

NOWE PODEJŚCIE W STOSOWANIU PRAWA KONKURENCJI

Ekonomizacja postępowań antymonopolowych

Prawo ochrony konkurencji jest substytutem mechanizmu rynkowego wszędzie tam, gdzie mechanizm ten nie może skutecznie działać ze względów obiektywnych (monopole sieciowe jako wynik rachunku kosztów i pojemności rynku) lub na skutek stosowania praktyk antykonkurencyjnych przez przedsiębiorstwa działające na rynku właściwym¹. Niezależnie od uzasadnionych przyczyn stosowania prawa ochrony konkurencji dla pokonywania słabości rynku, warto pamiętać, że jest to administracyjna ingerencja w biznes, co może być źródłem pojawienia się słabości biurokracji i nadmiernego naruszania interesów biznesowych [15, s. 5]. Stosowanie prawa ochrony konkurencji wymaga uwzględniania ekonomicznych kryteriów oceny skutków rynkowych zachowań przedsiębiorstw.

Ekonomizacja prawa ochrony konkurencji została wprowadzona w latach 70. XX wieku w USA, zaś bezpośrednim bodźcem dla stosowania analiz korzystających z teorii ekonomii i nauk o zarządzaniu w orzecznictwie europejskim stało się uchylene przez Sąd Pierwszej Instancji (dalej: SPI; izba niższa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości – dalej: ETS) w ciągu jednego 2002 roku trzech decyzji Komisji Europejskiej (dalej: KE) w sprawach *Airtours/First Choice*², *Schneider/*

* **Dr hab. Anna Fronalczyk, prof. PŁ** – Katedra Integracji Europejskiej, Wydział Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej.

¹ Rynek właściwy wyznaczany jest w ekonomii polityki konkurencji w wymiarze produktowym (towary takie same lub ich bliskie substytuty), geograficznym (obszar, na którym sprzedawane są towary o podobnym poziomie konkurencji i poziomie cen) oraz czasowym (sprzedaż w określonym czasie).

² Sprawa M1524,CFI T-342/99, 6 czerwca 2002 r.

Legrand³ i Tetra Laval/Sidel⁴. Wyroki SPI zawierają wiele krytycznych stwierdzeń dotyczących sposobu przygotowania tych decyzji przez KE. Odnosi się to zarówno do metodologii oceny skutków rynkowych planowanych transakcji kapitałowych, jak i proceduralnych uchybień popełnionych przez urzędników KE.

Modernizacja stosowania kontroli koncentracji przez KE polega na zastąpieniu testu dominacji testem istotnego ograniczenia konkurencji. Test dominacji polega na posługiwaniu się przez KE głównie udziałami rynkowymi uczestników koncentracji jako podstawowym kryterium dla oceny rynkowych skutków transakcji (ocena ilościowa)⁵, zaś test istotnego ograniczenia konkurencji odwołuje się do takich czynników, jak: kierunek i dynamika zmian udziałów rynkowych, bariery wejścia na rynek, elastyczność cenowa popytu, skala sieci dystrybucyjnej firmy, siła przetargowa dostawców, siła przetargowa odbiorców, efekt sieci. Można powiedzieć, że przedsiębiorstwo nie ma pozycji dominującej, jeżeli nawet jego udział w rynku przekracza 40%⁶, ale udział ten szybko spada, nie ma barier wejścia na rynek, wysoka jest cenowa elastyczność popytu, firma nie ma sieci dystrybucyjnej lub jest ona niewielka i firma korzysta z usług niezależnych dystrybutorów, odbiorcy i dostawcy mają dużą siłę przetargową, przedsiębiorstwo nie korzysta z efektu sieci⁷.

