

## Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	17
Εισαγωγή .....	19

### ΜΕΡΟΣ Α

#### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α.1 Βασικές αρχές μικροοικονομικής.....</b>	<b>26</b>
A.1.1 Θεωρία ζήτησης και προσφοράς.....	26
A.1.1.1 Θεωρία ζήτησης.....	26
A.1.1.2 Πλεόνασμα καταναλωτή.....	30
A.1.1.3 Θεωρία προσφοράς και πλεόνασμα παραγωγού.....	30
A.1.1.4 Ισορροπία της αγοράς .....	36
A.1.1.4.1 Ελαστικότητα τιμής ισορροπίας.....	38
A.1.2 Θεωρία παραγωγής.....	38
A.1.2.1 Θεωρία παραγωγής στη βραχυχρόνια περίοδο .....	38
A.1.2.2 Θεωρία παραγωγής στη μακροχρόνια περίοδο .....	42
A.1.2.2.1 Ελαστικότητα υποκατάστασης και αποδόσεις κλίμακας .....	44
A.1.3 Θεωρία κόστους.....	48
A.1.3.1 Συναρτήσεις κόστους .....	49
A.1.3.2 Ανάλυση κόστους στη μακροχρόνια περίοδο .....	50
A.1.3.2.1 Ελαστικότητα συνολικού κόστους ως προς το προϊόν .....	52
A.1.3.3 Ανάλυση κόστους στη βραχυχρόνια περίοδο .....	52
A.1.3.4 Βραχυχρόνιο και μακροχρόνιο μέσο και οριακό κόστος .....	54
A.1.3.5 Κόστος παραγωγής πολλών προϊόντων – Μαθαίνοντας στην πράξη.....	55
A.1.3.6 Ένα αριθμητικό παράδειγμα .....	56
A.1.4 Η υπόθεση της μεγιστοποίησης του κέρδους μιας επιχείρησης .....	57
A.1.4.1 Ο κανόνας της αντίστροφης ελαστικότητας .....	59
A.1.5 Τέλειος ανταγωνισμός .....	60
A.1.5.1 Μεγιστοποίηση κέρδους της ανταγωνιστικής επιχείρησης .....	61
A.1.5.2 Προσδιορισμός της ανταγωνιστικής τιμής στη βραχυχρόνια περίοδο .....	65
A.1.5.3 Ανταγωνιστική ισορροπία στη βραχυχρόνια περίοδο .....	67
A.1.5.4 Προσδιορισμός της ανταγωνιστικής τιμής στη μακροχρόνια περίοδο .....	68
A.1.5.4.1 Ανταγωνιστική ισορροπία και αγοραία καμπύλη προσφοράς στη μακροχρόνια περίοδο.....	68
A.1.5.4.2 Ανταγωνιστική αγορά σταθερού κόστους.....	69
A.1.5.4.3 Ανταγωνιστική αγορά αυξανόμενου κόστους.....	70
A.1.5.4.4 Ανταγωνιστική αγορά μειωμένου κόστους.....	71
A.1.5.4.5 Αριθμητικό παράδειγμα.....	72
A.1.6 Μονοπώλιο .....	74
A.1.6.1 Μεγιστοποίηση κέρδους του μονοπωλητή .....	75
A.1.6.2 Πλεόνασμα μονοπωλητή, καταναλωτών και απώλεια κοινωνικής ευημερίας..	77
A.1.6.3 Ο κανόνας της αντίστροφης ελαστικότητας .....	78
A.1.6.4 Η καμπύλη προσφοράς του μονοπωλητή .....	80

