

URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

DELEGATURA W GDAŃSKU

80-824 GDAŃSK, UL. PODWALE PRZEDMIEJSKIE 30

TEL. (0-58) 346-29-32, TEL/FAX (0-58) 346-29-33, TEL. CENTRALA (0-58) 301-50-21

E-MAIL: GDANSK@UOKIK.GOV.PL

Gdańsk, 6 czerwca 2000r.

RGD.536-1/2000/HK

DECYZJA NR RGD.15/2000

Na podstawie art. 104 K.p.a. i art. 8 ust. 1, w związku z art. 5 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 24 lutego 1990r. o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów (tekst jednolity: Dz.U. z 1999r., Nr 52, poz. 547), odmawia się uwzględnienia żądania Stowarzyszenia Użytkowników Telewizji Kablowej „ZACHÓD” z siedzibą w Szczecinku w przedmiocie stwierdzenia stosowania praktyki monopolistycznej polegającej na nadużywaniu przez Agencję Handlową „GAWEX” s.c. z siedzibą w Szczecinku pozycji dominującej na lokalnym rynku dostaw sygnału telewizji kablowej poprzez nieuczciwe oddziaływanie na kształtowanie się opłat przyłączeniowej i abonamentowej.

UZASADNIENIE

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęło pismo Stowarzyszenia Użytkowników Telewizji Kablowej „ZACHÓD” w Szczecinku o wszczęcie postępowania administracyjnego w sprawie stosowania przez operatora telewizji kablowej pod nazwą Agencja Handlowa „GAWEX” s.c. w Szczecinku tzw. „promocji”, polegającej na zwolnieniu z opłaty instalacyjnej i abonamentowej oraz umożliwieniu dostępu do programów kodowanych znajdujących się w jego ofercie tym z dotychczasowych klientów wnioskodawczyni, którzy zrezygnowali z jej usług.

Jak wynika z uzasadnienia wniosku, uczestniczący w sporze operatorzy są jedynymi dostawcami sygnału telewizji kablowej na terenie Szczecinka, z tym, że zdaniem Stowarzyszenia, AH „GAWEX” s.c. nie tylko „osiągnęła pozycję dominującą, gdyż jej udział w rynku przekroczył 60%”, ale zmierza do „zmonopolizowania rynku”.

Realizacji tego celu mają służyć nie tylko intensywne i długotrwałe działania promocyjne, naruszające przepisy ustawy o przeciwdziałaniu [...], ale i *„umyślne niszczenie przyłączy wnioskodawcy przez pracowników uczestniczki, identyczne formularze wypowiedzeń umów z wnioskodawcą, ten sam charakter pisma na drukach wypowiedzeń i kopertach zawierających je – wskazujący na udział pracownika AH „Gawex”.”* Skarżony przedsiębiorca wielokrotnie też *„udostępniał odbiorcom programy telewizyjne poniżej cen ich zakupu, posuwając się nawet do ich emisji bez zgody i wiedzy, a nawet wbrew zakazom ich właścicieli.”*

Urząd ochrony Konkurencji i Konsumentów, biorąc powyższe pod uwagę, w dniu 14 lutego 2000r. wszczął przeciwko Agencji Handlowej „GAWEX” s.c. w Szczecinku postępowanie administracyjne pod zarzutem stosowania przez tego operatora praktyk monopolistycznych polegających na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku dostaw sygnału telewizji kablowej poprzez nieuczciwe oddziaływanie na kształtowanie opłat przyłączeniowo-abonamentowych w celu eliminacji konkurencji, co może wyczerpywać znamiona zachowania zakazanego z mocy art. 5 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 24 lutego 1990r. o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów (tekst jednolity: Dz.U. z 1999r., Nr 52, poz. 547).