Z wyroków SPI w wymienionych wyżej sprawach kontroli koncentracji wynika, że KE powinna stosować pogłębione analizy rynku właściwego, na którym realizowana jest koncentracja. Zgodnie z tą wytyczną sformułowaną przez SPI zostały wprowadzone bardziej przejrzyste kryteria oceny pozycji rynkowej przedsiębiorstwa. Udział w rynku przekraczający 50% jest przesłanką dla uznania pozycji przedsiębiorstwa jako dominującej, podczas gdy udział w rynku niższy niż 25% jest przesłanką zgodności transakcji ze wspólnym rynkiem. Ponadto w 2003 roku w Dyrekcji Generalnej

³ Sprawa M2283, CFI T-310/01 i T-77/02, 22 października 2002 r.

⁴ Sprawa M2416, CFI T-5/00 I T-80/02, 25 października 2002 r.

⁵ Najczęściej stosowaną ilościową miarą koncentracji rynku jest współczynnik koncentracji (WK), mierzony jako udział ilości lub wartości sprzedaży dwóch lub czterech największych przedsiębiorstw w wielkości danego rynku właściwego mierzonej ilością lub wartością łącznej sprzedaży na tym rynku. W praktyce przyjmuje się, że WK₁ większy niż 90% oznacza rynek zmonopolizowany. Określa się go także mianem efektywnego monopolu. Przyjmuje się także, że dla rynku konkurencyjnego WK₄ wynosi mniej niż 40%, zaś dla rynku oligopolistycznego (luźny oligopol) WK₄ mieści się w przedziale 40–60% lub przekracza 60% (ściśły oligopol); por. [12, s. 501–504]. Dla dużej liczby przedsiębiorstw o zróżnicowanej wielkości lepszym ilościowym miernikiem koncentracji jest wskaźnik Herfindahla-Hirschmana (WHH), który jest sumą kwadratów udziałów rynkowych wszystkich przedsiębiorstw sprzedających na danym rynku. Przyjmuje się, że dla rynku wolnokonkurencyjnego WHH wynosi 0, dla rynku zmonopolizowanego WHH wynosi 10 000, zaś dla rynku oligopolistycznego WHH mieści się w przedziale 0–10 000. W praktyce przy dużej liczbie przedsiębiorstw (powyżej kilkunastu) niezmiernie rzadko dostępne są informacje o udziałach rynkowych wszystkich przedsiębiorstw. W takiej sytuacji dla potrzeb analiz rynkowych i stosowania prawa konkurencji przyjmuje się szacunkowe udziały rynkowe dla mniejszych graczy rynkowych w celu obliczenia WHH; por. [5, s. 154–162].

⁶ Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, art. 4 pkt 10 (Dz.U. z 2007 r., nr 50, poz. 331).

⁷ Podobne stanowisko sformułowane jest w *Sprawozdaniu z działalności w 2004 roku Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, s. 55.

ds. Konkurencji utworzono stanowisko Głównego Ekonomisty, który wraz ze swoim biurem przeprowadza analizy ekonomiczne wykorzystywane w sprawach kontroli koncentracji, jak również w sprawach przeciwdziałania praktykom monopolistycznym na wspólnym rynku oraz pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom przez rządy krajów członkowskich Unii Europejskiej.

Podejście ilościowe do oceny pozycji rynkowej przedsiębiorstwa jest bardziej jednoznaczne i stosunkowo łatwo je stosować, ale jednocześnie upraszczane są wieloskładnikowe procesy gospodarcze. Analiza rynku właściwego z wykorzystaniem WK i WHH jest ujęciem statycznym, informuje ona bowiem o stanie konkurencji faktycznej na danym rynku w określonym czasie (diagnoza stanu). Analiza dynamiczna polega na ocenie zmian udziałów rynkowych przedsiębiorstwa w określonym czasie przy uwzględnieniu działania barier wejścia na dany rynek właściwy (diagnoza procesu).

