

Konkurencja i polityka antymonopolowa: wymiar strategii lizbońskiej

Tomasz Bernat

11.1. Wprowadzenie

Strategia lizbońska z 2000 r. jest planem działania obliczonym na dogonienie i prześcignięcie USA pod względem konkurencyjności, innowacyjności czy dynamiki rozwoju. Jako taka zakładała wprowadzenie wielu zmian, które miały doprowadzić do osiągnięcia wyznaczonego celu.

Problematyka, jaka będzie poruszana w niniejszym opracowaniu dotyczy styku dwóch problemów: chęci osiągnięcia wyznaczonego celu (poprawy szeroko rozumianej konkurencyjności) oraz analizy polityki antymonopolowej europejskiej i polskiej w zakresie wspierania ich realizacji. Głównym założeniem rozdziału jest to, iż polityka antymonopolowa może wspierać działania związane z realizacją strategii lizbońskiej w krajach członkach UE.

11.2. Konkurencja, konkurencyjność a działania podmiotów i państw

Konkurencja w gospodarce każdego państwa powinna zajmować naczelne miejsce w polityce gospodarczej. Jej zasadniczą rolą i celem stosowania jest zwiększanie efektywności podmiotów nią objętych, a także eliminowanie niesprawnych ekonomicznie organizacji, których działanie jest w tym kontekście nieefektywne. Intensywność konkurencji, a co za tym idzie, warunki kształtowania się konkurencyjności, zależą od warunków funkcjonowania gospodarki oraz warunków oddziaływania na nią jej otoczenia zewnętrznego (Ziemieniecki, Żukrowska, 2004). Mamy więc do czynienia z dwoma zasadniczymi jej determinantami w tej skali: warunkami lokalnymi oraz warunkami zewnętrznymi. Warunki wewnętrzne obejmować mogą zarówno czynniki mikro- jak i makrootoczenia. Bardzo dużą rolę odgrywają w nich działania państwa (rządu) sprzyjające wzrostowi konkurencji lub ją ograniczające. Warunki, zewnętrzne mogą obejmować szerokie aspekty międzynarodowe, w tym problemy globalizacji, konkurencji gospodarek czy przynależności do międzynarodowych stowarzy-

szeń polityczno-gospodarczych. Istotne jest tu oddziaływanie międzynarodowych porozumień, których przepisy muszą lub powinny być respektowane przez ich uczestników.

Dzisiejsze gospodarki światowe to złożone ekonomicznie, gospodarczo i politycznie organizacje. Ich zasadniczym elementem są: swoboda przepływu informacji, swoboda przepływu kapitału czy globalizacja. Wymienione działania są podejmowane w poszukiwaniu nowych rynków zbytu i zwiększonej efektywności. Zastosowanie nowoczesnych technik komputerowych pozwala na szybki i niemal bezkosztowy przepływ dowolnie dużych i skomplikowanych informacji. Umożliwia to podmiotom gospodarczym uzyskanie danych niezbędnych do podejmowania decyzji zarządczych. Przykładem są decyzje dotyczące choćby lokalizacji nowych zakładów produkcyjnych, nowych obszarów świadczenia usług (w aspekcie geograficznym) czy też decyzje o zmianie lokalizacji przedsiębiorstwa w poszukiwaniu lepszych warunków działania. Znalezienie właściwych informacji i ich ocena pozwalają z kolei na podjęcie decyzji o przeniesieniu kapitału zainwestowanego w jednym miejscu do innego, bardziej odpowiadającego celom decydenta. Umożliwia to łatwość w przepływie kapitału na świecie pomiędzy różnymi krajami. W tym kontekście ważna jest choćby polityka poszczególnych państw, zachęcająca (lub odstraszaająca) do inwestowania na ich terenie. Przykładem może być tu zachęcanie koreańskiego producenta samochodów Hyundai do wyboru określonej lokalizacji na nową fabrykę. W ostatecznej rozgrywce zwyciężyła oferta Słowacji w konkurencji z ofertą polską. Przyczyn tego stanu rzeczy było, co najmniej kilka, a do najważniejszych zaliczyć można kwestie podatkowe, stan infrastruktury, wykształcenie i dostępność zasobów pracy. Firma globalna, jaką bez wątpienia jest Hyundai, wybrała rozwiązanie bardziej ją satysfakcjonujące, dające szansę na efektywność i wyższy zysk.