A.1.6.5	Μεγιστοποίηση κέρδους μονοπωλητή με δύο παραγωγικές μονάδες .....	81
A.1.6.6	Φυσικό μονοπώλιο .....	81
A.1.6.7	Μονοπώλιο.....	83
A.1.6.7.1	Μεγιστοποίηση κέρδους του μονοπωλητή .....	84
A.1.6.7.2	Ελαστικότητα προσφοράς εργασίας και κανόνας της αντίστροφης ελαστικότητας ενός μονοπωλητή .....	84
A.1.6.7.3	Απώλειες κοινωνικής ευημερίας μονοπωλίου .....	85
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α.2 Θεωρία βιομηχανικής οργάνωσης και πολιτική ανταγωνισμού συμπράξεων και καταχρηστικών πρακτικών .....</b>		
A.2.1	Ανταγωνισμός ποσοτήτων a la Cournot.....	87
A.2.1.1	Αριθμητικό παράδειγμα με μη συμμετρικές επιχειρήσεις .....	92
A.2.1.2	Αριθμητικό παράδειγμα με συμμετρικές επιχειρήσεις .....	95
A.2.1.3	Μεγιστοποίηση εσόδων.....	96
A.2.1.4	Από κοινού μεγιστοποίηση κερδών του Chamberlin .....	97
A.2.1.5	Το υπόδειγμα Ηγέτη-Ακόλουθου .....	99
A.2.1.6	Συγχωνεύσεις σε Cournot-Nash αγορές.....	100
A.2.2	Διακριτική τιμολόγηση.....	103
A.2.2.1	Καταχρηστική διακριτική τιμολόγηση.....	106
A.2.2.2	Τιμολόγηση κόστους.....	107
A.2.3	Ευστάθεια της συμπαιγνίας σε στατικό περιβάλλον .....	108
A.2.4	Ανταγωνισμός τιμών a la Bertrand – Το παράδοξο του Bertrand .....	112
A.2.4.1	Λύσεις του παράδοξου του Bertrand.....	114
A.2.4.2	Το υπόδειγμα της ηγεσίας τιμής.....	115
A.2.4.2.1	Αριθμητικό παράδειγμα του υποδείγματος της ηγεσίας τιμής .....	116
A.2.5	Διαφοροποίηση προϊόντος .....	117
A.2.5.1	Κατηγορίες διαφοροποίησης προϊόντων .....	118
A.2.5.2	Ολιγοπώλιο με διαφοροποιημένα προϊόντα.....	119
A.2.5.2.1	Ανταγωνισμός a la Bertrand με συμμετρικές επιχειρήσεις.....	119
A.2.5.2.2	Ανταγωνισμός a la Cournot με συμμετρικές επιχειρήσεις.....	120
A.2.5.2.3	Συμπαιγνιακή συμπεριφορά .....	121
A.2.5.3	Μονοπωλιακός ανταγωνισμός .....	122
A.2.5.3.1	Μονοπωλιακός ανταγωνισμός και κοινωνική ευημερία .....	124
A.2.5.4	Το υπόδειγμα της τεθλασμένης καμπύλης ζήτησης.....	125
A.2.5.5	Χωροταξικά υποδείγματα – Το υπόδειγμα του Hotelling.....	127
A.2.5.5.1	Αριθμητικό παράδειγμα.....	129
A.2.6	Διεκδικούμενες αγορές .....	130
A.2.6.1	Αριθμητικό παράδειγμα.....	131
A.2.7	Κάθετες σχέσεις και περιορισμοί.....	132
A.2.7.1	Κάθετοι περιορισμοί .....	135
A.2.8	Δύναμη και συγκέντρωση αγοράς.....	141
A.2.8.1	Δείκτες συγκέντρωσης .....	142
A.2.8.2	Τεχνολογία, μέγεθος και συγκέντρωση αγοράς .....	145
A.2.9	Η έννοια της ελαστικότητας .....	147
A.2.9.1	Ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή του προϊόντος.....	147
A.2.9.1.1	Ελαστικότητα ζήτησης και γραμμική καμπύλη ζήτησης .....	148
A.2.9.1.2	Ελαστικότητα ζήτησης και καμπύλη ζήτησης σταθερής ελαστικότητας .....	150