Kryteria oceny pozycji i siły rynkowej przedsiębiorstwa

Z diagnozy procesu wynika, że pozycja dominująca przedsiębiorstwa polega na możliwości działania niezależnie od innych uczestników rynku (dostawców, klientów i konsumentów), i przez to ograniczanie konkurencji na rynku właściwym oraz osiąganie korzyści. Ilościowy pomiar udziału w rynku traktowany jest w diagnozie procesu pomocniczo jako wskazanie dla przeprowadzenia analizy jakościowej. Możliwość nadużycia pozycji dominującej na rynku ograniczana jest przez konkurencję potencjalną. W ekonomii wyjaśnia to teoria rynków spornych, która odnosi się do rynków zmonopolizowanych niedających jednak swobody działania monopolistom [16, s. 308–311], [3]. W teorii tej przyjmuje się następujące założenia, od spełnienia których zależy siła działania potencjalnej konkurencji:

- zainwestowane aktywa są doskonale płynne, co oznacza, że nie ma barier wejścia i wyjścia z rynku, a nakłady poniesione na wejście na dany rynek mogą być w całości wycofane i przeniesione na inny rynek właściwy;
- nie jest możliwa długookresowa nadwyżka stopy zysku nad stopą procentową, ponieważ wyższa stopa zysku od stopy procentowej spowoduje wejście nowych przedsiębiorstw na rynek, a w wyniku tego nastąpi wzrost podaży i spadek ceny podobnie, jak na rynku wolnokonkurencyjnym,
- wejście na dany rynek właściwy jest możliwe w czasie krótszym, aniżeli wynosi czas reakcji cenowej przedsiębiorstwa działającego na danym rynku;
- potencjalni konkurenci mają pełną informację o cenach na danym rynku właściwym i technologii stosowanej do wytwarzania produktów sprzedawanych na tym rynku;

- na rynku doskonale spornym nie jest możliwe działanie nieefektywnego przedsiębiorstwa, ponieważ będzie ono zastąpione przez sprzedawcę o niższych kosztach i cenach.

Teoria rynków spornych jest odpowiedzią na argumentację o potrzebie regulowania rynków o naturalnym monopolu, tzn. takim, który wynika z relacji kosztów do pojemności rynku [12, s. 482–487]. Z teorii tej wynika, że w niektórych, ale bardzo nielicznych sektorach monopolista może być poddany silnie działającej potencjalnej konkurencji, skutecznie zapobiegającej nadużywaniu przez niego posiadanej pozycji bez potrzeby regulacji rynku. W praktyce udowodnienie takiego przypadku wymaga zbadania cenowej elastyczności popytu oraz barier wejścia na rynek konkurentów oferujących produkty takie same lub ich bliskie substytuty.

Teoria rynków spornych jest przedmiotem dość przekonującej krytyki, ponieważ jej założenia są mało realistyczne [16, s. 310–311], [8, s. 79–100]. Krytycy tej teorii podkreślają, że nie można szybciej podjąć decyzji o wejściu na rynek, aniżeli przedsiębiorstwo działające na danym rynku właściwym podejmie decyzję o zmianie poziomu cen. Poza tym wejście na rynek nie może odbywać się bez ponoszenia kosztów. Niemniej jednak teoria ta wyjaśnia charakter ograniczeń, z którymi spotyka się monopolista na rynku o zbliżonych cechach do rynku spornego.

W sektorach sieciowych kluczowe znaczenie ma prowadzenie działalności produkcyjnej lub usługowej na dużą skalę, a regulator nie może ustanawiać cen na poziomie kosztów krańcowych. Regulacja nie oznacza więc naśladowania rynku wolnokonkurencyjnego przez regulatora. Wynika to z faktu, że cena na poziomie kosztów krańcowych nie gwarantuje rentowności przedsiębiorstwu, którego koszty stałe (amortyzacja i eksploatacja infrastruktury) mają kluczowe znaczenie w rachunku jego kosztów⁸. Teoria rynków spornych, niezależnie od jej mało realistycznych założeń, wzmocniła dyskusję o roli potencjalnej konkurencji i znaczeniu barier wejścia i wyjścia z rynku dla oceny siły rynkowej przedsiębiorstw.

