F. Teoria Concurentei. https://velicuflorenta.wordpress.com/ (vizitat 23.12.2016)
179. Whinston M.D. Tying, Foreclosure and Exclusion. http://www.haas.berkeley.edu/Courses/Spring2000/BA269D/Whinston90.pdf (vizitat 07.04.2017)
180. Wikinvest http://www.wikinvest.com/stock/Microsoft_(MSFT)/Data/Revenue/2002 (vizitat 12.03.2017)
181. World Economic Forum (2007). The Global Competitiveness Report 2009–2016. www.gcr.weforum.org. (vizitat 23.02.2017)
182. Князева И.В. Антимонопольная политика в Россий. 3-е издание, Москва, Омега-Л, 2008. 493 p.
183. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: пер.с англ. 2- е изд. М.: Дело, 2001. — 808 с.
184. Тот Т. Антимонопольное право Европейского Союза. Будапешт: Венгерское Антимонопольное Ведомство, 2014. 796 p.

A N E X E

Anexa 1

Act de Implementare a rezultatelor științifice eliberat de Institutul Național de Cercetări Economice

Ministerul Educației, Culturii și Cercetării
Institutul Național de Cercetări Economice (INCE)

MD-2064, Republica Moldova
mun.Chișinău, str.Ion Creangă, 45

tel. (00 373 22) 50-11-00, fax (00 373 22) 74-37-94
site-ul www.ince.md e-mail: info@ince.md

01/9-126 2018 15.06.2018

ACT

privind implementrea rezultatelor științifice din cadrul **tezei de doctor** cu tema: **„Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice"**, elaborată de **Țibuleac Ana**, la specialitatea 522.01 - Finanțe.

Prin prezentul act, confirmăm valoarea științifică și aplicativă a rezultatelor cercetării efectuate la tema tezei de doctorat „Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice", elaborată de Țibuleac Ana. Rezultatele cercetării și *modelul de simulare a efectelor economico-financiare ale abuzului e poziție dominantă asupra entităților economice* reprezintă o metodă eficientă de aproximare a efectelor financiare provocate de comportamentele anticoncurențiale aplicate de entitățile economce cu poziție dominantă.

Rezultatele studiului științific din cadrul tezei de doctorat prezintă interes sporit pentru ulterioarele cercetări în domeniul vizat, pentru informarea cercetătorilor din cadrul mediului academic cât și pentru cuantificarea pierderilor financiare provocate de efectele abuzului de poziție dominantă.

Apreciem înalt rezultatele tezei de doctor în științe economice la tema „Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice", elaborată de Țibuleac Ana, la specialitatea 522.01 Finanțe.

Director al Institutului Național de Cercetări Economice

STRATAN Alexandru,
membru corespondent al AȘM
doctor habilitat în științe economice,
profesor universitar

Anexa 2

Certificat de Implementare a rezultatelor științifice eliberat de Universitatea de Stat din Moldova

UNIVERSITATEA DE STAT
DIN MOLDOVA

MD-2009, mun. Chișinău
str. A.Mateevici 60
tel.: (+373) 22244821, fax: 22244248
www.usm.md, email: rector@usm.md

MOLDOVA STATE UNIVERSITY

MD-2009, Chisinau
A.Mateevici str. 60
phone: (+373) 22244821, fax: 22244248
www.usm.md, email: rector@usm.md

08.05.18 Nr. 139

CERTIFICAT

privind implementrea rezultatelor științifice din cadrul tezei de doctor în științe economice cu tema: **„Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice"**, elaborată de **Țîbuleac Ana**

Prin prezentul, se confirmă că rezultatele cercetărilor științifice la tema „Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice", elaborată de Țîbuleac Ana, specialitatea 522.01 Finanțe, sunt extrem de actuale și oportune conjuncturii economice a Republicii Moldova, reprezentând valoare adăugată atât pentru mediul economic cât și pentru cel academic.