Rozwój gospodarki europejskiej (UE), jak i wszystkich innych na świecie, uzależniony jest między innymi od takich inwestycji jak wymieniona wyżej Hyundai. Dobrze w tym kontekście, że koncern ten wybrał państwo należące do UE, a nie kraj z spoza dwudziestki piątki – na przykład Rosję, Ukrainę czy Rumunię. Kraje Unii, chcąc się rozwijać, powinny dawać szansę na napływ kapitału zagranicznego (na przykład amerykańskiego czy azjatyckiego), stosując odpowiednie zachęty dla takich podmiotów. Zakładając, iż głównym kryterium lokalizacji przedsiębiorstwa lub jego fabryk jest efektywność gospodarowania, traktowana jako możliwość generowania zysków ekonomicznych, kapitał zagraniczny będzie umiejscawiał się tam, gdzie będzie istniała taka możliwość. Wówczas środki te będą wpływać na rozwój zarówno lokalnej gospodarki i społeczeństwa, jak i na rozwój państwa czy całego ugrupowania. Przykładem jest Irlandia ze swoją wieloletnią polityką „przyciągania” kapitału inwestycyjnego. Chęć wpłynięcia na większą konkurencyjność państw europejskich w zakresie m.in. przyciągania kapitału inwestycyjnego, wpłynął na decyzję Komisji Euro-

pejskiej, która postanowiła w roku 2000 „wziąć sprawy w swoje ręce” i nakreślić plan rozwoju. Stworzono wówczas strategię lizbońską.

Z ekonomicznego punktu widzenia napływ nowych inwestycji i działania dużych podmiotów gospodarczych obok niewątpliwych korzyści mogą nieść ze sobą także problemy. Jednym z nich jest kwestia ograniczania konkurencji poprzez monopolizację rynku. Duże podmioty wchodząc na nowy dla siebie rynek, na którym działają lokalni dostawcy, lub przejmując krajowy podmiot stwarzają niebezpieczeństwo ograniczenia konkurencji. Efektem ich działań może być monopolizacja rynku, która prowadzi do negatywnych konsekwencji dla konsumentów, jak i gospodarki (Aiginger i Pfaffermayr, 1997). Z jednej strony, państwa pożądamy nowych inwestycji kapitałowych, z drugiej zaś istnieje obawa o zbytne zmonopolizowanie rynku. Problem ten odnosi się także do wspomnianej wyżej strategii lizbońskiej. Zasadniczym jej celem jest doprowadzenie działaniami polityczno-gospodarczymi do tego, aby gospodarka zjednoczonej Europy stała się do roku 2010 najbardziej konkurencyjną, dynamiczną oraz najszybciej rozwijającą się strukturą gospodarczą na świecie (*Strategia lizbońska*, 2002). Przyjęcie tego celu wynikało przede wszystkim z porównania gospodarek 15 krajów „starej Unii” z gospodarką amerykańską oraz z dostrzeżenia poważnych różnic, na niekorzyść gospodarki europejskiej. Działaniami strategii lizbońskiej postanowiono podjąć działania mające na celu zwiększenie tempa rozwoju krajów „15”, a następnie rozszerzonej UE. Analizując opracowany program w tym kontekście można założyć, iż jednym z jego priorytetów powinna być budowa takiej gospodarki zjednoczonej Europy, która będzie w stanie konkurować z innymi państwami i ugrupowaniami światowymi o nowe inwestycje lub „przyciągnięcie” najlepszych światowych podmiotów do Europy z państw ich pochodzenia lub działania.