Teoretyczna analiza działania przedsiębiorstwa w różnych strukturach rynku wskazuje, że im bardziej zmonopolizowana struktura rynku, tym bardziej cena rynkowa odchyła się od kosztów krańcowych (społeczna strata monopolu), chyba że ceny poddane są regulacji, jak ma to miejsce na rynkach monopoli sieciowych (odchylenie ceny od kosztów krańcowych jest wynikiem regulacji). Z obserwacji praktyki wynika również, że firmy dominujące osiągają zysk monopolowy dzięki stosowaniu cen monopolowych, czyli wyższych aniżeli na rynku konkurencyjnym. Stąd w ekonomii polityki konkurencji dla pomiaru siły rynkowej przedsiębiorstwa stosuje

⁸ Opisuje to zasada cenowa Ramsey’ a, która mówi, że cena ustanawiana przez regulatora powinna być wyższa od kosztów krańcowych i w wieloproduktowych firmach różnica między ceną i kosztami krańcowymi powinna być tym większa, im mniejsza jest cenowa elastyczność popytu na dany towar; por. [2, s. 676–698].

się indeks Lerner, który porównuje ceny sprzedaży dominanta rynkowego z jego kosztami krańcowymi [5, s. 151–155], [16, s. 66, 219–220], [13, s. 70–73].

$$IL = \frac{p-MC}{p} \quad \text{gdzie: } p - \text{cena towaru}$$

MC – koszty krańcowe

Zważywszy jednak, że w praktyce w przedsiębiorstwach nie liczy się kosztów krańcowych, do analizy siły rynkowej przedsiębiorstwa przyjmuje się koszty przeciętne. Wówczas indeks Lerner liczony jest według poniższej formuły:

$$IL = \frac{p-AC}{p} \quad \text{gdzie: } p - \text{cena towaru}$$

AC – koszty przeciętne

Siła rynkowa przedsiębiorstwa mierzona indeksem Lerner jest wprost proporcjonalna do poziomu koncentracji rynku mierzonego WHH oraz odwrotnie proporcjonalna do cenowej elastyczności popytu na dany towar [5, s. 155–164].

$$IL = \frac{H}{\varepsilon} \quad \text{gdzie: } H - \text{wskaźnik Herfindahla-Hirschmana}$$

ε – wskaźnik cenowej elastyczności popytu

Określenie pozycji rynkowej przez zastosowanie diagnozy stanu i procesu oraz siły rynkowej przedsiębiorstwa ma istotne znaczenie dla budowania i realizacji skutecznej strategii zarządzania przedsiębiorstwem, prowadzenia postępowań antymonopolowych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: UOKiK) i KE oraz kompetentnego przygotowywania argumentów przez strony takiego postępowania.

Struktury rynków w praktyce

Konkurencja niedoskonała i oligopol to struktury rynków najczęściej spotykane w praktyce. W teorii ekonomii zachowania przedsiębiorstw na rynku oligopolistycznym są opisane modelami Bertranda i Cournota [5, rozdz. 7] o następujących założeniach: na rynku działają dwaj gracze (duopol), podejmują oni jednocześnie decyzje, ich koszty krańcowe są takie same i stałe, ich produkty są doskonale substytucyjne, popyt ma charakter liniowy. Wspólną cechą tych modeli jest także ich statyczny charakter, ponieważ opisują one jednorazowe, współzależne decyzje graczy rynkowych.

Celem graczy rynkowych jest przechwycenie klientów konkurenta. Różnica między tymi modelami polega na tym, że w modelu Bertranda zakłada się rywalizację cenową, a wielkość podaży każdego z graczy jest pochodną decyzji cenowych. W modelu Cournota rywalizacja między graczami rynkowymi dotyczy decyzji o wielkości podaży. Różne są także konkluzje w każdym modelu dotyczące równowagi rynkowej w duopolu. Rywalizacja cenowa doprowadza do zrównania cen z kosztami krańcowymi, podobnie jak na rynku doskonale konkurencyjnym. Z modelu Cournota wynika, że wielkość podaży w duopolu jest wprawdzie mniejsza niż w doskonałej konkurencji, ale większa niż w warunkach monopolu.

Z obserwacji praktyki gospodarczej wynika jednak, że z reguły towary nie są doskonale substytucyjne, zdolności adaptacyjne przedsiębiorstw rywalizujących o klientów są ograniczone ich zdolnościami produkcyjnymi, dostosowania cenowe dokonują się nie tylko w krótkim okresie, ale w długim okresie możliwe są wojny cenowe między rywalami.