Materialele cercetării sunt utile procesului didactic din cadrul Facultății de Științe Economice, constituind un suport științifico-informativ pentru instruirea și educarea unei generații de specialiști calificați, fiind relevante atât pentru studenții de la Ciclul I Licență – specialitatea *Finanțe și Bănci* cât și la Ciclul II Masterat progame de master: *Administrarea afacerilor, Audit și expertiză financiară, Gestiunea finanțelor și contabilitatea în afaceri*.

Actualitatea temei de cercetare și necesitatea promovării metodelor loiale de concurență, pentru asigurarea un mediu economic eficient confirmă faptul că materiale cercetării constituie o baza solidă pentru fundamentarea cursurilor universitare pentru diverse specialități cu profil economic.

Decanul FȘE
Dr. hab., prof. univ **ULIAN Galina**

Anexa 3

Opinie asupra tezei de doctor, Consiliul Concurenței

Opinia

asupra tezei de doctor cu tema: "Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice".

autor: ȚÎBULEAC Ana

Specialitatea: 522.01. Finanțe

Cercetarea tematică "Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice" este actuală, dat fiind că unul din scopurile propuse este de a stabili efectele politicii concurențiale asupra mediului de afaceri.

Termenul de concurență are rădăcini în teoriile clasice, evoluând până la noul concept, de revoluție a concurenței, care a fost lansat în secolul XXI. Acest concept revoluționar al concurenței a fost promovat atât de clasa politică cât și de societate de-a lungul timpului. Cauza principală a apariției fenomenului revoluționar concurențial a fost creșterea economică a organizațiilor industriale, favorizând utilizarea de către mediul de afaceri a normelor concurențiale necesare în această perioadă.

Criza globală are impact asupra relațiilor sociale atât la nivel internațional cât și național. Se evidențiază mai multe dileme care nu întotdeauna au răspunsuri clare și bine definite. Una dintre le vizează importanța și nivelul reglementării concurențiale. Există opinii care susțin necesitatea unui control concurențial mai rigid pentru perioada crizei, motivând că vor fi posibil "obrăznicia" și abuzurile din partea unor companii în pericade mai dificile. Alții, dimpotrivă, consideră necesitatea unui control concurențial mai moderat, căci "criza" și așa vine cu suficiente probleme, tolerând firmelor unele mici lacune, permițându-le astfel supraviețuirea.

Pentru o creștere economică durabilă este important ca regulile economiei să fie funcționale. Afirmația că economia de piață este dirijată de o mână invizibilă este o realitate și aceasta reprezintă concurența, adică procesul concurențial. Eficiența implementării regulilor concurențiale crește pe măsura micșorării barierelor concurențiale în economia de piață. Intervenția statului poate genera bariere dure, care ar distorsiona concurența pe piața națională, și nu numai.

Este unanim acceptă ideea că concurența duce la creșterea bunăstării, eficienței și reprezintă un motiv important pentru inovații. Dar, de asemenea, este acceptată și opinia că concurența nu poate soluționa toate problemele care pot apărea în economie, și că intervenția satului este necesară și argumentată indeosebi în aceste cazuri.

Opinie asupra tezei de doctor, Consiliul Concurenței (cont.)

Abordarea conceptului de concurență ne permite să identificăm situațiile care pot fi caracterizate ca denaturare, distorsionare sau limitare a concurenței, să apreciem conținutul și semnificația acestor termeni. Situația este și mai dificilă în cazul aplicării prevederilor legale din domeniul concurenței deoarece legiuitorul a utilizat aceste noțiuni, dar nu l-a definit în textul legii.

E important de menționat curajul cercetătorului de a aborda o temă atât de complexă și scopuri ambițioase cum ar fi:

- evaluarea impactului economico financiar al abuzului de poziție dominantă
- posibilitatea de minimizare a efectelor economice ca urmare a încălcare a normelor concurențiale și acțiunilor anticoncurențiale a mediului de afaceri.

Este una din primele încercări alc abordării creative a relației: efect economic al abuzului de poziție dominantă – impact asupra mediului concurențial.