11.3. Działania podmiotów gospodarczych a problem pozyskiwania dominacji

Przedsiębiorstwa działające w określonym otoczeniu gospodarczym spotykają się na rynku z bezpośrednią lub potencjalną konkurencją. Wynikiem tego spotkania jest rywalizacja o ograniczone zasoby odbiorców; skutkiem ubocznym zaś – konieczność znalezienia najefektywniejszej metody wytwarzania dóbr lub świadczenia usług, która pozwoli przedsiębiorstwu przetrwać i rozwijać się. Konkurencja taka zapewnia najefektywniejszą alokację ograniczonych zasobów: pracy, kapitału i ziemi (Schwartzman, 1973). Dzięki niej konsumenci uzyskują dużą ilość różnorodnych wyrobów, których ceny odzwierciedlają faktyczny, włożony „wysiłek” produkcyjny. Przedsiębiorstwa dzięki swoim działaniom, produktom, reklamie znajdują coraz większą grupę odbiorców i rozwijają się

szybciej niż konkurencja, uzyskując pozycję dominującą na rynku. Powstaje znaczące pytanie: w którym miejscu przedsiębiorstwo zmienia się z konkurenta rynkowego w gracza rynkowego posiadający określony stopień dominacji? Odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa i ma wiele wątków, zależnych nie tylko od samego udziału w rynku danego produktu. Problem, który się wówczas rodzi, dotyczy wykorzystania tej siły. Czy jej użycie będzie dotyczyło wyłącznie dalszego zwiększania efektywności działania i przez to zarabiania coraz większych pieniędzy, czy też wykorzystywane będą inne środki pomagające utrzymać osiągniętą pozycję bez zwiększania efektywności z niekorzyścią dla rynku? W pewnej mierze problem ten zdeterminowany jest źródłem uzyskania pozycji dominującej.

Przedsiębiorstwa mogą poprzez wykorzystanie efektów skali produkcji podjąć trud rozwoju szybszego niż konkurencja (Strategor 1995). Jego skutkiem może być zwiększanie się siły rynkowej podmiotu oraz coraz większy stopień dominacji na rynku. Jest to sytuacja niejako naturalna, gdyż wywodzi się z analizy tradycyjnych praw rynku i zachowania podmiotów gospodarczych. Przedsiębiorstwa stawiają wówczas na konkurencję cenową, gdyż pozwalają im na niskie koszty jednostkowe produkcji, uzyskane dzięki efektowi doświadczenia. Jest to jednocześnie bardzo skuteczna metoda walki.

Przykładem może być Microsoft wraz z problemem dominacji na rynku systemów operacyjnych do komputerów osobistych (McKenzie i Shughart, 1998). Prawnicy zaangażowani w tę sprawę orzekli, iż spółka uzyskała i bezprawnie wykorzystuje siłę rynkową wynikającą z własności systemu Windows dla potrzeb utrzymania i zwiększania swojego monopolu. Działania podjęto w imieniu konsumentów, dla zapewnienia im możliwości wyboru pomiędzy konkurencyjnymi programami (systemami operacyjnymi). Pojawiły się jednak wątpliwości, czy faktycznie jest to monopolista, działający bezprawnie, stosujący nieuczciwe formy konkurencji, o co oskarżano ten podmiot gospodarczy (Cohen i Jackson, 1999)? Problemy dotyczyły między innymi zdefiniowania pojęcia „monopolista”, „siła monopolowa” czy „nieuczciwa konkurencja” odnoszącymi się dokładnie do zaistniałych warunków. Efektem tych działań była sytuacja, w której amerykańskie prawo antymonopolowe oraz prawnicy przyczynili się do powstania trudności w jednej z najbardziej znanych na świecie spółek, uznawanych za synonim sukcesu.