Co więc wynika z tych modeli dla budowania strategii przedsiębiorstw w zależności od sytuacji istniejącej w danym sektorze? W sektorach, gdzie istnieją dostateczne rezerwy mocy produkcyjnych pozwalające na łatwe dostosowanie wielkości podaży do popytu, model rywalizacji cenowej jest bardziej zbliżony do opisu równowagi na rynku duopolu. Jeżeli natomiast brak rezerw mocy produkcyjnych nie pozwala na dostosowanie wielkości podaży do popytu, wówczas model rywalizacji ilościowej lepiej opisuje równowagę w duopolu.

W europejskim prawie konkurencji takie reakcje dostosowawcze określa się jako efekty działań równoległych (ang. *unilateral effects*) wynikające z nadmiernej koncentracji przedsiębiorstw. Stosowanie wyłącznie tego kryterium przy ocenie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa budzi jednak wątpliwości, ponieważ o rynkowych zachowaniach przedsiębiorstw decyduje wiele różnych czynników wyznaczających ich pozycję rynkową, a nie tylko struktura samego rynku [6, s. 143–186].

W praktyce struktura rynku może mieć charakter oligopolu symetrycznego (żaden ze sprzedawców nie ma przewagi na rynku) lub niesymetrycznego (jeden sprzedawca jest liderem rynkowym). Oligopol symetryczny sprzyja zawieraniu porozumień między konkurentami o ustalenie kwot sprzedaży i cen oraz dokonania podziału rynku. Takie porozumienia, czyli kartele, zakazane są prawem ochrony konkurencji, ponieważ ich ekonomiczne skutki są takie same, jak skutki monopolizacji rynku.

W oligopolu niesymetrycznym mniejsi uczestnicy rynku naśladują największą firmę i z reguły dotyczy to polityki cen. Rola największej firmy polega na przywództwie cenowym (ang. *price leadership*), chociaż może to także dotyczyć innych warunków zawieranych kontraktów (np. terminy płatności, sposób dostawy towarów, usługi posprzedażne, warunki uznawania reklamacji zakupionych towarów). Rzadko

zdarza się, aby w oligopolu niesymetrycznym zawierane były porozumienia między konkurentami.

Cena rażąco niska jako praktyka antykonkurencyjna

Nową koncepcją dla oceny rynkowych zachowań przedsiębiorstw, ważną dla modelowania strategii zarządzania, jest teoria rynków dwustronnych (ang. *two sided markets*) [11], [10]. Teoria ta powstała jako odpowiedź ekonomii polityki konkurencji na zarzuty wobec przedsiębiorstw o stosowanie cen rażąco niskich, co uznane jest przez prawo ochrony konkurencji jako praktyka eliminująca konkurencję na rynku właściwym⁹. Dla oceny faktu rażącego zaniżenia cen w orzecznictwie antymonopolowym może być stosowany test Areedy-Turnera [dalej: TAT], z którego wynika, że jeżeli cena jest ustalona poniżej krótkookresowych kosztów krańcowych, wówczas uznaje się ją za cenę drapieżną (rażąco niską) [1]. Zważywszy jednak fakt, że krótkookresowe koszty krańcowe są w praktyce trudne do wyliczenia, autorzy tego testu przyjęli także możliwość stosowania w analizie cenowo-kosztowej przeciętnych kosztów zmiennych.

Metoda TAT doczekała się bogatej krytyki wynikającej z trudności w jej stosowaniu w praktyce orzeczniczej [4]. Ceny niższe od przeciętnych kosztów zmiennych mogą na przykład wynikać z nadmiernych mocy produkcyjnych lub stosowania promocji przez firmę. Poza tym metoda TAT nie bierze pod uwagę przyczyny stosowania nadmiernie niskich cen przez dominanta rynkowego. Test ten ma znaczenie posiłkowe w prowadzonych postępowaniach wyjaśniających i antymonopolowych w sprawach dotyczących cen rażąco niskich.