A.2.9.1.3 Ελαστικότητα ζήτησης και συνάρτηση χρησιμότητας Cobb-Douglas	150
A.2.9.2 Ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή και συνολική δαπάνη .....	150
A.2.9.3 Σταυροειδής ελαστικότητα ζήτησης.....	151
A.2.9.4 Εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης.....	153
A.2.9.5 Ελαστικότητα προσφοράς ως προς την τιμή.....	154
A.2.10 Διαφημιστική δαπάνη και δομή αγοράς.....	154
A.2.10.1 Επιλογή διαφήμισης και μεγιστοποίηση κέρδους.....	156
A.2.10.2 Σχέση διαφήμισης και βαθμού συγκέντρωσης .....	158
A.2.10.3 Η διαφήμιση ως εμπόδιο εισόδου .....	159
A.2.11 Τεχνολογική μεταβολή και E&A.....	159
A.2.11.1 Δομή της αγοράς και τεχνολογική μεταβολή .....	161
A.2.12 Πολιτική ανταγωνισμού καταχρηστικών πρακτικών υπό το πρίσμα των άρθρων 102	
της ΣΛΕΕ και 2 του νόμου υπ' αριθμ. 3959/2011 .....	167
A.2.12.1 Γεωγραφικά και νομικά εμπόδια εισόδου.....	170
A.2.12.2 Επιχειρήσεις με πλεονέκτημα κόστους .....	172
A.2.12.3 Στρατηγική συμπεριφορά επιχειρήσεων και εμπόδια εισόδου .....	172
A.2.12.3.1 Στατικό υπόδειγμα οριακής τιμολόγησης .....	172
A.2.12.3.2 Δυναμικά υποδείγματα οριακής τιμολόγησης ελλιπούς πληροφό-	
ρησης.....	174
A.2.12.3.3 Αποτροπή εισόδου και αξιόπιστη απειλή .....	177
A.2.12.4 Ληστρική τιμολόγηση .....	179
A.2.12.4.1 Τρόποι αξιολόγησης της ληστρικής τιμολόγησης.....	182
A.2.12.4.2 Σταυροειδείς επιδοτήσεις.....	184
A.2.12.5 Αύξηση αγοραστικής πίστης στην επωνυμία του προϊόντος.....	184
A.2.12.6 Αποκλειστική αγορά .....	185
A.2.12.7 Εκπτώσεις υπό προϋποθέσεις .....	186
A.2.12.7.1 Τρόπος αξιολόγησης επαυξητικών και αναδρομικών εκπτώσεων	188
A.2.12.7.2 Εκπτωτική πολιτική και αποτελεσματικότητες .....	190
A.2.12.8 Δέσμευση και δεσμοποίηση προϊόντων .....	191
A.2.12.8.1 Οικονομική θεωρία της δέσμευσης και δεσμοποίησης προϊό-	
ντων.....	192
A.2.12.8.2 Δίκαιο ανταγωνισμού της δέσμευσης και δεσμοποίησης προϊό-	
ντων σε ενωσιακό επίπεδο και στις ΗΠΑ .....	194
A.2.12.9 Άρνηση προμήθειας και συμπίεση του περιθωρίου κέρδους.....	197
A.2.12.10 Αποκλειστική συνεργασία .....	201
A.2.12.10.1 Αντιανταγωνιστικά και ανταγωνιστικά αποτελέσματα της απο-	
κλειστικής συνεργασίας .....	202
A.2.12.10.2 Παράγοντες καταχρηστικής αποκλειστικής συνεργασίας .....	202
A.2.12.11 Η οικονομική προσέγγιση της εφαρμογής του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ .....	203
A.2.13 Πολιτική Ανταγωνισμού και συμπαιγνία υπό το πρίσμα των άρθρων 101 της ΣΛΕΕ	
και 1 του νόμου υπ' αριθμ. 3959/2011.....	205
A.2.13.1 Τα οικονομικά της συμπαιγνίας σε δυναμικό περιβάλλον. Συμπαιγνία όταν η	
στρατηγική μεταβλητή είναι η τιμή.....	205
A.2.13.2 Συμπαιγνία όταν η στρατηγική μεταβλητή δεν είναι η τιμή.....	213
A.2.13.3 Η συμπαιγνία στο δίκαιο του ανταγωνισμού .....	214
A.2.13.3.1 Η επιχείρηση που διευκολύνει τη σύμπραξη (Cartel Facilitator)..	218

A.2.13.3.2	Πρακτικές που δεν εμπίπτουν στα άρθρα 101 της ΣΛΕΕ και 1 του νόμου 3959/2011 .....	219
A.2.13.3.3	Παράλληλη συμπεριφορά.....	221
A.2.13.3.4	Το πρόγραμμα επιείκειας ως εργαλείο καταπολέμησης περιορισμών του ανταγωνισμού .....	223
A.2.13.3.5	Κάθετες συμφωνίες υπό το πρίσμα του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ.....	224
A.2.13.3.5.1	Απαλλαγή ορισμένων κάθετων συμφωνιών από το άρθρο 101(1) της ΣΛΕΕ .....	225
A.2.13.3.5.2	Περιορισμοί ιδιαίτερης σοβαρότητας του Κανονισμού 330/2010 (Hardcore Restrictions).....	227
A.2.13.3.5.3	Προσδιορισμός σχετικών αγορών για τον υπολογισμό του ανώτατου μεριδίου αγοράς της απαλλαγής του άρθρου 2(1) του Κανονισμού 330/2010.....	229
A.2.13.3.5.4	Βασικότεροι κάθετοι περιορισμοί.....	230
A.2.13.3.5.5	Πλεονεκτήματα κάθετων περιορισμών .....	235
A.2.13.4	Επηρεασμός του διακοινοτικού εμπορίου βάσει των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ .....	235
A.2.13.4.1	Κανόνας de minimis.....	236
A.2.13.4.2	Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ .....	237
A.2.13.5	Πρόστιμα και ποινικές κυρώσεις για παραβάσεις των άρθρων 1 και 2 του νόμου υπ' αριθμ. 3959/2011 και 101 και 102 της ΣΛΕΕ.....	238
A.2.13.5.1	Πρόστιμα.....	238
A.2.13.5.1.1	Ερευνητικές εξουσίες της Επιτροπής Ανταγωνισμού και επιβολή κυρώσεων .....	241
A.2.13.5.2	Ποινικές κυρώσεις .....	242
A.2.13.5.3	Η αρχή ne bis in idem.....	243
A.2.13.6	Σωρευτική εφαρμογή των άρθρων 101 και 102 της ΣΛΕΕ και 1 και 2 του νόμου υπ' αριθμ. 3959/2011 .....	245
A.2.14	Οικονομική δύναμη επιχειρήσεων και αποτελεσματικότητες .....	245
A.2.14.1	Το υπόδειγμα Δομή-Συμπεριφορά-Αποδοτικότητα (Structure-Conduct-Performance Paradigm).....	245
A.2.14.2	Το υπόδειγμα του Williamson (1968) .....	251
A.2.14.3	Άλλες μεθοδολογικές προσεγγίσεις .....	259
A.2.15	Νέα εμπειρική βιομηχανική οργάνωση .....	259
A.2.15.1	Θεωρητικό υπόβαθρο της παραμέτρου συμπαιγνίας.....	261
A.2.15.2	Εμπειρική εκτίμηση της παραμέτρου Conjectural Variation .....	263
A.2.15.3	Το εμπειρικό υπόδειγμα των Genesove & Mullin (1998).....	264
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α.3</b>	<b>Εισαγωγή στη θεωρία παιγνίων.....</b>	<b>269</b>
A.3.1	Στατικά παίγνια ταυτόχρονων κινήσεων κοινής γνώσης .....	269
A.3.1.1	Ισορροπία κατά Nash και αυστηρά κυρίαρχες και κυριαρχούμενες στρατηγικές ..	269
A.3.1.2	Παίγνια χωρίς ισορροπία κατά Nash.....	273
A.3.1.3	Παίγνια με πολλές ισορροπίες κατά Nash .....	274
A.3.1.4	Αμιγής και μεικτή στρατηγική .....	274
A.3.1.5	Εφαρμογές παιγνίων .....	278
A.3.1.5.1	Το δίλημμα των κρατουμένων .....	278