Dat fiind că primii pași necesită perseverență și entuziasm, consider că această lucrare trebuie susținută, dorindu-i autorului să se aprofundeze în analiza subiectelor abordate.

Președinte al Consiliului Concurenței **Viorica CĂRARE**
Doctor habilitat în științe economice,
Doctor in științe juridice,
Profesor universitar



Anexa 4

Certificat de înregistrare a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală



REPUBLICA MOLDOVA

Agenția de Stat pentru
Proprietatea Intelectuală

CERTIFICAT

DE ÎNREGISTRARE A OBIECTELOR DREPTULUI DE AUTOR ŞI DREPTURILOR CONEXE

SERIA OŞ NR. 6007

DIN 06.06.2018

Eliberat în temeiul Legii nr.139/2010 privind dreptul de autor și drepturile conexe, obiectul de pe verso a fost înregistrat în Registrul de Stat al obiectelor protejate de dreptul de autor și drepturile conexe

AGENȚIA DE STAT PENTRU PROPRIETATEA INTELECTUALĂ • REPUBLICA MOLDOVA •

Director General

CHIȘINĂU

Certificat de înregistrare a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe (cont.)

Seria: OȘ (operă științifică)

Numărul de înregistrare: 6007

Data înregistrării: 24.05.2018

Numărul cererii: 757

Denumirea obiectului: „DEZVOLTAREA MODELULUI DE SIMULARE A EFECTELOR ECONOMICO-FINANCIARE ALE ABUZULUI DE POZIȚIE DOMINANTĂ"

Autori:

Țîbuleac Ana **IDNP:** 2004025002715

Ganea Victoria **IDNP:** 0990204010263

Stratan Alexandru **IDNP:** 0971601883146

Titularul drepturilor patrimoniale:

INSTITUTUL NAȚIONAL DE CERCETĂRI ECONOMICE AL ACADEMIEI DE ȘTIINȚE A MOLDOVEI

IDNO: 1006600035290

L.Ș. **Șef Direcție Drept de Autor**

AGENȚIA DE STAT PENTRU PROPRIETATEA INTELECTUALĂ A REPUBLICII MOLDOVA
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АГЕНСТВО ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

Certificat de inovator, Centrul de Inovare și Transfer Tehnologic



MINISTERUL EDUCAȚIEI AL REPUBLICII MOLDOVA

ASEM
Academia de Studii Economice din Moldova

aiii
Centrul de Inovare și Transfer Tehnologic

CERTIFICAT de INOVATOR

Pentru inovația cu titlul

Cuantificarea efectelor economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entității economice

Inovația a fost înregistrată la data de 22.05.2017
la Academia de Studii Economice din Moldova

Se recunoaște calitatea de autor(i)

Țibuleac Ana

Rector ASEM
Dr. hab., prof. univ., academician
Grigore BELOSTECINIC

Directorul Centrului
Dr. conf. univ.
Lilia ȘARGU

Nr.51

Data eliberării:
24.05.2017

DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII

Subsemnata, ȚÎBULEAC Ana, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctor sunt rezultatul propriilor cercetări şi realizări ştiinţifice. Conştientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecinţele în conformitate cu legislaţia în vigoare.

ȚÎBULEAC Ana _____

CURRICULUM VITAE



ȚÎBULEAC ANA
Vl. Korolenco 59/2
Chișinău, Moldova
anna.tibuleak@gmail.com
+373 786 59 739

EXPERIENȚĂ DE MUNCĂ

11.04.2018- prezent — **Camera de Comerț și Industrie a Republicii Moldova**

Specialist principal, Direcția, susținerea și promovarea Membrilor

Universitatea de Stat din Moldova

01.11.2017 - prezent — *Lector Universitar, Facultatea Științe Economice, departament Economie Marketing și Turism*

Discipline predate: Marketing Strategic, Tehnici Promoționale, Reclama, Merchandising și Forța de vânzări.