Inną możliwością rywalizacji o dominację na rynku jest pójście „drogą na skrót”. Przedsiębiorstwa zamiast walki poprzez lepsze wykorzystanie zasobów, większą efektywność produkcyjną i rynkową, mogą przeznaczyć część swoich zasobów na działania nierynkowe, ale mające na celu uzyskanie dominacji (Tullock, 1967). Działania takie mogą być nakierowane na decydentów państwowych zapewniających przywileje państwowe lub prawa monopolistyczne. Dotyczą wówczas subsydiowania, zwolnień podatkowych, ochronnych taryf,

kwot importowych czy innych ułatwień dla działalności tych podmiotów, a ograniczających decyzje konkurencji (Mitchell i Munger, 1991). Działania mogą polegać także na ograniczaniu konkurencji poprzez różnego rodzaju porozumienia kartelowe. Przedsiębiorstwa, zawierając tajną zmwę, doprowadzają do sytuacji, w której ich siła monopolistyczna może być wykorzystana do uzyskania większych zysków bez konieczności zwiększania efektywności wytwarzania czy zwiększania produkcji. Odbywa się to kosztem ich klientów, którym ogranicza się ich poziom bogactwa (ich dochody rozporządalne) przez narzucanie większych cen sprzedaży¹. Kolejną przyczyną monopolizacji rynku w kontekście drogi „na skróty” jest sytuacja, jaka ma miejsce w krajach byłego bloku wschodniego. Zmiany systemowe gospodarek pozostawiły w tych krajach „spadek” w postaci zmonopolizowanych rynków, w których działające przedsiębiorstwa należą do państwa lub też do niedawna posiadały takiego właściciela. Słaby i nie do końca rozwinięty rynek pozwala im korzystać z przywilejów podmiotów dominujących, które na dodatek za właściciela mają instytucje mogącą wpłynąć na ich rynek.

Przykładem wymienionych wyżej aspektów może być sprawa spółki Metropole (Miąsik, 2004). Była to spółka *joint-venture*, której celem było uruchomienie płatnej telewizji cyfrowej, mającej być przeciwwagą dla Canal Plus, dominującej na rynku francuskim. Umowie towarzyszyła klauzula wyłączności na dostęp do kanałów telewizyjnych nadawanych przez jej udziałowców oraz zakaz konkurencji. Pomimo zwiększenia liczby graczy na rynku (nowy, znaczący podmiot) Komisja Europejska stwierdziła, iż ogranicza ono konkurencję poprzez zakaz konkurencji udziałowców.

Drugim przykładem może być silna pozycja Telekomunikacji Polskiej S.A. na rynku telekomunikacji w Polsce². Przedsiębiorstwo to odziedziczyło po czasach socjalistycznych dominującą pozycję na rynku. Podobnie jest zresztą w innych krajach dawnego bloku wschodniego. Problem ten widoczny jest także w państwach starej „15” UE, gdzie znaczna część podmiotów nadal należy do państwa. W większości przypadków przedsiębiorstwa na tym rynku wykorzystują: swoją siłę pochodzącą z najlepiej rozwiniętej sieci telefonii kablowej (a więc dystrybucji) oraz przywileje, jakich przez wiele lat udzielały im państwa³. Ich działania ograniczają konkurencję lub eksploatują konsumentów. Przypadki ta-

¹ Nie są to oczywiście jedyne możliwe rodzaje porozumień ograniczających konkurencję. Często brana jest także pod uwagę sytuacja legalnych połączeń przedsiębiorstw lub fuzji dokonywanych przez potentatów rynkowych.

² Zgodnie z oceną UOKiK (2004) pozycję dominującą na krajowym rynku połączeń międzyoperatorskich w zakresie tego rodzaju dostępu do Internetu ma Telekomunikacja Polska S.A., do której sieci stacjonarnej należy 93% wszystkich abonentów.

³ Można wręcz założyć, iż właściciel – państwo – nigdy nie powinien podejmować decyzji nie służących dobru swojego przedsiębiorstwa, czyli decyzji związanych z osłabieniem siły podmiotu w stosunku do konkurencji

kie się zdarzają, czego przykładem może być decyzja polskiego urzędu antymonopolowego (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów) nakładająca karę 20 mln zł na Telekomunikację za praktyki nieuczciwej konkurencji i wykorzystywanie pozycji dominującej⁴.