A.3.1.5.1.1 Δίλημμα των κρατουμένων και αποτροπή εισόδου ...	278
A.3.1.5.1.2 Δίλημμα των κρατουμένων και ευστάθεια συμπαίγνια- ακής συμπεριφοράς .....	279
A.3.2 Δυναμικά παίγνια .....	281
A.3.2.1 Παίγνια διαδοχικών κινήσεων υπό πλήρη και τέλεια ή μη τέλεια πληροφόρηση..	281
A.3.2.1.1 Τέλεια ισορροπία κατά Nash ανά υποπαίγνιο .....	283
A.3.2.1.2 Από την κανονική μορφή στην εκτεταμένη μορφή του παιγνίου....	284
A.3.2.2 Επαναλαμβανόμενα παίγνια δύο περιόδων υπό πλήρη πληροφόρηση.....	285
A.3.2.3 Απείρως επαναλαμβανόμενα παίγνια.....	287
A.3.3 Μπεϋζιανά παίγνια .....	289
A.3.3.1 Στατικά παίγνια κοινής γνώσης με ασύμμετρη πληροφόρηση .....	289
A.3.3.1.1 Μπεϋζιανή ισορροπία κατά Nash ανταγωνισμού a la Cournot με μη συμμετρικές επιχειρήσεις.....	290
A.3.3.2 Δυναμικά παίγνια κοινής γνώσης με ασύμμετρη πληροφόρηση .....	291

## ΜΕΡΟΣ Β

### ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β.1 Κίνητρα συγκεντρώσεων.....</b>	<b>296</b>
B.1.1 Το κίνητρο για άμεση μεγέθυνση της επιχείρησης ( <i>Growth Motive</i> ).....	296
B.1.2 Το κίνητρο για αύξηση μονοπωλιακής δύναμης μέσω της οριζόντιας ενοποίησης ( <i>Horizontal Integration Motive</i> ).....	296
B.1.3 Το κίνητρο για αύξηση της αποτελεσματικότητας μέσω εκμετάλλευσης συνεργειών ( <i>Synergy Motive</i> ).....	297
B.1.4 Το κίνητρο της κάθετης ενοποίησης ( <i>Vertical Integration Motive</i> ).....	299
B.1.5 Το κίνητρο της επέκτασης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ( <i>Diversification Motive</i> )	299
B.1.6 Υπόθεση Hubris.....	300
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β.2 Ολιγοπωλιακή θεωρία και κερδοφορία συγκεντρώσεων με ομοιογενή     προϊόντα .....</b>	<b>303</b>
B.2.1 Ανταγωνισμός a la Cournot.....	303
B.2.1.1 Τα υποδείγματα των Salant et al. (1983), Perry & Porter (1985), Pesendorfer (2003) και Feo (2008) .....	303
B.2.1.1.1 Το υπόδειγμα των Salant et al. (1983) – The 80 Percent Rule .....	305
B.2.1.1.2 Το υπόδειγμα των Perry & Porter (1985) – The Role of Fixed Capital in the Short-Run .....	307
B.2.1.1.3 Τα υποδείγματα των Pesendorfer (2003) και Feo (2008) – Profitable Mergers with or without Synergies .....	310
B.2.1.2 Τα υποδείγματα των Farrell & Shapiro (1990), Levin (1990), Cheung (1992) και Faulí-Oller (1997) .....	311
B.2.1.2.1 Το υπόδειγμα των Farrell & Shapiro (1990) – Profitable & Social Welfare Mergers.....	311
B.2.1.2.2 Το υπόδειγμα του Levin (1990) – The 50 Percent Rule .....	313
B.2.1.2.2.1 Το υπόδειγμα του Levin (1990) – Αριθμητικό παρά- δειγμα .....	313
B.2.1.2.3 Τα υποδείγματα των Cheung (1992) και Faulí-Oller (1997) – The Role of Demand Function and the Percent Rule.....	316
B.2.1.3 Το υπόδειγμα των Amir et al. (2009) – Bayesian Cournot Games.....	317