01.09.2017 – 10.04.2018 — **Universitatea de Studii Europene din Moldova**

Lector Universitar, Facultatea Științe Economice

Discipline predate: Monedă și Credit, Contabilitate Bancară.

01.09.2014 - 01.09.2016 — **Universitatea Liberă Internațională din Moldova**

Prodecan, Facultatea Științe Economice

Responsabilități: Organizarea și managementul procesului de studii, Coordonarea activităților catedrelor, elaborarea rapoartelor anuale etc.

01.09.2013 – 01.09.2017 — **Universitatea Liberă Internațională din Moldova**

Lector Universitar, Facultatea Științe Economice, catedra BA, REI, Turism

Discipline predate (în Engleză): Investiții Internaționale, Comerț Internațional, Integrarea Economică Internațională, Tranzacții Internaționale, Managementul Marketingului Internațional, Negocieri în afaceri, Comunicare Organizațională, Strategie Globală și

Dezvoltare Durabilă, Tehnici, Practici și Proceduri de Import-Export, Cercetări de Marketing etc.

20.08.2012 – 08.04.2013 **S.A. "Ionel", Chișinău, Moldova**

Traducător- translator, Consultant, Departamentul Relații Externe

Participarea la negocieri cu partenerii străini. Participarea la expoziții, Traducerea documentelor juridice și tehnice. Fluidizarea corespondenței cu partenerii străini și locali. Negocierea termenilor contractuali. Revizuirea documentelor. Plasarea ordinelor de achiziție. Redactarea contractelor legale etc.

09.03 2010 – 15.05.2010 **Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și a Corupției.**

Stagiu Practic, departamentul Relații Externe

Traducerea documentelor, organizarea logistică a conferințelor de presă și a trainingurilor pentru angajați

09.05.2008 – 10.07.2010 **S.R.L. "Librigana", Moldova, Chișinău**

Manager Superior.

Gestionarea afacerii, Negocierea cu partenerii comerciali, negocierea termenilor contractuali, Customer acquisition, Organizarea grupurilor de lucru, achiziționarea de materiale și echipamente. Perfectarea documentelor comerciale.

10.09.2006 – 15.09.2007 **Institutul de Economie, Finanțe și Statistică; Chișinău, Moldova**

Asistent, Secția Resurse Umane.
Gestionarea dosarelor de personal, administrarea si actualizarea bazei de date etc.

EDUCAȚIE

31.10.2013 - prezent **Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Moldova**

Studii doctorale

Tema de cercetare : Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice

27.09.2010 – 04.07.2012 **Universitatea "A.I.Cuza", Iași, Romania**

Masterat în Economie și Afaceri Internaționale

Teză: ISD- forță motrice a dezvoltării economice. Studiu de caz: China

Nota:10/10

14.09.2011 – 28.02.2012 **Universitatea din Bologna, Rimini, Italia**

Mobilitate de studii Erasmus: Economia Turismului şi Administrarea Afacerilor.

01.08.2011 – 01.09.2012 **Universita per Stranieri di Siena, Siena, Italia**

Cursuri de Limbă Italiană. Level B2

01.10. 2008 – 01.03.2009 **Academia de Studii Economice a Moldovei, Chișinău, Moldova**

