

Virksomhederne, handelen og EU's konkurrenceregulering*)

Søren Büchmann Petersen, Danske Andelsselskaber
og Tina Bach Pedersen, Unibank

1. Indledning

Der har gennem de seneste år været debat om konkurrencelovgivningen i Danmark og hensigtsmæssigheden af en konkurrencelovgivning baseret på et princip om kontrol af virksomhederne, som indtil den nye konkurrencelovs indførelse har været gældende i Danmark. I modsætning hertil står forbudsprincippet, som med den nye konkurrencelov nu er gældende i Danmark, og hvor der på forhånd er nedlagt forbud mod specifikke arrangementer mellem virksomhederne. Den såkaldte forbudsbaserede konkurrencelovgivning kendetegner EU's konkurrenceregulering og vinder udbredelse i den nationale lovgivning i hele EU-området.

Med denne artikel beskrives grundlæggende principper i EU's konkurrenceregulering, og der gives eksempler på, hvordan konkurrencereguleringen påvirker virksomheders strategivalg. Endelig diskuteres det eventuelle modsætningsforhold mellem konkurrencepolitiske og handelspolitiske målsætninger i EU. Fremstillingen belyses med cases fra EU's konkurrenceret bl.a. med Kommissionens afgørelse i sagen om Tetra Pak.

2. Tetra Pak

En af de større sager, der er blevet reguleret efter EU's forbudsbaserende konkurrencepolitik, er sagen om den svenskejede virksomhed Tetra Pak. Tetra Pak blev i 1991 idømt en bøde på 75 mio. ECU for misbrug af dominerende stilling på dele af Fællesmarkedet, som var en overtrædelse af Unionstraktatens artikel 86. Bøden er en af de største, som EU-Kommissionen har idømt for overtrædelse af EU's konkurrenceregler. Tetra Pak har indbragt Kommissionens beslutning for Domstolen, hvor generaladvokaten i sin fremlæggelse af sagen har støttet Kommissionens afgørelse.

Tetra Pak producerer avancerede kartonemballager og pakkemaskiner til flydende næringsmidler. Tetra Pak er blevet dømt for misbrug af dominerende stilling på Fællesmarkedet ved bl.a. at have ført en afsætningspolitik, der har begrænset udbuddet og isoleret de nationale markeder inden for EU. I samtlige EU lande har Tetra Pak ifølge Kommissionen påtvunget sine kunder en række kontraktmæssige købs- og lejeforpligtelser, der uretmæssigt har bundet kunderne til Tetra Pak, og således har udelukket enhver potenti- el konkurrence.

Tetra Pak har desuden ført en differentieret og diskriminerende prisfastsættelsespolitik for såvel kartoner som maskiner, som har medført, at kunderne i de enkelte medlemslande er blevet forskelsbehandlet. Prisfastsættelsen har bl.a. resulteret i salg til underpriser i forsøg på at tilintetgøre konkurrenter.

3. EU's konkurrenceregulering

EU's konkurrenceregulering og målsætningen om at gennemføre Det indre Marked må ses i sammenhæng. Det fælles marked giver en række samfundsøkonomiske fordele men kræver samtidig, at det er muligt at gennemføre en ensartet regulering af konkurrencen på tværs af medlemslande.

Indførelse af toldunionen og harmonisering af krav til varers egenskaber og mærkning er umiddelbare foranstaltninger med sigte på etablering af det fælles marked. I forlængelse heraf er integrative foranstaltninger på kapitalområdet i form af frie kapitalbevægelser og planerne om Den Økonomiske og Monetære Union eksempler på andre foranstaltninger, der som sådan ikke er en del af varemarkedsintegrationen, men som i praksis har afgørende indflydelse på varernes fri bevægelighed. Sammenhængen opstår, når fastlåsning af kurserne på medlemslandenes valuta skaber større gennemsigtighed i markedet og dermed nedbryder nogle af de barrierer for handel, som knytter sig til omkostninger i form af vekselgebyrer og usikkerhed.