B.2.2 Δυναμικά υποδείγματα.....	318
B.2.2.1 Ανταγωνισμός Ηγέτη-Ακόλουθου – Τα υποδείγματα των Huck et al. (2001), Escriva-Villar & Faulí-Oller (2008) και Brito (2011).....	318
B.2.2.2 Το υπόδειγμα των Nilssen & Sorgard (1998) – Preemptive Mergers .....	324
B.2.2.2.1 Το υπόδειγμα των Fudenberg & Tirole (1984) – The Choice of Strategies .....	328
B.2.2.3 Το υπόδειγμα των Maestre & Lopez-Cunat (2001) – Cournot Games with Delegation .....	330
B.2.2.4 Το υπόδειγμα των Kamien & Zang (1990) και Davidson & Mukherjee (2007). .....	334
B.2.2.4.1 Kamien & Zang (1990) – Endogenous Mergers & Subgame Perfect Cournot-Nash Equilibrium.....	334
B.2.2.4.1.1 Kamien & Zang (1990) – Αριθμητικό παράδειγμα .....	337
B.2.2.4.2 Davidson & Mukherjee (2007) – Profitable Mergers with Zero Sunk Cost & Social Welfare Mergers with Free Entry Equilibrium .....	339
B.2.2.5 Το υπόδειγμα του Possajennikov (2001) – Selected Mergers with Different Costs & Bargaining – Nash Equilibrium .....	339
B.2.2.6 Τα υποδείγματα των Saloner (1987) και Hvild & Prendergast (1993) .....	341
B.2.2.6.1 Το υπόδειγμα του Saloner (1987) – Perfect Subgame Bayesian Nash Equilibrium .....	341
B.2.2.6.2 Το υπόδειγμα των Hvild & Prendergast (1993) – Merger Proposals and Profitable Acquired Firms.....	344
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β.3 Ολιγοπωλιακή θεωρία και κερδοφορία συγκεντρώσεων με διαφοροποιη- μένα προϊόντα .....</b>	<b>347</b>
B.3.1 Υποδείγματα με συμμετρικές προτιμήσεις.....	347
B.3.1.1 Το υπόδειγμα των Deneckere & Davidson (1985) – Profitable Mergers .....	347
B.3.1.2 Τα υποδείγματα των Reisinger & Csorba (2007) και Qiu & Zhou (2006) .....	351
B.3.1.2.1 Το υπόδειγμα των Reisinger & Csorba (2007) – The 50 Percent Rule.....	351
B.3.1.2.2 Το υπόδειγμα των Qiu & Zhou (2006) – Dynamics and Asymmetric Information between Local and Foreign Firms.....	352
B.3.2 Υποδείγματα με μη συμμετρικές προτιμήσεις.....	354
B.3.2.1 Τα υποδείγματα των Braid (1986, 1999, 2001) και Beggs (1994) .....	354
B.3.2.1.1 Τα υποδείγματα του Braid (1986, 1999, 2001) – Profitable Mergers with or without Cost Efficiencies.....	354
B.3.2.1.2 Το υπόδειγμα του Beggs (1994) – Preemptive Mergers and the Malls .....	358
B.3.2.2 Τα υποδείγματα των Norman & Pepall (2000) και Brito (2003).....	362
B.3.2.2.1 Το υπόδειγμα των Norman & Pepall (2000) – Profitable Mergers with Stackelberg Behavior .....	362
B.3.2.2.2 Το υπόδειγμα του Brito (2003) – Profitable Mergers with Near and Distant Outsiders.....	364
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β.4 Ολιγοπωλιακή θεωρία και κερδοφορία κάθετων συγκεντρώσεων.....</b>	<b>367</b>
B.4.1 Τα υποδείγματα του Salinger (1988, 1989, 1991) – Profitability, Number of Vertically Integrated Firms & Input Prices in Cournot Markets .....	367
B.4.2 Το υπόδειγμα του Colangelo (1995) – Vertical & Horizontal Mergers in Bertrand Markets – Preemptive Mergers.....	375

