

Redaktionelt forord

Temaet for dette nummer af *Økonomi & Politik* er konkurrencepolitik og især, hvordan den udformes i Danmark.

I den første artikel analyserer *Jørgen Grøn-negård Christensen* baggrunden for de seneste årtiers store ændringer i synet på konkurrencepolitikken. Han påviser, hvordan fremvæksten af varianter af nyinstitutionel teori har smittet af på synet på konkurrencepolitikken, således at målet i stadig højere grad er blevet skabelsen af markeder på samfundsområder, hvor de ikke tidligere eksisterede.

Niels Blomgren-Hansen og *Peter Møllgaard* analyserer i den anden artikel et bestemt felt inden for konkurrencepolitikken, nemlig konkurrencen inden for den danske mejerisektor. De viser, hvordan afgørelser truffet af Konkurrencerådet efter sagsbehandling i Konkurrencestyrelsen gentagne gange siden 1997 i strid med den faglige kompetence og meningen med konkurrenceloven er blevet underkendt af Konkurrenceankenævnet. Problemet er stort, men kræver ingen ændring af konkurrenceloven. En ændring af Konkurrenceankenævnet er tilstrækkelig.

I den tredje artikel analyserer *Stefan Brendstrup* Europa-Kommissionens indflydelse på den danske konkurrencepolitik. Han når frem til, at indflydelsen først og fremmest er indirekte ved, at den har øget legitimiteten af ar-

gumentationen hos dem, der har ønsket en konkurrencepolitik i Danmark, som er i overensstemmelse med EU-rettens forbudsprincip.

I den fjerde artikel analyserer *Claus Kastberg Nielsen* og *Peter Møllgaard* nogle økonomiske aspekter af el-markedets konkurrencepolitik. De viser, hvordan korrelationskoefficienter kan anvendes til at definere et geografisk relevant marked og dermed understøtte en konkurrenceretlig vurdering af misbrug af dominerende stilling. Samtidig kan økonomisk teori i det hele taget i høj grad anvendes til at designe markeder, således at risikoen for dominans reduceres.

Lau Nilausen analyserer i den sidste artikel to begreber, som ofte anvendes i den konkurrencepolitiske teori og praksis: »margin squeeze« og »predatory pricing.« Han konkluderer, at begreberne har meget til fælles uden at være ens. Disse nuancer har også betydning for deres praktiske anvendelighed.

Peter Nedergaard
Redaktør