På tilsvarende måde forholder det sig med foranstaltninger på konkurrenceområdet. En fælles forbudslovgivning, som den kendes på konkurrenceområdet, er som sådan ikke en del af det fælles marked. I praksis er konkurrencepolitikken i EU imidlertid grundlagt med klart sigte på Det indre Markeds funktion. Det tilkendes bl.a. i formuleringen af Unionstraktatens artikel 85, som klart afgrænser EU's konkurrenceret til alene at vedrøre virkningerne for varebevægelser mellem

medlemslandene. Foruden formuleringens grænsedragning i forhold til den nationale konkurrenceret, der i sagens natur alene vedrører forholdene i de enkelte lande, er det en meget præcis tilkendegivelse af den fælles konkurrenceret som værktøj til at skabe og opretholde handelsbevægelser på tværs af Fællesskabet.

Konkurrencereguleringen i EU hører således i lighed med eksempelvis de integrative tiltag på valutaområdet med til en vifte af foranstaltninger, der så at sige ligger i Det indre Markeds omgivelser. Myndighedernes værktøjer til at garantere konkurrence, valutariske bestemmelser og harmonisering, som sikrer gennemskuelse på markederne, bidrager til at smidiggøre varebevægelserne inden for Fællesskabet.

Konkurrencereglerne skal være med til at sikre, at den øgede konkurrence, som Fællesmarkedet medfører på basis af øget samhandel medlemslandene imellem, ikke ophæves af konkurrencebegrænsende aftaler. Det grundlæggende formål med konkurrenceregulering er således at skabe og bevare de mest hensigtsmæssige markedsformer.

EU's konkurrenceregulering bygger på det såkaldte forbudsprincip, hvor myndighederne på forhånd har fastslået, at bestemte former for konkurrencebegrænsende arrangementer er ulovlige. EU's konkurrenceregler findes i Unionstraktatens artikler 85 til 94. De mest anvendte er artikel 85 og 86 i konkurrencereglernes første afdeling. Konkurrencereglerne administreres af EU-Kommissionen i nært samarbejde med de enkelte medlemslandes nationale myndigheder.

Unionstraktatens artikel 85 omhandler forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler m.v. Det centrale i artiklen er aftaler. Hermed menes aftaler, som virksomhederne frivilligt har indgået og ikke eksempelvis statlig regu-

lerede aftaler. Artiklen skelner imidlertid ikke mellem horisontale eller vertikale aftaler. Udover aftaler omhandler artiklen ligeledes samordnet praksis. Aftaler, der har til formål eller til følge at hindre, begrænse eller forvrænge konkurrencen inden for EU, erklæres i henhold til artiklen for ulovlige.

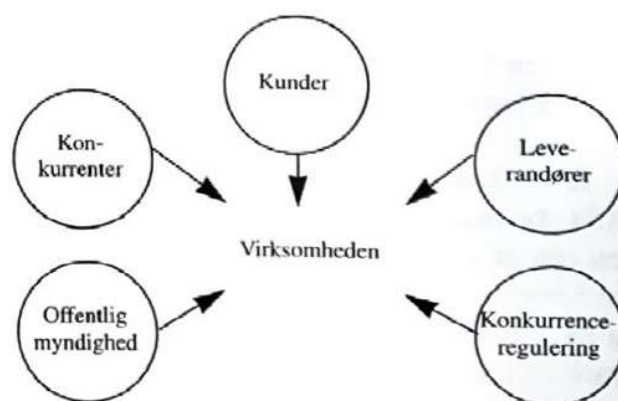
Virksomheder har imidlertid mulighed for at søge fritagelse for aftaler, ligesom mindre aftaler falder ind under den såkaldte bagatelmeddelelse og således ikke vil blive betragtet som konkurrencebegrænsende. EU-Kommissionen har derudover udstedt en række gruppgefritagelsesforordninger, som fritager specielle aftaler fra forbuddet i artikel 85. Der er eksempelvis tale om franchiseaftaler, eneforhandlingsaftaler, eksklusive købsaftaler m.v.