Cursuri specializate de contabilitate

01.09.2006 – 19.07.2010 **Academia de Studii Economice a Moldovei, Chișinău**

Licență : Economie Mondială și Relații Economice Internaționale

Teză: Rolul ISD în respecializarea Republicii Moldova. Nota: 10/10

PUBLICAŢII ŞTIINŢIFICE ŞI METODICO-DIDACTICE

2017

- Ganea V., **Ţîbuleac A.** *Efectele economico-financiare ale abuzului de poziție dominantă asupra entităților economice.* În: Revista ştiinţifică a Universităţii de Stat din Moldova „Studia Universitatis Moldaviae”, nr. 8 (98), Chişinău, 2017, ISSN 2345-1033, categoria B.
- **Ţîbuleac A.** *Determinarea abuzului de poziție dominată și efectele acestuia asupra entităților economice. În: Materialele conferinței* „Fostering international cooperation for strengthening knowledge triangle in Moldova”, ASEM, 23-27 martie, 2017.
- Oglindă L., **Țîbuleac A** *Теоретико-методологические подходы к конкуренции и злоупотреблению доминирующим положением.* În: monografia colectivă „Повышение качества товаров и услуг в условиях глобализации экономики”. Iași: PIM, 2017, p. 232- 263. ISSN 978-606-13-3611-1.
- **Țîbuleac A.,** *Experiența europeană în evaluarea abuzului de poziție dominantă.* În: Materialele conferinței ştiinţifico-practice „Creșterea economică în condițiile globalizării: modele de dezvoltare durabilă”, ediția 12, vol. II, INCE, Chișinău, 2017(12-13 octombrie), p. 142 -147.
- **Țîbuleac A.,** *Abordări teoretice cu referire la efectele abuzului de poziție dominantă asupra concurenței, entităților și consumatorilor.* În: Materialele conferinței ştiinţifice internaționale „Торговля, товароведение и сервис: состояние, проблемы и развития в условиях глобализации экономики”, ASEM, Казанский Кооперативный Институт Российского Университета Кооперации, Kazani - Chișinău 2017 (7 aprilie); p. 126-130.
- Oglindă L., **Țîbuleac A.** *Experiența Republicii Moldova în domeniul evaluării concentrărilor economice și abuzului de poziție dominantă.*

În: Materialele *Conferinţei Ştiinţifice Internaţională „Dezvoltarea socio-economică durabilă a euroregiunilor şi a zonelor transfrontaliere”* Institutul de Cercetări Economice și Sociale Gheorghe Zane, Volum XXX, Iași, 2017, p. 376 – 386.

2016
- **Ţiganu A.,** *Promoting innovation in SME.* În: Научно-производственный журнал «Наука», Kazahstan, 2016, nr 1, p. 375-378, ISSN 1684 -9310.

2015
- **Ţiganu A.,** *Finanțarea prin granturi: modalitate eficientă de promovare a cercetărilor ştiințifice şi integrare a inovaţiilor autohtone în circuitele ştiințifice internaționale.* În: Revista „Studii economice”, nr. 1-2, 2015, ULIM, Categoria C.
- **Ţiganu A.,** *Inovarea în ÎMM-uri și necesitatea promovării unei politici de susținere a acesteia*. În: Materialele conferinţei ştiinţifice internaţionale „ Rolul ştiinţei şi educaţiei în implementarea acordului de asociere la Uniunea Europeană”, 05 februarie 2015, ASEM, Chişinău, pag. 182-189.
- Ganea V., Oglindă L., **Ţiganu A.** *Determination of company financing efficiency based on evaluation indices of innovation performance*. În: Materialele conferinței ştiinţifice internaţionale „International scientific conference Europe 2020. Premises, projects, programs”. 14-15 mai 2015, Bacău, România. pag. 216-224.
- **Ţiganu A.,** *Constringeri financiare ale activitatii de cercetare si dezvoltare in intreprinderi.* În: Materialele Conferinței Științifice Internaționale: “Potentialul de finantare al pieței financiare nebancare și perspectivele dezvoltarii acesteia” ASEM, Chișinău 2015 (27-28 noiembrie).

COMPETENȚE ȘI ABILITĂȚI

Abilități orgnizaționale și manageriale
- Abilităţi excelente de comunicare;
- Spirit de lucru în echipă;
- Responsabilitate, punctualitate;
- Eficienţă, independenţă;
- Flexibilitate și adaptabilitate;
- Abilitatea de a reacţiona rapid la situaţii de stres;
- Organizată, disciplinată, motivată, loială, punctuală şi conştiincioasă;
- Aptitudini IT: Microsoft Office, 1C (contabilitate) etc.

Abilități lingvistice

Bilingv: Română, rusă

Alte limbi: Engleză – advanced (C1), Italiană (C1), Franceză (B1), Germană (A2)