11.4. Strategia lizbońska a polityka rozwijania i ochrony konkurencji

Obok głównego celu strategii, jakim jest wpłynięcie na stan gospodarki członków Unii Europejskiej zakłada ona sześć zasadniczych priorytetów (*Strategia lizbońska*, 2002), z których połowa bezpośrednio odnosi się do kwestii związanych z rozwojem i ochroną konkurencji. Są to działania dotyczące:

- » liberalizacji telekomunikacji,
- » liberalizacji rynków energii i gazu,
- » małych i średnich przedsiębiorstw.

Oczywiście nie należy sądzić, iż pozostałe priorytety nie mają nic wspólnego z konkurencją. Zarówno reforma europejskiego rynku pracy, rynku papierów wartościowych i polityka transportowa zawierają aspekty związane z konkurencją. Szczególny jednak nacisk w kontekście niniejszej pracy należy położyć na wymienione wyżej obszary.

Problematyka związana z liberalizacją rynków telekomunikacji oraz energii i gazu wynika z faktu, iż branże te w gospodarkach krajowych uznawane były (i nadal są) za strategiczne i jako takie powinny podlegać ścisłej regulacji i ochronie państwa. Przedsiębiorstwa, które je tworzyły, były w większości państwowymi i na dodatek monopolizującymi rynek. Spowodowało to, iż zaczęto myśleć nad ograniczeniem regulacji w tym zakresie, których efektem powinna być większa konkurencja. Przykładem takich działań może być orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z 1985 r. w sprawie *British Telecom*, mówiące, iż usługi telekomunikacyjne są działalnością gospodarczą, a zatem podlegają postanowieniom Traktatu Rzymskiego, czyli między innymi swobodzie przepływu usług

⁴ Kara za uchylanie się TP S.A. od podpisania umów o współpracy międzyoperatorskiej z niezależnymi dostawcami tzw. komutowanego dostępu do internetu (tj. za pośrednictwem modemu). Działanie to stanowi praktykę naruszającą konkurencję. Decyzji tej nadany został rygor natychmiastowej wykonalności. Prezes Urzędu (UOKiK, 2004) nałożył przy tym na Telekomunikację Polską karę w wysokości 20 mln zł. Przy podejmowaniu decyzji i ustalaniu wysokości kary pieniężnej Prezes UOKiK wziął pod uwagę fakt, że opisywana praktyka TP S.A. ma podwójny wymiar – antykonkurencyjny i antykonsumencki. Istnienie umów stwarzających równoprawne warunki świadczenia usług przez operatorów ISP i Telekomunikację Polską jest, bowiem – z jednej strony – podstawą do ukształtowania się konkurencji na rynku dostępu do internetu za pomocą modemów; z drugiej – umożliwiłoby dostawcom niezależnym obniżenie cen za usługi internetowe.

oraz zasadom konkurencji. Realizacja zapisów strategii powinna ograniczyć w tej branży regulacje odnoszące się do funkcjonowania rynków (pozostawiając je na poziomie UE), uprościć przepisy dotyczące wejścia na rynek nowych podmiotów czy stymulować większą konkurencję. W kwestii problemu monopolizacji, strategia sugeruje pozostawienie regulacji państwowych na poziomie narodowym wyłącznie w stosunku do podmiotów dominujących o znaczącej pozycji na rynku oraz wyznaczyć nowe, uproszczone zasady wchodzenia na rynek. Redefinicji powinno też podlegać znaczenie dominującej pozycji rynkowej (i to zarówno w odniesieniu do rynku wspólnotowego, jak i narodowych).