Organy orzecznicze przy wykorzystaniu metody TAT kierują się następującymi zasadami:

- cena wyższa od średniego jednostkowego kosztu całkowitego nie jest ceną drapieżną;
- cena równa średniemu jednostkowemu kosztowi zmiennemu lub wyższa od tego kosztu nie jest ceną drapieżną;
- cena niższa od średniego jednostkowego kosztu zmiennego może zostać uznana za cenę drapieżną, i przez to za naruszającą prawo ochrony konkurencji.

Nawet jeżeli cena okaże się niższa od średniego jednostkowego kosztu zmiennego, przedsiębiorca może obalić zarzut stosowania cen drapieżnych przez przedstawienie innego, rzetelnego uzasadnienia dla jej niskiego poziomu. W praktyce stosowania prawa konkurencji uznaje się jednak najczęściej, że cena niższa od średniego

⁹ Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, op.cit., art. 9 ust. 2 pkt 1.

jednostkowego kosztu zmiennego jest w istocie przejawem nadużycia pozycji dominującej. Ważne jest jednak udowodnienie przez organ antymonopolowy antykonkurencyjnego zamiaru stosowania takich cen przez przedsiębiorstwo.

Precedensowym przykładem zastosowania wspólnotowego prawa konkurencji przeciwko praktyce cen drapieżnych jest sprawa *Tetra Pak*¹⁰. W polskim orzecznictwie podobne znaczenie ma decyzja Prezesa UOKiK dotycząca praktyki stosowanej przez Marquard Media Polska Sp. z o.o. wobec Katowickiego Towarzystwa Kapitałowego „Sport” Sp. z o.o.¹¹.

Relacje cenowo-kosztowe na rynku prasowym

Dla wyjaśnienia różnicy pomiędzy praktyką antykonkurencyjną w formie ceny rażąco niskiej, stosowanej w celu eliminacji konkurencji, a ceną niższą do kosztów krańcowych lub przeciętnych kosztów zmiennych posłużymy się przykładem rynku prasy. Rynek ten opisany jest w teorii rynków dwustronnych obok rynków, takich jak: rynek kart kredytowych obejmujący ich użytkowników i akceptujących je sprzedawców, rynek usług medycznych obejmujący lekarzy i pacjentów, rynek gier wideo obejmujący dostawców konsoli i dostawców gier, sieć internetowa obejmująca użytkowników Internetu i jego operatorów (np. Google), rynek gazet i reklam drukowanych w gazetach. Rynki dwustronne charakteryzują się tym, że popyt i podaż organizowana jest przez operatora rynku, a optymalna struktura cen polega na takim ich poziomie, aby obie strony rynku spotkały się i zrealizowały swoje interesy. Im więcej będzie uczestników rynku po obu stronach, tym większe będą ich korzyści oraz operatora rynku (osiąganie efektu sieci). Najlepszym przykładem rynku dwustronnego jest rynek gazet i reklam w nich drukowanych, jak również inne rynki sektorów medialnych zajmujące się produkcją informacji.

Z testu Areedy-Turnera wynikałoby, że, tak jak w odniesieniu do innych produktów, należałoby porównywać koszty wydania gazety z ceną jej sprzedaży (ceną jednego egzemplarza). Takie podejście nie ma jednak uzasadnienia, ponieważ koszty krańcowe takiej produkcji, a także przeciętne koszty zmienne są bardzo niskie i maleją wraz ze wzrostem produkcji, natomiast wysokie są koszty stałe i koszty utopione [14], [17]. Odwołując się do teorii mikroekonomii, można stwierdzić, że klasyczne podejście do analizy kosztów, gdzie krzywa kosztów krańcowych ma kształt litery U, nie sprawdza się w sektorach IT i medialnych, gdzie krzywa kosztów krańcowych ma kształt zbliżony do litery L.