Skarżony przedsiębiorca, odpowiadając pismem z dnia 22 lutego 2000r. na postawione mu zarzuty, wniósł o ich oddalenie wskazując, iż:

- brak jest, jego zdaniem, przesłanek potwierdzających posiadanie przez niego pozycji dominującej na lokalnym rynku dostaw sygnału telewizji kablowej w Szczecinku, a *„żadne ustalenia, porozumienia, zakazy – nie powodują konieczności ograniczenia zasięgu obu działających telewizji kablowych”,*
- aczkolwiek od początku swojej działalności stosował różnego rodzaju akcje promocyjne (związane z okresami świątecznymi, wakacyjnymi bądź rocznicowymi), to działania tego rodzaju mają charakter powszechny i są nieodłącznym elementem każdej działalności gospodarczej (nie stroni od nich również skarżący operator),
- z promocji kwestionowanej przez TK „ZACHÓD” (kierowanej do wszystkich potencjalnych odbiorców, tj. zarówno tych, którzy korzystają z usług wnioskodawczyni, jak i tych, dla których *„przyłączy TVK jest nowością”*) mogą skorzystać tylko ci odbiorcy, którzy umowy zawartej z AH „GAWEX” nie wypowiedzą przed upływem 18 miesięcy (wcześniej-

sze zerwanie umowy będzie skutkowało koniecznością opłacenia pełnej należności za przyłączenie),

- od początku funkcjonowania obu operatorów na obszarze Szczecinka, TK „ZACHÓD” stosuje zasadę pobierania niższej opłaty abonamentowej oraz przyłączeniowej niż AH „GAWEX”.

Pismem z dnia 2 marca 2000r. Urząd wezwał uczestników postępowania do przekazania mu danych dotyczących liczby obsługiwanych abonentów, „zawartość” proponowanej oferty programowej, wysokości opłaty przyłączeniowej i abonamentowej oraz informacji nt. dotychczas prowadzonych przez nich akcji promocyjnych. Otrzymane odpowiedzi zestawiono w poniższej tabelicy.

	SUTK „ZACHÓD”	AH „GAWEX” s.c.
LICZBA OKABLOWANYCH MIESZKAŃ*	[...]	[...]
LICZBA ABONENTÓW*	[...]	[...]
OFERTA PROGRAMOWA	10 programów radiowych; 40 programów telewizyjnych	programy radiowe (brak danych) 39 programów telewizyjnych
OPLATA ABONAMENTOWA	15zł (pakiet <i>pełny</i>) 12zł (pakiet <i>pomniejszony</i>)	20zł
OPLATA PRZYŁĄCZENIOWA	60zł (z możliwością rozłożenia na raty)	100zł
PROMOCJE	okresowe zmniejszenie opłaty przyłączeniowej (nawet do 50%) w okresach świątecznych lub wakacyjnych, nie stosuje się obniżek opłat abonamentowych	okresowe zmniejszenie opłaty przyłączeniowej (nawet do symbolicznej wysokości 1zł) stosuje się obniżki opłat abonamentowych dla osób, które udokumentują trudną sytuację materialną

* - dane dotyczące SUTK „ZACHÓD” według stanu na dzień 1 maja 2000r., dane dotyczące AH „GAWEX” według stanu na dzień 14 lutego 2000r.

ORGAN ANTYMONOPOLOWY, ANALIZUJĄC ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, USTALIŁ I ZWAŻYŁ CO NASTĘPUJE.

Zgodnie z treścią art. 5 ust. 1 pkt 5 ustawy o przeciwdziałaniu [...] praktyką monopolistyczną jest nadużywanie przez przedsiębiorcę pozycji dominującej na rynku poprzez „nieuczciwe oddziaływanie na kształtowanie cen, w tym cen odsprzedaży, oraz sprzedaż poniżej kosztów w celu eliminacji konkurentów.” Gramatyczna

wykładnia powołanego przepisu pozwala na stwierdzenie, że „kryteria nieuczciwości oddziaływania na kształtowanie cen nie zostały w ustawie o przeciwdziałaniu [...] dookreślone”¹, a zabronione jest, *explicite*, jedynie dążenie do „eliminacji konkurenta”.