B.4.3 Τα υποδείγματα των Lommerud et al. (2005), Borla (2004), Faulí-Oller et al. (2007), Faulí-Oller & Bru (2008) και Milliou & Pavlou (2011).....	379
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β.5 Ολιγοπωλιακή θεωρία και πολιτική ανταγωνισμού συγκεντρώσεων.....</b>	<b>385</b>
B.5.1 Επίδραση των συγκεντρώσεων στη συνολική κοινωνική ευημερία: Ομοιογενή προϊόντα	385
B.5.1.1 Το υπόδειγμα των McAfee & Williams (1992) – The Role of Competitors’ Herfindahl-Hirschman Index.....	385
B.5.1.2 Το υπόδειγμα των Baros & Cabral (1994) – The Farrell & Shapiro Condition in Open Economies .....	388
B.5.1.3 Το υπόδειγμα του Feo (2008) – The Farrell & Shapiro Condition Re-examined.....	393
B.5.1.4 Το υπόδειγμα του Faulí-Oller (1996) – The Role of Demand Characteristics in Social Welfare.....	393
B.5.1.5 Το υπόδειγμα των Compte et al. (2002) – Capacities instead of Market Shares & Dynamics.....	394
B.5.1.6 Το υπόδειγμα των Neven & Roller (2005) – Type I & Type II Errors of Competition Policy .....	396
B.5.1.7 Το υπόδειγμα των Banal-Estañol et al. (2008) – Type I & Type II Errors of Competition Policy .....	401
B.5.2 Επίδραση της συγκέντρωσης στο πλεόνασμα του καταναλωτή: Ομοιογενή προϊόντα .	402
B.5.2.1 Το υπόδειγμα των Froeb & Werden (1998) – Marginal Cost Reduction for Pro-Competitive Mergers.....	402
B.5.2.2 Το υπόδειγμα των Werden & Froeb (1998) – Pro-Competitive Mergers and Free Entry Equilibrium .....	403
B.5.2.3 Το υπόδειγμα του Spector (2003) – Pro-Competitive Mergers without Specific Cost Assumptions.....	405
B.5.2.4 Το υπόδειγμα του Feo (2008) – The Role of Mark – Up & Cost Efficiencies for Pro-Competitive Mergers.....	406
B.5.2.5 Το υπόδειγμα των Motta & Vasconcelos (2005) – Sequential Merger Game and Pro-Competitive Monopoly .....	406
B.5.2.6 Το υπόδειγμα του Vasconcelos (2010) – The Role of Remedies.....	409
B.5.2.7 Το υπόδειγμα των Jovanovic & Wey (2012) – Catch-Up & Dominant Mergers .....	410
B.5.3 Επίδραση των συγκεντρώσεων στο πλεόνασμα του καταναλωτή: Διαφοροποιημένα προϊόντα.....	412
B.5.3.1 Το υπόδειγμα του Werden (1996) – The Role of Lerner Index & Diversion Ratio for Pro-Competitive Mergers.....	412
B.5.3.2 Το υπόδειγμα του Braid (2001) – Demand Elasticity and Pro-Competitive Mergers.....	414
B.5.3.3 Το υπόδειγμα του Cabral (2003) – Free Entry Equilibrium and Pro-Competitive Mergers .....	415
B.5.3.4 Το υπόδειγμα των Erkal & Piccinin (2006) – Demand Functions and Consumer Enhancing Mergers .....	417
B.5.3.5 Το υπόδειγμα των Dargaud & Reggiani (2012) – Merger with Multi-Product Firms.....	419
B.5.3.6 Το υπόδειγμα των Milliou & Petrakis (2007) – The Role of Vertical Contracts..	420



B.5.4 Επίδραση των συγκεντρώσεων στη συνολική κοινωνική ευημερία: Διαφοροποιημένα προϊόντα.....	422
B.5.4.1 Το υπόδειγμα των Choné & Linnemer (2008) – TYPE I & TYPE II Errors for Competition Policy .....	422
B.5.4.2 Το υπόδειγμα των Escriva-Villar & Faulí-Oller (2011) – Degree of Product Differentiation and Social Welfare Enhancing Mergers .....	423