Zasadniczo plan zawarty w strategii lizbońskiej wytycza dla rynków energii zasady funkcjonowania w skali UE. Dotyczą one:

- » dostępu do sektora wytwarzania i przesyłu energii, ze szczególnym nastawieniem na wzmacnianie konkurencji tych tradycyjnie zmonopolizowanych branż,
- » przejrzystości systemów finansowych, a więc także zasad ustalania cen,
- » dostępu do systemu elektroenergetycznego,
- » stopniowego otwierania rynku dla wszystkich grup odbiorców, czyli do promowania zasad konkurencyjnego oferowania i wybierania dostawców przez niezależnych klientów.

Ostatnim z omawianych priorytetów jest rola małych i średnich przedsiębiorstw. Wzorem USA, jak i bazując na wynikach badań, Komisja Europejska „zauważyła” znaczną rolę i znaczenie sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w gospodarce UE. Stwierdzono wręcz (*Komunikat Komisji...*, 2005), iż sektor MSP jest podporą europejskiej gospodarki oraz głównym źródłem miejsc pracy dla Europejczyków. Jednocześnie wskazano na dużą wrażliwość tych podmiotów gospodarczych na zmiany przepisów i regulacji państwowych. Postanowiono, zatem, iż priorytetem strategii lizbońskiej w odniesieniu do tego sektora będzie jego szybki rozwój. Działania tego sektora gospodarki wpływają bowiem zarówno na wzrost innowacyjności i zatrudnienia, jak i usprawniają społeczną integrację. Zmiany powinny dotyczyć w szczególności obszarów: czasu i kosztów utworzenia nowych podmiotów, wzrostu przedsiębiorczości i innowacyjności, dostępności instrumentów finansowych dla sektora czy wreszcie pomocy państwa w rozwoju i kształtowaniu małych i średnich przedsiębiorstw. Dylemat w tym względzie dotyczy głównie tego, iż pomimo wiedzy, jaką dysponują europejscy urzędnicy oraz pomimo wielości opracowań i zaleceń, w tym strategii lizbońskiej, nadal brak jest widocznych efektów. Europa nie nadąża za swoimi „rywalami”, jak USA i Japonia, nie tylko na drodze rozwijania przedsiębiorczości, ale w innych zagadnieniach, jak ograniczanie bezrobocia, długości czasu pracy, udziału kobiet. Istotne jest jednak to, iż dostrzeżono konieczność nowego

podejścia do sektora MSP, ważnego przecież dla całej gospodarki i obywateli zjednoczonej Europy.

11.5. Polityka ochrony konkurencji w Unii Europejskiej i w Polsce a strategia lizbońska

Jednym z zasadniczych celów powołania unii gospodarczej w obrębie państw europejskich była chęć stworzenia wspólnego rynku, na którym obowiązywałyby takie same zasady dla wszystkich. Dostęp do tego rynku byłby niczym nieograniczony dla wszystkich podmiotów znajdujących się na terytorium wspólnoty. W tym znaczeniu istotne znaczenie mają wspólne reguły konkurencji obowiązujące wszystkich „graczy”. Ze względu na wagę swobód, pojęcie ochrony konkurencji przed jej ograniczaniem znalazło swoje miejsce w traktacie ustanawiającym Wspólnotę Europejską⁵. Z przepisów traktatu wynika jasno, iż celem wspólnotowego prawa jest ochrona mechanizmu konkurencji, jako najlepszego sposobu podniesienia poziomu życia obywateli Unii oraz konkurencyjności gospodarki europejskiej. Zakładając, iż gospodarka Europy będzie dążyć do modelu wolnorynkowego, istotne staje się przestrzeganie prawa antymonopolowego, które ma na celu podnoszenie efektywności (gospodarki i przedsiębiorstw). Celem samym w sobie jest także, zgodnie z tymi przepisami, ochrona interesów konsumentów przed wynikającym z nadużycia siły rynkowej transferem dobrobytu. Działanie unijnego prawa antymonopolowego obejmuje wykorzystanie dominującej pozycji przedsiębiorstw (do różnych działań – niekoniecznie tylko podnoszenia ceny) oraz problematykę różnorodnych porozumień (zarówno poziomych, jak i pionowych) zachodzących pomiędzy przedsiębiorstwami (w tym również kwestie łączenia się podmiotów i przejęć).