Rozstrzygnięcie sporu zaistniałego pomiędzy Stowarzyszeniem Użytkowników Telewizji Kablowej „ZACHÓD” a Agencją Handlową „GAWEX” s.c., funkcjonującymi na terenie Szczecinka, wymaga łącznego przeprowadzenia przez organ antymonopolowy co najmniej następujących czynności:

- delimitacji rynku relewantnego (istotnego, właściwego w niniejszej sprawie),
- zbadania, czy na tak zdefiniowanym rynku AH „GAWEX” s.c. zajmuje pozycję dominującą (monopolistyczną),
- ustalenia, czy pozycja ta została przez w/w operatora nadużyta poprzez nieuczciwe oddziaływanie na kształtowanie cen (upusty w opłacie instalacyjnej i abonamentowej) w celu eliminacji konkurenta.

Praktyki monopolistyczne ujawniają się na rynku, a dominacja przedsiębiorcy nie realizuje się na rynku pojętym ogólnie lecz na rynku istotnym w konkretnej sprawie, z właściwymi mu relacjami konkurencyjności, obejmującymi wszystkich jego uczestników. Definicja rynku relewantnego stanowi zatem kluczowy punkt dalszych rozważań związanych z oceną – z punktu widzenia ustawy o przeciwdziałaniu [...] – tych zachowań AH „GAWEX” s.c., których prawomocność kwestionuje Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Kablowej „ZACHÓD”.

Dla potrzeb ustalenia rynku relewantnego, odnoszącego się do przedsiębiorcy, w stosunku do którego toczy się postępowanie administracyjne i zarazem wskazującego, czy i w jakim stopniu jest on poddany współzawodnictwu ze strony konkurentów, tj. przedsiębiorców działających w porównywalnych warunkach, konieczna jest analiza tych wszystkich elementów, które mają decydujące znaczenie dla treści relacji konkurencyjnych. Pomocna w tej mierze może być zwłaszcza definicja „konkurenta” – w rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu [...] konkurentami są przedsiębiorcy, którzy wprowadzają lub mogą wprowadzać albo nabywają lub

¹ S. Gronowski S., *Ustawa antymonopolowa. Komentarz, Warszawa 1996, s. 131*

mogą nabywać, w tym samym czasie i na tym samym rynku, towary takie same lub – względem siebie – substytucyjne.

W świetle powołanej definicji widać, że określenie rynku relewantnego nie może zostać ograniczone do wymiaru przedmiotowego (towaru lub świadczonej usługi) lecz powinno zawierać również inne składniki, w tym terytorialny i czasowy.

Wyznaczając rynek produktowy należy stosować wąskie kryteria segmentacji, gdyż w przeciwnym wypadku mogłyby zaistnieć trudności w znalezieniu podmiotów o pozycji dominującej, w rezultacie czego przepisy ustawy o przeciwdziałaniu [...], mające zapobiegać jej nadużywaniu, straciłyby rację bytu ze szkodą zarówno dla konsumentów, jak i dla konkurentów. W tym kierunku zmierzało, jak dotąd, zarówno orzecznictwo Sądu Antymonopolowego (por. wyroki z dnia 18 grudnia 1990r., sygn. akt XVII Amr 7/90, z dnia 4 października 1993r., sygn. akt XVII Amr 29/93, oraz z 31 maja 1995r., sygn. akt XVII 9/95), jak i orzecznictwo funkcjonujące w Unii Europejskiej². Równocześnie, korzystanie z tej dyrektywy powinno być jednak na tyle rozważne i wyważone, by nie doprowadziło do sytuacji, w której rynek relewantny obejmowałby, po delimitacji, wyłącznie towar jednego rodzaju, wytwarzany przez jednego producenta, bowiem – jak podnosi się w piśmiennictwie – *„w rzeczywistości nie chodzi jednak o wyodrębnienie możliwie wąsko zakreślonych rynków, lecz o wyznaczenie tego jednego, właściwego w prowadzonej sprawie”*³.