## ΜΕΡΟΣ Γ

### ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ.1 Δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις.....</b>	<b>426</b>
Γ.1.1 Δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις στην Ελλάδα .....	426
Γ.1.1.1 Δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις στην Ελλάδα πριν από τον νόμο 3959/2011 .....	426
Γ.1.1.2 Ισχύον δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις στην Ελλάδα .....	430
Γ.1.1.2.1 Νόμος υπ' αριθμ. 3959/2011.....	430
Γ.1.1.2.1.1 Έννοια της συγκέντρωσης, αντικείμενο και δικαιώματα αποκλειστικού και κοινού ελέγχου, προσήκουσα και εμπρόθεσμη γνωστοποίηση συγκέντρωσης...	430
Γ.1.1.2.1.2 Έλεγχος συγκεντρώσεων.....	435
Γ.1.1.2.1.3 Διαδικασία προληπτικού ελέγχου συγκεντρώσεων ..	435
Γ.1.1.2.1.4 Απαγόρευση μιας συγκέντρωσης, εξαιρέσεις και άδεια αίτησης παρέκκλισης.....	439
Γ.1.1.2.1.5 Τρόπος υπολογισμού του κύκλου εργασιών στις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις .....	439
Γ.1.1.2.1.6 Επιβολή προστίμων βάσει του νόμου υπ' αριθμ. 3959/2011 .....	441
Γ.1.1.2.2 Νόμος υπ' αριθμ. 3592/2007 .....	443
Γ.1.1.2.2.1 Κριτήρια γνωστοποίησης βάσει του νόμου υπ' αριθμ. 3592/2007 .....	443
Γ.1.1.2.2.2 Έννοια της δεσπόζουσας θέσης στο πλαίσιο του νόμου υπ' αριθμ. 3592/2007 .....	443
Γ.1.1.2.2.3 Έννοια της απαγόρευσης μιας συγκέντρωσης .....	444
Γ.1.2 Δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση .....	444
Γ.1.2.1 Συγκεντρώσεις κοινοτικής διάστασης .....	445
Γ.1.2.2 Μόνιμη μεταβολή ελέγχου και διαδοχικές πράξεις.....	446
Γ.1.2.3 Συμμετέχουσες επιχειρήσεις συγκεντρώσεων κοινοτικής διάστασης.....	448
Γ.1.2.4 Έλεγχος συγκεντρώσεων κοινοτικής διάστασης.....	451
Γ.1.2.5 Προληπτική διαδικασία αξιολόγησης συγκεντρώσεων κοινοτικής διάστασης ..	452
Γ.1.2.5.1 Απλοποιημένη διαδικασία ελέγχου συγκεντρώσεων και εκκίνηση πλήρους διερεύνησης μιας συγκέντρωσης .....	452
Γ.1.2.5.2 Πλήρης διερεύνηση ελέγχου συγκεντρώσεων κοινοτικής διάστασης.....	454
Γ.1.2.5.3 Προθεσμίες πλήρους διερεύνησης συγκεντρώσεων κοινοτικής διάστασης .....	455
Γ.1.2.6 Επιβολή προστίμων βάσει του Κανονισμού 139/2004 .....	456
Γ.1.2.7 Περιορισμοί που συνδέονται άμεσα με τη συγκέντρωση κοινοτικής διάστασης ..	457
Γ.1.2.7.1 Ρήτρες μη άσκησης ανταγωνισμού .....	458
Γ.1.3 Δίκαιο ανταγωνισμού για συγκεντρώσεις στις ΗΠΑ.....	460