¹⁰ Decyzja Komisji Europejskiej w sprawie IV/31043 *Tetra Pak II* [celex-txt-31992D0163]. Inne decyzje Komisji Europejskiej w sprawie cen drapieżnych to: ECS/AKZO OJ (1985) L 374/1 (1986) Eurofix-Bauco/hilti, OJ (1988) L 65/19 (1989), Napier Bron/British Sugar 88/518 (1988).

¹¹ Decyzja Prezesa UOKiK w sprawie RKT – 35/2006.

W wymienionych wyżej sektorach w miejsce stosowania kalkulacji ceny w oparciu o koszty zaleca się ustalanie ceny w oparciu o wartość przywiązywaną przez nabywcę do towaru (usługi): konsumenci przywiązujący większą wagę do zakupu określonego zasobu informacji powinni płacić wyższą cenę, aniżeli konsumenci przywiązujący mniejsze znaczenie do posiadania tych informacji (ang. *value-based pricing*). Z koncepcji ceny opartej o wartość konsumencką wynika, że test Areedy-Turnera nie ma zastosowania do takiego produktu, jakim jest gazeta. Takie podejście zaprezentowane jest w raporcie KE dotyczącym rynku mediów [7].

Dalszą kwestią w ocenie zarzutów o antykonkurencyjnej lub nieuczciwej polityce cenowej wydawców prasy jest rozstrzygnięcie, czy pomimo uznanej w orzecznictwie i wyjaśnieniach organów antymonopolowych odrębności rynku czytelniczego i powierzchni reklamowej należy łączyć przychody osiągane na tych dwóch rynkach przez wydawcę gazety. Dopiero tak policzony przychód można porównywać z całkowitymi kosztami wyprodukowania gazety, ponieważ koszty zmienne, jak wyżej zostało wyjaśnione, nie są wskaźnikiem właściwym dla produkcji informacji.

W raporcie KE stwierdza się, że pomimo rozróżniania rynków czytelniczego i reklamowego, gazeta jest „(...) jednym finalnym produktem” i lepsza jakość zawartości gazety lub jej niższa cena przyczynia się do zwiększenia jej poczytności, a tym samym powoduje to zwiększenie popytu na powierzchnię reklamową nabywaną przez reklamodawców [7].

W przytoczonej decyzji Prezesa UOKiK w sprawie Marquard Media Polska Sp. z o.o. (patrz przypis nr 11) również zastosowano metodę, w której do kosztów wytworzenia gazety zaliczono „(...) koszty produkcji jednego egzemplarza dziennika wraz z kosztami ogólnymi ponoszonymi przez przedsiębiorcę, a także przychody uzyskiwane ze sprzedaży powierzchni reklamowej”. Tak policzone koszty porównane zostały z przychodami uzyskiwanymi ze sprzedaży jednego egzemplarza dziennika. Z porównania tego wynikało, że cena 1 PLN jednego egzemplarza gazety „(...) nie była ceną kształtującą się na poziomie niższym niż poziom kosztów wydania”. Rozumienie gazety jako zintegrowanego produktu składającego się z zawartości czytelniczego i powierzchni reklamowej jest zgodne z koncepcją rynków dwustronnych.

Podsumowanie

Strategie rynkowe przedsiębiorstw powinny być dostosowane do zmieniających się struktur rynkowych. Monopolistyczna pozycja na rynku właściwym nie musi oznaczać swobody działania firmy, jeżeli rynek zbliżony jest swym charakterem do rynku spornego. W oligopolu możliwość obserwowania zachowań innych sprzedawców nie jest jedynym źródłem informacji strategicznej, ponieważ istotne znaczenie

mają także inne cechy rynku oraz potencjału produkcyjnego sprzedawców. Polityka kształtowania cen w relacji do kosztów powinna uwzględniać pojawienie się rynków dwustronnych. Ewolucja struktur rynkowych oraz płynące z niej przesłanki biznesowe w coraz większym stopniu uwzględniane są przez KE i UOKiK w stosowaniu prawa ochrony konkurencji.