En anden central bestemmelse i Uniontraktaten er artikel 86, som forbyder virksomheders misbrug af en dominerende stilling på Fællesmarkedet eller en væsentlig del heraf. At indtage en dominerende stilling er i sig selv ikke forbudt, og bestemmelsen retter sig ikke mod virksomhedens størrelse. Det afgørende kriterium er misbruget, og Kommissionen vurderer i denne forbindelse, at en dominerende stilling giver virksomhederne mulighed for en økonomisk styrke og heraf mulighed for at handle uafhængigt og uden hensyntagen til konkurrenter, leverandører og kunder. Ved bedømmelse af, hvorvidt dominerende stilling foreligger, vurderes markedsstrukturen og markedsandelen.

4. Virksomhedernes rammebetingelser

De talrige afgørelser vedrørende overtrædelser af konkurrencereglerne vidner om, at EU's konkurrenceregulering har stor betydning for virksomhederne. Virksomhederne opererer i deres daglige adfærd under nogle rammebetingelser, som både påvirker og påvirkes af virksomhederne.

Med bl.a. Michael E. Porter som inspiration fremgår udvalgte rammebetingelser af nedenstående figur.



Rammebetingelserne er med til at bestemme virksomhedernes indtjening, da de påvirker priser, omkostninger, investeringer m.v., dvs. de faktorer, der er afgørende for lønsomheden totalt set. Kundernes købekraft og magt har især indflydelse på priserne og leverandørernes position påvirker råvarepriser og priser på produktionsfaktorer i øvrigt. Intensiteten af konkurrenter påvirker såvel prisniveau som omkostninger, og offentlige myndigheder påvirker virksomhederne med hensyn til skat, miljøforhold m.v.

Konkurrenceregulering er angivet eksplicit i figuren ud fra den betragtning, at EU's konkurrenceregulering fortsat vil være en vigtig bestanddel i EU-samarbejdet med henblik på at undgå konkurrencebegrænsende aftaler. Tetra Pak sagen og andre sager viser, at sanktionerne fra EU's side kan være ganske skrappe med store bøder. For mange virksomheder er det derfor afgørende at undgå at komme i konflikt med EU's konkurrenceregler. En konflikt med EU's konkurrenceregler kan udover en klækkelig bøde gribe alvorligt ind i virksomhedens strategier, og som et led i strategifastlæggelsen søger virksomhederne derfor at tage hensyn til EU's konkurrenceregulering som en rammebetingelse på lige fod med andre eksterne forhold.

5. Virksomhederne og strategifastlæggelse

Virksomhedernes ageren på markedet er netop en konsekvens af mere eller mindre fastlagte strategier. Strategiske beslutninger i virksomheder tager sit udgangspunkt i forholdene på markedet og i virksomhedens omgivelser i øvrigt. Det overordnede formål med strategifastlæggelse er ifølge den klassiske økonomiske teori at maksimere virksomhedens værdi. Dette kræver valg med hensyn til mål samt overvejelser som, hvor og hvordan virksomhederne skal konkurrere for at opnå disse mål.

Strategifastlæggelsen i virksomhederne er yderst forskellig i de enkelte virksomheder og er afhængig af størrelse, branche, markedsstruktur samt markedsforhold i øvrigt. Strategifastlæggelse har såvel et internt som et eksternt aspekt. De eksterne forhold vil virksomhederne have mindre indflydelse på og vil derfor forsøge at tilpasse sig eller påvirke disse i en for virksomhederne positiv retning. Forbindelserne med omgivelserne, og hvor godt disse håndteres, er afgørende for virksomhedernes drift. Derfor skal også konkurrencereguleringen figurere i virksomhedernes overvejelser i forbindelse med strategifastlæggelsen.