Γ.1.3.1 Διαδικασία γνωστοποίησης και αξιολόγησης συγκεντρώσεων στις ΗΠΑ .....	460
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ.2 Οικονομική προσέγγιση ελέγχου συγκεντρώσεων .....</b>	<b>463</b>
Γ.2.1 Έλεγχος οριζόντιων συγκεντρώσεων σε ενωσιακό επίπεδο και στην Ελλάδα .....	464
Γ.2.2 Έλεγχος οριζόντιων συγκεντρώσεων στις ΗΠΑ .....	469
Γ.2.3 Οριζόντιες συγκεντρώσεις και κοινωνική ευημερία στο δίκαιο του ανταγωνισμού.....	471
Γ.2.3.1 Μονομερείς επιδράσεις μιας οριζόντιας συγκέντρωσης στην τιμή ομοιογενούς προϊόντος .....	471
Γ.2.3.2 Μονομερείς επιδράσεις μιας οριζόντιας συγκέντρωσης στην τιμή διαφοροποιημένου προϊόντος .....	473
Γ.2.3.2.1 Ο λόγος εκτροπής πωλήσεων ( <i>Diversio Ratio</i> ) .....	474
Γ.2.3.2.2 Η μεθοδολογία αυξητικής πίεσης των τιμών ( <i>Upward Pricing Pressure – UPP</i> ) .....	478
Γ.2.3.2.3 Ο δείκτης της ακαθάριστης αυξητικής πίεσης των τιμών ( <i>Gross Upward Pricing Pressure Index – GUPPI</i> ) .....	480
Γ.2.3.2.3.1 Ο δείκτης της ακαθάριστης αυξητικής δύναμης της επιχείρησης στην αγορά ( <i>Gross Upward Market Power Pressure Index – GUMPPPI</i> ) .....	482
Γ.2.3.2.4 Μονομερείς επιδράσεις και μειοψηφική συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο ανταγωνιστών .....	483
Γ.2.3.2.5 Μονομερείς επιδράσεις και παρουσία διευθυντικών στελεχών επιχειρήσεων στο ΔΣ ανταγωνιστών .....	487
Γ.2.3.3 Επιδράσεις μιας οριζόντιας συγκέντρωσης στον συντονισμό των ενεργειών των επιχειρήσεων .....	487
Γ.2.3.3.1 Συντονισμός των ενεργειών των επιχειρήσεων και μειοψηφική συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο των ανταγωνιστών .....	491
Γ.2.3.3.2 Συντονισμός των ενεργειών των επιχειρήσεων και παρουσία διευθυντικών στελεχών επιχειρήσεων στο ΔΣ ανταγωνιστών .....	492
Γ.2.3.3.2.1 Αποτελεσματικότητες που απορρέουν από την παρουσία διευθυντικών στελεχών επιχειρήσεων στο ΔΣ ανταγωνιστών .....	493
Γ.2.4 Μη οριζόντιες συγκεντρώσεις και δίκαιο ανταγωνισμού .....	494
Γ.2.4.1 Συνέπειες των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων στον ανταγωνισμό .....	495
Γ.2.4.2 Μη οριζόντιες συγκεντρώσεις με οικονομική ισχύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων .....	496
Γ.2.4.3 Συγκεντρώσεις επιχειρήσεων ετερογενών δραστηριοτήτων (Διαγώνιες συγκεντρώσεις) .....	497
Γ.2.4.4 Κάθετες συγκεντρώσεις και μη συντονισμένα αποτελέσματα .....	499
Γ.2.4.4.1 Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πρόσβαση στις εισροές ( <i>Input Foreclosure</i> ) .....	500
Γ.2.4.4.2 Αποκλεισμός ανταγωνιστών από την πελατειακή βάση ( <i>Customer Foreclosure</i> ) .....	501
Γ.2.4.5 Κάθετες συγκεντρώσεις και συντονισμένα αποτελέσματα .....	502
<b>ΜΕΡΟΣ Δ</b>	
<b>ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ</b>	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ.1 Έννοιες και ορισμοί .....</b>	<b>507</b>

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ.2 Περιορισμοί του ανταγωνισμού κατά την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς προϊόντος</b> .....	511
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ.3 Οριοθέτηση σχετικής αγοράς προϊόντος</b> .....	513
Δ.3.1 Ανάλυση ποιοτικών στοιχείων .....	513
Δ.3.2 Ανάλυση ποσοτικών στοιχείων .....	514
Δ.3.2.1 Το <i>SSNIP</i> τεστ στις ΗΠΑ (The «Would Approach») .....	515
Δ.3.2.1.1 1984 U.S. Merger test.....	516
Δ.3.2.2 Η ανάλυση Critical Loss (The «Could Approach ή EU Approach») .....	517
Δ.3.2.2.1 Harris & Simons (1989).....	517
Δ.3.2.2.2 Katz & Shapiro (2003).....	518
Δ.3.2.2.3 Ο' Brien & Wickelgren (2003).....	519
Δ.3.2.2.4 Daljort et al. (2008) .....	520
Δ.3.2.2.5 Daljort & Sorgard (2011) .....	521
Δ.3.2.3 Άλλοι τρόποι οριοθέτησης μιας σχετικής αγοράς προϊόντος .....	523
Δ.3.2.3.1 Βαθμός συσχέτισης των τιμών των προϊόντων .....	523
Δ.3.2.3.1.1 Μειονεκτήματα του βαθμού συσχέτισης των τιμών των προϊόντων.....	525
Δ.3.2.3.2 Έλεγχος συνολοκλήρωσης .....	529
Δ.3.2.3.3 Φυσικά πειράματα .....	530
Δ.3.2.3.4 Οικονομικές εκτιμήσεις.....	531
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ.4 Οριοθέτηση γεωγραφικής αγοράς προϊόντος</b> .....	535
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. Δίκαιο συμπράξεων και καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης</b> .....	541
Π.1.1 Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς.....	541
Π.1.2 Ανακοίνωση της Επιτροπής – Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 (νυν άρθρο 102 της ΣΛΕΕ) της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις .....	629
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. Δίκαιο ανταγωνισμού συγκεντρώσεων</b> .....	657
Π.2.1 Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων.....	657
Π.2.2 Κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση των μη οριζόντιων συγκεντρώσεων σύμφωνα με τον κανονισμό του Συμβουλίου για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων.....	685
Κατάλογος πινάκων .....	717
Κατάλογος σχημάτων.....	719
Βιβλιογραφία.....	721
Κυριότερες συντομογραφίες.....	743
Ευρετήριο όρων και εννοιών.....	747
Ευρετήριο ονομάτων .....	753