Polska, jako nowy członek UE, ma obowiązek dostosowania swoich norm do prawodawstwa unijnego. Aktualnie obowiązujące przepisy antymonopolowe i chroniące konsumentów (*Ustawa o ochronie...*, 2000) są w znacznej mierze zbieżne z unijnymi (Miąsik, 2004). Ustawa „antymonopolowa” ma na celu realizację dwóch zadań: ochronę konkurencji oraz ochronę konsumentów. Wyjaśniając szerzej: ochronę mechanizmu konkurencji, jako instrumentu podnoszącego efektywność działań oraz ochronę konsumentów przed eksploatacją ze strony silniejszych uczestników rynku. Negatywnie należy oceniać w myśl ustawy te działania i ich skutki, które wywołują lub mogą być utożsamiane z działalnością monopolu i naruszają suwerenność konsumenta, jako głównego decydenta rozstrzygającego o sukcesie lub porażce profesjonalnych uczestników rynku (Miąsik, 2004).

⁵ Obejmują one przepisy artykułów od 81. do 89. Traktatu Wspólnoty Europejskiej.

W obu wymienianych wyżej przypadkach powołane są specjalne organy nadzoru antymonopolowego, których głównym zadaniem jest stosowanie odpowiednich przepisów prawa⁶. Na poziomie europejskim rozstrzygnięć dokonują właściwe organy Komisji Europejskiej (np. Committee on Internal Market and Consumer Protection), w Polsce zaś – UOKiK.

11.6. Wnioski końcowe

Bazując na wyżej opisanych zależnościach należy zadać dwa pytania. Jaki jest związek prawa antymonopolowego ze strategią lizbońską? Czy w ogóle istnieje? Odpowiedź na oba pytania musi być pozytywna. Wynika to, co najmniej z kilku faktów.

1. Prawo antymonopolowe w UE ma o wiele dłuższą historię niż strategia lizbońska. Założyciele Unii już w pierwszych traktatach stanowiących EWG odwoływali się do problematyki ochrony konkurencji. Założenia strategii musiały, zatem brać pod uwagę dotychczasowe ustawodawstwo.
2. Same zapisy strategii odnoszą się pośrednio do prawa antymonopolowego. Wspomniane już wyżej sugestie dotyczące liberalizacji wybranych sektorów nakładają do ograniczania regulacji państwowych poza wyjątkami, w których przedsiębiorstwa branży wykorzystują dominującą pozycję. Należy zatem wykorzystywać istniejące prawodawstwo antymonopolowe.
3. Strategia lizbońska zakłada powstanie regulacji dotyczących wspólnych zasad otwierania i wchodzenia na rynki zmonopolizowane. Ważne są tu przepisy regulujące kwestie łączenia się podmiotów i przez to uzyskiwania pozycji dominującej.
4. Istotna jest rola sektora MSP. Obok jak najbardziej słusznych kwestii związanych z zakładaniem czy finansowaniem takich przedsiębiorstw, należy wagę należy przywiązywać do ochrony nowych – słabych podmiotów przed brutalną konkurencją. Przykładem mogą być tu mali operatorzy telekomunikacyjni w Polsce i ich starcia z dominującym podmiotem – TP S.A.
5. Istotne jest rozsądne szafowanie prawem antymonopolowym. Łatwo jest bowiem atakować duży podmiot gospodarczy ze względu na jego siłę rynkową, zapominając, iż niekoniecznie musi on wykorzystywać swoją potęgę do eksploatacji konsumentów. W branżach, o których wspomniano wyżej, ze względów technologicznych muszą funkcjonować duże podmioty gwarantujące zarówno stabilność, jak i ich odpowiedni poziom dostaw, ze względu choćby na efekty skali produkcji. Działanie prawa musi być zatem

⁶ Prawo to jest bardzo rozbudowane i nie jest możliwym przedstawienie choćby w zarysie jego postanowień. Dlatego też nie będzie ono tu szerzej omawiane.

wypośredkowane – należy znaleźć równowagę pomiędzy tym co złe i dobre dla rynku i jego podmiotów (zwłaszcza konsumentów i przedsiębiorstw).