En analyse af vækstmuligheder – eventuelt på baggrund af Ansoffs vækststrategier – kan anvendes til fastlæggelse af en overordnet markedsstrategi, som kan være såvel markedskonsolidering som markeds- eller produktudvikling. Baggrunden herfor vil være et ønske om at forbedre virksomhedens konkurrencemæssige position, hvilket kan opnås ved at anlægge en konkurrencestrategi, der svarer til omgivelserne og ved at påvirke de øvrige markedsforhold i virksomhedens favør.

Virksomheden kan i denne forbindelse ifølge Porter vælge mellem to grundstrategier. Der

er tale om en omkostningsminimeringsstrategi eller en differentieringsstrategi. Omkostningsminimeringsstrategien er produktionsorienteret, og virksomheden søger herved at producere til lavest mulige omkostninger. Dette kan bl.a. opnås ved stordriftsfordele, målrettet teknologivalg eller gennem billige råvareforsyninger. Virksomheden fører desuden ofte en aggressiv prispolitik og underbygger konkurrenter. At konkurrere på prisen kan medføre, at virksomheden kommer i søgelyset med hensyn til forvridding af konkurrencen. Imidlertid kan virksomhedens omkostningsminimeringsstrategi være medvirkende til at forklare prisforskelle, og virksomheden kan anvende argumentet ved mistanke om forsøg på konkurrenceforvridding.

Differentieringsstrategien er kundeorienteret, hvorved virksomheden søger at opnå en særstilling i forhold til konkurrenterne ved at specialisere sig for derved at adskille sig fra andre. Det kan være som mærkevareproducent eller på den service, som virksomheden yder i forbindelse med afsætning af sine produkter. Belønningen herfor er en præmiumpriis, hvilket vil sige en salgspriis, der mere end opvejer omkostningerne ved differentieringen. Differentieringsstrategien kan ligesom omkostningsminimeringsstrategien anses for konkurrenceforvridende eksempelvis ved mistanke om forskelsbehandling men kan imidlertid også være et argument til at bevise det modsatte.

Virksomheden kan gennemføre disse strategier over en bred front eller udvælge sig et bestemt segment gennem en fokusstrategi. Til den mere praktiske udførelse af de enkelte strategier er det vigtigt at søge at opnå den rette sammensætning af handlingsparametrene, hvor priselementet er det mest fleksible og samtidig det letteste område direkte at konkurrere på.

6. Virksomhederne og konkurrenceregulering

Virksomhedernes reaktioner på EU's konkurrenceregulering er bl.a. afhængige af, hvorvidt de har været i kontakt med konkurrenceregulering. Mange virksomheders adfærd er blevet anset for at være i strid med konkurrencelovgivningen, hvilket har medført såvel indskrænkninger i virksomhedernes strategiske tiltag som direkte konsekvenser for virksomhedernes drift. Dette har stor betydning for den fremtidige handlemåde, og virksomhederne har således måtte ændre strategier eller søge at gøre konkurrencebegrænsende strategier mindre synlige.

På den anden side står derimod de virksomheder, som tidligere har været offer for de konkurrencebegrænsende strategier. For dem kan de konkurrencemæssige indgreb derimod betyde øgede markedsmuligheder, da de hidtil har været udelukket fra bestemte handlemåder og har været nødt til at tage hensyn til dette i deres hidtidige strategifastlæggelse.

Virksomhedernes muligheder for at øve indflydelse på EU's konkurrenceregulering er alt andet lige større, hvis tiltag kommer fra et medlemsland – ofte på baggrund af et pres fra berørte virksomheder. En måde til at opnå dette på kan være via brancheforeninger, sammenslutninger eller tilsvarende. Virksomheder har som regel et mere eller mindre formelt tilhørsforhold til en branche. I denne forbindelse er der stor forskel på, hvorvidt de enkelte brancher aktivt forsøger at gøre sin indflydelse gældende inden for EU's konkurrencepolitiske regulering.

