

# Η νέα πρόκληση για το Δίκαιο του Ανταγωνισμού



Της Αθηνάς Πατίρα\*

**Η** δημιουργία και χρήση μεγάλων δεδομένων από τις επιχειρήσεις, ως απόρροια της συνεχούς ανάπτυξης της ψηφιακής αγοράς, έχει δημιουργήσει νέες προκλήσεις για το Δίκαιο του Ανταγωνισμού. Αυτό οφείλεται αφενός στην αξιοποίηση των μεγάλων δεδομένων από επιχειρήσεις με δύναμη στην αγορά για να αποκλείσουν τον ανταγωνισμό, και αφετέρου στην ανάπτυξη νέων εργαλείων που βασίζονται στα δεδομένα αυτά προκειμένου να διευκολυνθεί ή και να ενισχυθεί η σταθερότητα αντιανταγωνιστικών συμπεριφορών.

Τα μεγάλα δεδομένα χαρακτηρίζονται από τα ακόλουθα τέσσερα στοιχεία που είναι γνωστά στη βιβλιογραφία και ως τα 4 Vs: όγκος (Volume), ταχύτητα (Velocity), ποικιλία (Variety) και ημερομηνία αξίας (Value of date). Ο όρος «volume» αναφέρεται στον όγκο των μεγάλων δεδομένων, ο οποίος αυξάνεται συνεχώς λόγω της επιταχυνόμενης μεγέθυνσης της ψηφιακής αγοράς και του ηλεκτρονικού εμπορίου, της χρήσης των έξυπνων τηλεφώνων και των ελεγχόμενων κοινωνικών δικτύων (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn). Ο όρος «velocity» παραπέ-

μπει στην ταχύτητα παραγωγής των δεδομένων, τα οποία μέσω επεξεργασίας και σύνθεσης διευρύνουν τον όγκο τους. Ο όρος «variety» αναφέρεται στην ποικιλία του περιεχομένου των δεδομένων από την οποία μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα σε σχέση με τη συμπεριφορά των καταναλωτών, επιτρέποντας την πιο στοχευμένη διαφήμιση π.χ. δημογραφικά στοιχεία, ιστορικό αγορών. Τέλος, ο όρος «value» αναφέρεται στην αξία των μεγάλων δεδομένων σήμερα, η οποία αυξάνεται λόγω της σύμπτυξης του όγκου, της ταχύτητας επεξεργασίας και της ποικιλίας των δεδομένων.

Τα μεγάλα δεδομένα δύνανται να προκαλέσουν διάφορα ζητήματα σε σχέση με τη λειτουργία του ανταγωνισμού. Αρχικά, η συλλογή μεγάλων δεδομένων από επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν μεγάλο αριθμό χρηστών, δύνανται να οδηγήσει στη δημιουργία εμποδίων εισόδου στην αγορά. Ειδικότερα, οι μεγάλες επιχειρήσεις ελκύοντας όλο και



περισσότερους πελάτες, μπορούν να αναπτύξουν θέση υπεροχής έναντι των μικρών και νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων, μη επιτρέποντάς τους να αποκτήσουν μία κρίσιμη μάζα πελατείας ώστε να καταστούν βιώσιμες.

Περαιτέρω, η συλλογή και χρήση των μεγάλων δεδομένων μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία δεσποζουσας θέσης στην αγορά. Αν και η κατοχή δεσποζουσας θέσης δεν απαγορεύεται, μία επιχείρηση που κατέχει τέτοια θέση δε μπορεί να την καταχράται με τρόπο που να παρακωλύει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό προς ζημία των καταναλωτών. Στην περίπτωση των μεγάλων δεδομένων το υψηλό κόστος ανάλυσης και χρήσης τους μπορεί να οδηγήσει στη συγκέντρωσή τους στα χέρια των μεγάλων επιχειρήσεων. Έχοντας λοιπόν εύκολη πρόσβαση σε δεδομένα αξίας, οι μεγάλες επιχειρήσεις δύνανται να εκμεταλλευτούν τη θέση υπεροχής έναντι των μικρότερων επιχειρήσεων και να βλάψουν τον ανταγωνισμό. Αυτό μπορεί να συμβεί για παράδειγμα όταν η χρήση των δεδομένων οδηγεί σε στρέβλωση των κινήτρων για είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά.

Επιπλέον, η χρήση των μεγάλων δεδομένων μπορεί να οδηγήσει σε πρακτικές διακριτικές μεταχειρίσεις των καταναλωτών, κυρίως όσον αφορά την τιμή και την ποιότητα. Για παράδειγμα, οι μεγάλες επιχειρήσεις εκμεταλλευόμενες τη δεσποζούσα θέση τους μπορεί να παραβιάσουν

την αρχή της ίσης μεταχείρισης των καταναλωτών, εφαρμόζοντας διακριτική τιμολόγηση σε ισοδύναμες συναλλαγές.

Παράλληλα, οι όροι χρήσης των δεδομένων παρουσιάζονται πολλές φορές ασαφείς και/ή αδιαφανείς, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να μη γνωρίζουν επακριβώς πως πρόκειται να χρησιμοποιηθούν τα δεδομένα που αποδέχονται να παράσχουν. Επίσης, το γεγονός πως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο παρουσιάζουν τις υπηρεσίες τους ως δωρεάν ενώ στην πραγματικότητα οι χρήστες καταβάλλουν αντάλλαγμα μέσω της παροχής των δεδομένων τους, μπορεί εξίσου να οδηγήσει σε ζητήματα προστασίας των καταναλωτών.

Από την άλλη, η χρήση των μεγάλων δεδομένων μπορεί να ενισχύσει τη διατηρησιμότητα των καρτέλ, καθώς οι εξειδικευμένες μέθοδοι ανάλυσης και τα εργαλεία προγραμματισμού, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα σύγκρισης των τιμών σε απευθείας σύνδεση (online), μπορούν να διευκολύνουν τον συντονισμό της συμπεριφοράς των επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, μέσω της ανάλυσης δεδομένων οι επιχειρήσεις μπορούν να ελέγξουν τη συμμόρφωση με τους επιμέρους όρους των συμπαιγνιακών συμφωνιών. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις δύνανται να χρησιμοποιούν παρόμοιους αλγόριθμους προκειμένου να καθορίσουν το ύψος των τιμών για τα προϊόντα τους, κάτι το οποίο συνακόλουθα θα επιτρέψει την αυτόματη προσαρμογή των τιμών στα μεταβαλλόμενα δεδομένα της αγοράς, επιτυγχάνοντας ολιγοπωλή συμπαιγνία χωρίς να αφήνουν ίχνος. Επιπλέον, τα μεγάλα δεδομένα διευκολύνουν τη δημιουργία νέων καρτέλ, είτε μέσω της βελτισποίησης της διαφάνειας της αγοράς είτε μέσω προγραμμάτων που προωθούν την άμεση ανταπόκριση σε μείωση τιμών από τους ανταγωνιστές.

Υπό το φως των ανωτέρω, προκύπτει πως τα μεγάλα δεδομένα αποτελούν σημαντική παράμετρο για την άσκηση ανταγωνισμού από τις επιχειρήσεις, γι' αυτό και οι Αρχές Ανταγωνισμού εξετάζουν με μεγαλύτερη πλέον προσοχή τη χρήση των μεγάλων δεδομένων στην ανταγωνιστική διαδικασία.

**Τα μεγάλα δεδομένα αλλάζουν το τοπίο και τις ισορροπίες**

\* Αριστούχος του Τμήματος Νομικής του Πανεπιστημίου Κύπρου, κάνει πρακτική άσκηση στην Trojan Economics