6. Polityka antymonopolowa może pośrednio wpłynąć na realizację wybranych założeń strategii, na przykład rozwinięcie inicjatywy „eEurope – an Information Society for All” (Społeczeństwo informacyjne dla wszystkich). Sprawne wprowadzenie polityki konkurencji i jej ochrona do sektora teleinformatycznego zwiększy liczbę telefonów na jednego mieszkańca Europy oraz co ważniejsze umożliwi szerszy dostęp do Internetu, w tym dla zastosowania w biznesie.

Konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw oraz gospodarek w dzisiejszym świecie to nie tylko puste słowa publicystyczne. Stanowią one o miejscu, roli i sile państw oraz ich podmiotów na arenie międzynarodowej. Porównania dokonywane na tym tle wyraźnie wskazują, że Unia Europejska nie jest konkurencyjna wobec USA (Balcerowicz, 2004; Winiecki, 2004). Dlatego też powstał „plan ratunkowy”, który nazwano – od miejsca jego powstania – strategią lizbońską. O tym, iż jest to dotychczas wyłącznie plan, przekonują wyniki jego wdrażania (Winiecki, 2004). Nie mniej ważna jest również chęć i możliwość wdrożenia zakładanych celów antymonopolowych i promujących konkurencję. W tym zakresie strategia lizbońska promuje bardzo dobre pomysły. Są one zbieżne z dotychczasową polityką UE w kwestii ochrony konkurencji. Prawo antymonopolowe Unii i Polski może wspomóc wprowadzanie w życie postanowień strategii lizbońskiej.

Bibliografia:

1. Aiginger K., Pfaffermayr M. (1997), *Looking at the Cost Side of "Monopoly"*, "The Journal of Industrial Economics", vol. 45, No. 3.
2. Balcerowicz L. (2004), *American dream*, "Wprost" nr 1103.
3. Cohen A., Jackson D. (1999), *Microsoft Enjoys Monopoly Power...*, "Time", Vol. 154, Issue 20.
4. Komunikat Komisji do Rady i Parlamentu Europejskiego z dnia 08.02.2005. *Sprawozdanie w sprawie wdrażania Europejskiej Karty Małych Przedsiębiorstw SEC (2005)*, 167-170
5. McKenzie R. B., Shughart II, W. F. (1998), *Is Microsoft a monopolist?*, "Independent Review", Vol. 3, Issue 2.
6. Miąsik D. (2004), *Reguła rozsądku w prawie antymonopolowym*, Zamykacze, Kraków.
7. Mitchell W. C., M. Munger (1991), *Economic Models of Interest Groups: An Introductory Survey*, "American Journal of Political Science", Vol 512, No. 35.
8. Orłowski W. M. (2004), *Agenda warszawska*, "Wprost" nr 1148.

9. Schwartzman D. (1973), *Competition and efficiency: comment*, "Journal of Political Economy", Vol 81, No 3.
10. *Strategia lizbońska. Droga do sukcesu zjednoczonej Europy* (2002), Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa.
11. Strategor (1995), *Zarządzanie firmą*, PWE, Warszawa.
12. Tullock G. (1967), *The welfare Costs of Tariffs, Monopolies and Theft*, "West Economics Journal", Vol 224, No. 5.
13. *Ustawa z 15 grudnia 2000 r o ochronie konkurencji i konsumentów*, Dz. U. nr 86, poz. 804, z późniejszymi zmianami.
14. Winiecki J. (2004), *Na zdechłym mustangu*, „Wprost” nr 49.
15. www.uokik.gov.pl, stan na 09.12.2004
16. Ziemięcki J., Żukrowska K. (2004), *Konkurencja a transformacja w Polsce, wybrane aspekty polityki gospodarczej*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.