7. Handelspolitik og konkurrenceregulering

Det hævdes ofte, at etablering af frihandelsområder er med til at regionalisere verdenshandelen. Når verden deles op i handelsblokke, som hver især liberaliserer den handel, der foregår inden for handelsblokken,

kan det samtidig med voksende handelssamkvem inden for handelsblokken skabe forvridninger i forhold til eksisterende handel mellem handelsblokke. I den handelspolitiske litteratur deles denne virkning almindeligvis op i trade divertive og trade creative effects. Med begrebet trade creation beskrives stigning i handlen, som opstår i forbindelse med dannelse af toldunioner, medens trade diversion beskriver den forvridning, der kan opstå ved at handlen forskydes fra at foregå mellem handelsblokke til at foregå inden for de enkelte handelsblokke.

I denne forbindelse kan man tale om et modsætningsforhold mellem på den ene side handelspolitiske og på den anden side konkurrencepolitiske motiver og tiltag. Et sådant modsætningsforhold er der mange eksempler på inden for EU.

I sagen om ICI og Solvay fra 1990, hvor Kommissionen med hjemmel i traktatens artikel 85 greb ind over for de to selskabers markedsdelingsaftaler, er der et åbenbart eksempel på dette modsætningsforhold. Omtalte sag drejede sig om markedet for soda.

Soda er et standardiseret kemisk stof, der bl.a. anvendes til fremstilling af glas. Kommissionen fandt det bevist, at de to europæiske kemikoncerner ICI og Solvay havde indgået en markedsdelingsaftale omfattende en betydelig del af markedet i EU. I forbindelse med sin afgørelse i sagen beskriver Kommissionen markedssituationen inden for Fællesskabet og anfører i den forbindelse, at der foruden produktionen i EU traditionelt har været konkurrence fra amerikanske udbydere på markedet. EU's handelspolitiske foranstaltninger over for importen fra USA i form af en antidumpingtold havde imidlertid udelukket de amerikanske udbydere fra det fælles marked i EU.

Med sit handelspolitiske indgreb skabte EU så at sige selv betingelserne for, at aftalen mellem de to europæiske kemikoncerner kunne virkeliggøres. Dermed kom en handelspolitisk foranstaltning til at bane vejen for en aftale mellem to europæiske virksomheder, som i praksis var barriereskabende for handelen på det fælles marked.

Lignende eksempler på dette modsætningsforhold mellem at fremme handel gennem konkurrencepolitiske tiltag på den ene side og handelspolitisk protektionisme på den anden side findes på andre områder. Problemstillingen understreger den vide forgrening af trade divertive konsekvenser af handelsblokke, der således ikke alene handler om fordeling og udnyttelsen af komparative fordele, men ligeledes vedrører det konkurrencemæssige miljø, som toldunioner fører med sig.

Pointen er her, at trade divertive konsekvenser i forbindelse med handelsblokke forstærkes af, at der i blokdannelsen i sig selv kan ligge en ændring af markedsforholdene, som tilskynder de tilbageværende virksomheder på markedet til at vælge strategiske beslutninger og aftaler, som lægger en dæmper på handelsstrømme og dermed på konkurrencen. Hvis det er tilfældet, rejser toldunioner dermed et behov for at forstærke den konkurrencepolitiske regulering, der går videre end til blot at sigte mod at fremme handelen inden for handelsblokken, men som måske nærmere skal ses som en modforanstaltning over for de konkurrencebegrænsende effekter, som knytter sig til toldunionens etablering.

8. Brancherne og holdningen til konkurrenceregulering

Samtaler med repræsentanter fra forskellige grene i dansk erhvervsliv demonstrerer tydeligt den nære sammenhæng mellem virksomhedernes holdning til konkurrenceregulering og den markeds-mæssige virkelighed, som de befinder sig i.