Bibliografia

- [1] Areeda P.E., Tuner D.F., *Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*, "Harvard Law Review" 1975, nr 88.
- [2] Baumol W., Blinder A.S., *Economics. Principles and Policy*, Harcourt, Brace, Jovanovich, Nowy Jork 1979.
- [3] Baumol W., Panzar J., Willig R.D., *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure*, Harcourt, Brace, Jovanovich, Nowy Jork 1982.
- [4] Bishop S., Walter J.M., *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, wyd. 2, Sweet & Maxwell, Londyn 2002.
- [5] Cabral L.M., *Introduction to Industrial Organization*, MIT, 2000.
- [6] Camasasca P.D., Van den Bergh R.J., *Achilles Uncovered: Revising the European Commission's 1997 Market Definition Notice*, Antitrust Bulletin, nr 47, Nowy Jork 2002.
- [7] *Market Definition in the Media Sector – Economic Issues – Report by Europe Economics for the European Commission*, DG Competition, listopad 2002.
- [8] Motta M., *Competition Policy. Theory and Practice*, Cambridge University Press, Cambridge 2004.
- [9] Nardelli M., *Ekonomia przemysłowa*, PWN, Warszawa 1996.
- [10] Rochet J.Ch., Tirole J., *Pletform Competition in Two Sided Markets*, 26 listopada 2001 r., <http://www.dauphine.fr/cgemp/Publications/Articles/TirolePlatform.pdf>.
- [11] Rochet J.Ch., Tirole J., *Two-Sided Markets: A Progress Report*, 29 listopada 2005 r., http://idei.fr/doc/wp/2005/2sided_markets.pdf.
- [12] Samuelson W.F., Marks S.G., *Ekonomia menedżerska*, PWE, Warszawa 1998.
- [13] Scherer M.F., Ross D., *Industrial Market Structure and Economic Performance, Third Edition*. Houghton Mifflin Company, Boston 1990.
- [14] Shy O., *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.
- [15] Stiglitz J.E., *Economics of the Public Sektor*, second edition, W.W. Norton & Company, Nowy Jork, Londyn 1988.
- [16] Tirole J., *The Theory of Industrial Organization*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, Londyn 1988.
- [17] Varian H.R., *Markets for information goods*, University of California, Berkeley, October 1998, <http://www.sims.berkeley.edu>.

NOWE PODEJŚCIE W STOSOWANIU PRAWA KONKURENCJI

Streszczenie

Strategie rynkowe przedsiębiorstw powinny być dostosowane do zmieniających się struktur rynkowych. Na rynku właściwym opisanym jako rynek sporny pozycja monopolistyczna nie musi być tożsama z niezależnością działania przedsiębiorstwa. W oligopolistycznym środowisku rynkowym źródłami informacji, poza obserwacją działań innych sprzedawców, są zdolności produkcyjne sprzedawców lub cechy charakterystyczne rynku. Polityka cen bazująca na kosztach powinna uwzględniać istnienie rynków dwustronnych. Ewolucja struktur rynkowych wraz z biznesowymi przesłankami są w coraz większym stopniu uwzględniane przez Komisję Europejską oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w stosowaniu prawa konkurencji.

SŁOWA KLUCZOWE: POZYCJA DOMINUJĄCA, RYNKI SPORNE, RYNKI DWUSTRONNE, EKONOMIZACJA STOSOWANIA PRAWA KONKURENCJI

NEW APPROACH TO COMPETITION LAW ENFORCEMENT

Abstract

Market strategies of enterprises should be compatible with the changing market structures. On the relevant market that is described as contestable market, monopolistic position is not necessary equal to freedom of enterprises' activities. In the oligopolistic environment, sources of strategic information are, except for observing other sellers, other features as production potential of the sellers or market characteristics. Price policy based on costs should include existence of two-sided markets. The evolution of market structures, together with its business circumstances are increasingly being taken under consideration by the European Commission and the Polish Office for Competition and Consumers Protection in enforcement of competition law.

KEY WORDS: DOMINANT POSITION, CONTESTABLE MARKETS, TWO-SIDED MARKETS, ECONOMIZATION OF COMPETITION LAW ENFORCEMENT