Uden at nævne konkrete eksempler på virksomheder og brancheområder er det kendetegnende, at virksomhedernes eksportorientering, afhængighed af hjemmemarkedet og de forudsætninger, der ligger for konkurrencemæssige strategier i produktets natur, er bestemmende for holdningen til konkurrenceregulering. Derudover forekommer traditionerne for konkurrencemæssige aftaler og foranstaltninger i de enkelte brancher at spille en betydelig rolle.

9. Sagen om Tetra Pak

Kommissionens indgreb over for Tetra Paks strategier på markedet for kartonemballage er et godt eksempel på, hvordan virksomhedens markeds-mæssige omgivelser sammen med forholdene på det marked, hvor virksomheden optræder, betinger forskellige strategiske beslutninger og forudsætningerne herfor.

Sagen om Tetra Pak er især interessant fordi, virksomheden markedsfører to emballeringsformer, der afsættes under vidt forskellige markedsformer. Det drejer sig om kartoner og maskiner til henholdsvis aseptisk (steril) og ikke aseptisk emballering. På markedet for aseptisk emballage er Tetra Pak nærmest enerådende og befandt sig i noget nær en monopolstilling inden for emballeringsmaskineri. På markedet for ikke aseptisk emballering er der langt mere konkurrence. Aseptisk emballering er teknologisk langt mindre krævende, og samtidig er der en række substitutter til Tetra Paks kartoner.

Kartoner er, uanset om det drejer sig om kartoner til aseptisk eller ikke aseptisk, et forholdsvis standardiseret produkt, hvor der ikke er teknologiske krav, der hindrer konkurrence.

Virksomheden markedsfører et totalkoncept og varetager således hovedparten af opgaverne i tilknytning til opbygning af emban-

ringsfunktioner hos kunderne. Virksomheden har internationale aktiviteter i mere end 120 lande og er stort set repræsenteret i hele EU.

Ifølge Kommissionens gjorde Tetra Pak sig skyldig i en overtrædelse af traktatens artikel 85 gennem sine markedsræssige foranstaltninger på især det italienske marked for kartonemballage.

På det ikke-aseptiske marked, hvor Tetra Pak var i konkurrence med andre udbydere, søgte virksomheden at fortrænge konkurrenterne gennem prisdiskriminering og anden fjendlig adfærd på markedet. Kommissionen påviste, at der var betydelige prisforskelle på Tetra Paks produkter og andre ydelser mellem Italien og andre europæiske lande, uden at dette kunne begrundes med omkostningsforskelle.

På det aseptiske marked, hvor Tetra Pak reelt besad en monopolstilling, var strategien en anden. Her søgte Tetra Pak gennem meget restriktive kontrakter at binde kunderne til sig ved at betinge levering og udlejning af emballeringsmaskiner med krav om udelukkende at anvende Tetra Paks kartoner. Tetra Pak søgte dermed at udelukke muligheden for substitution og skabe således en binding mellem monopolmarkedet for emballeringsmaskiner og markedet for kartoner, der som udgangspunkt var konkurrencepræget.

10. Konsekvenser for Tetra Pak's markedsstrategier

For Tetra Pak blev konsekvenserne af Kommissionens beslutning, at selskabet måtte ændre sin prispolitik på det ikke-aseptiske område. På det aseptiske marked banede Kommissionens beslutning vej for en løsning mellem markederne for maskiner og emballager.

Sagen om Tetra Pak viser, at virksomheders strategifastlæggelse afhænger af, hvilken markedsform den enkelte virksomhed opere-

rer under og af forholdene på markedet og i virksomhedernes øvrige omgivelser. Der kan være tale om forhold som kunder, konkurrenter, leverandører mv., som er medvirkende til at påvirke virksomhedens konkurrencesituation.

Tetra Paks strategifastlæggelse er som følge af Kommissionens beslutning blevet mærkbart begrænset, og virksomheden må anlægge alternative strategiske tiltag. Eksempelvis kan prisdiskriminering blive problematisk at anvende som et strategisk tiltag.

Prisdifferentiering skal imidlertid være begrundet i eksempelvis omkostningsforskelle, for ikke at blive omfattet af bestemmelserne i EU's konkurrenceregulering. Dette kan tale for, at Tetra Pak indfører en omkostningsminimeringsstrategi.

Ligeledes er produktdifferentiering en acceptabel årsag til prisforskelle, og Tetra Pak har gennem en styrket produktudvikling mulighed for større produktdifferentiering og heraf også mulighed for at give et mere unuanceret billede af de faktiske omkostningsforskelle.

Fortsat produktudvikling vil kunne tilbyde kunderne bedre produkter, og herved tilskynde kunderne til at købe Tetra Paks produkter fremfor konkurrenternes. Dette er i endnu højere grad end tidligere nødvendigt for Tetra Pak, da de hidtidige betingede leverancer ikke længere er mulige. Tetra Pak kan også i større omfang udnytte sine stærke positioner på andre områder, eksempelvis indenfor markedet for aseptisk emballage, til at medvirke til at få kunderne til at acceptere betingede leverancer uden direkte at indføre bestemmelser om dette i kontrakterne mellem Tetra Pak og kunderne.

Virksomhedernes strategiske valg afhænger således ikke kun af markedsformer og de rammebetingelser, som Porter eksempelvis

angiver i sin Five Forces model. Den konkurrencepolitiske regulering skal også inddrages i strategifastlæggelsen. Herfor taler især EU's forbudsprincip, hvor der på forhånd er nedlagt forbud mod specifikke arrangementer og virksomhedernes øvrige ageren på markedet.

Note

*) Artiklen er baseret på forfatterens hovedopgave ved HD Udenrigshandel »En analyse af EU's konkurrencepolitiske regulering og betydningen heraf for udvalgte europæiske virksomheder« Handelshøjskolen i København 1996. København.

Omstilling i den offentlige sektor i et økonomisk perspektiv

Redigeret af Kirsten Bregn

Med bidrag af Kirsten Bregn, Jerome D. Davis, Bente Hyldahl Fog, Peter Fristrup, Anders Hede, Jørgen Birk Mortensen, Ole Jess Olsen og Hans Aage

Den offentlige sektor har i løbet af firserne og halvfemserne undergået en betydelig forandring. Det har ikke alene gjort sig gældende i Danmark, men er en international tendens. Formålet med bogen er at give et indblik i den omstillingsproces, der har fundet sted, og at reflektere over udviklingen med henblik på at bidrage til overvejelser i forbindelse med den fremtidige udvikling.

Bogen er skrevet af samfundsforskere samt praktikere med en bred erfaring fra den offentlige sektor, og er udsprunget af et hidtil udækket litteraturmæssigt behov i undervisningen af såvel nutidens som fremtidens embedsmænd og ledere. Bogen er således skrevet med henblik på anvendelse i samfundsvidenskabelig undervisning på universiteter og handelshøjskoler.

Hovedlinier fra indholdet:

0. Omstilling i den offentlige sektor – i et økonomisk perspektiv 1. Decentralisering som virkemiddel til omstilling 2. Anvendelse af direkte økonomiske incitamenter i den offentlige sektor: Resultatløn 3. Afregning i den offentlige sektor 4. Markeds løsninger på den offentlige sektors problemer? 5. Markedsorientering i et industriøkonomisk perspektiv 6. Deregulering af offentlig virksomhed 7. Udlicitering og effektivisering af den offentlige sektor 8. Den offentlige sektor og privatiseringen i Østeuropa og Rusland: Hvad kan man lære?



1. udgave 1998
229 sider, hæftet
Bogladepriis kr. 275,00
ISBN 87-574-0049-0



Jurist- og Økonomiforbundets Forlag

Gothersgade 133 · Postboks 2126 · 1015 København K
Telefon 33 95 97 00 · Fax 33 95 99 97 · e-mail djoef@inet.uni-c.dk