Identyfikacja wymiaru produktowego rynku sprowadza się do wyodrębnienia towarów, w rozumieniu art. 2 pkt 5 ustawy o przeciwdziałaniu [...], w oparciu o ich szczególne własności, m.in. przeznaczenie, funkcje użytkowe i cenę tak, aby odróżnić te towary od innych w taki sposób, że nie istnieje możliwość dowolnej ich zamiany. Chodzi więc tutaj o towary takie same lub z punktu widzenia nabywcy uznawane za substytuty.

² S. Gronowski, *Ustawa antymonopolowa*, s. 75

³ T. Skoczny, *Przeciwdziałanie praktykom monopolistycznym w świetle orzecznictwa*, Warszawa 1994, s. 81

Wychodząc z tego punktu widzenia Urząd stanął na stanowisku, iż wymiar produktowy rynku jest w niniejszym postępowaniu związany z usługami świadczonymi przez operatorów telewizji kablowej, polegającymi na zbiorowym rozprowadzaniu programów telewizyjnych i radiowych, krajowych i zagranicznych, nadawanych za pośrednictwem instalacji naziemnych i stacji satelitarnych, oraz ich programów własnych. Podobne stanowisko znajdowało do marca 1999r. wsparcie również w linii orzeczniczej Sądu Antymonopolowego (por. wyroki z dnia 8 października 1997r., sygn. akt Ama 33/97; z dnia 18 listopada 1998r., sygn. akt XVII Ama 52/98 oraz z dnia 10 marca 1999r., sygn. akt XVII Ama 86/98), który – wskazując na odmiennosc co do jakości, zakresu odbioru i ceny – kwestionował substytucyjność, w stosunku do telewizji kablowej, takich środków medialnych, jak zestawy do indywidualnego odbioru telewizji satelitarnej, usługi operatorów w systemach bezprzewodowego przesyłania programów telewizyjnych czy kasety video (rozprowadzane przez wypożyczalnie).

W wyroku z dnia 17 marca 1999r. Sąd, zmieniając dotychczasowe podejście, uznał, iż istnieją okoliczności, pozwalające na „*traktowanie tradycyjnych operatorów telewizji kablowej oraz operatorów satelitarnej telewizji cyfrowej za konkurentów w rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy antymonopolowej*”, i – definiując rynek relewantny (szerzej niż w zaskarżonej decyzji Urzędu) jako „*krajowy [dop. UOKiK] rynek operatorskich usług telewizyjno-telekomunikacyjnych świadczonych za pośrednictwem urządzeń satelitarnych*” – uwolnił skarżonego operatora telewizji kablowej od zarzutu nadużywania pozycji dominującej, którą ten, zdaniem Sądu, utracił na skutek pojawienia się ofert „WIZJI TV” oraz „CYFRY +”.

Wobec wątpliwości co do poprawności rozszerzającej interpretacji „*treści*” przedmiotu rynku relewantnego, wynikających m.in. stąd, iż orzecznictwo Komisji Europejskiej, w odniesieniu do podobnych sytuacji rynkowych, wyraźnie wskazuje, jak dotąd, na odrębność „*rynku sieci telewizji kablowej*”⁴, Urząd nie może podzielić tego stanowiska, a to dlatego, iż w przeciwnym wypadku nie mógłby żadnemu ope-

⁴ Por. decyzję Komisji Europejskiej z dnia 9 listopada 1994r. w sprawie MSG Media Service, [w:] *Kontrola łączy przedsiębiorstw II*, Warszawa 1998, s. 22 i dalsze

ratorowi telewizji kablowej w żadnych okolicznościach przypisać pozycji dominującej (bądź monopolistycznej), a tym samym – oceniać jego postępowania w kontekście przepisów ustawy o przeciwdziałaniu [...].

Drugim wymiarem rynku relewantnego jest – obok przedmiotowego – **wy-
miar przestrzenny**, zazwyczaj rozumiany jako obszar geograficzny, na którym warunki konkurencji, mające zastosowanie do określonych towarów, są zbliżone dla wszystkich jego uczestników. W niniejszym postępowaniu uznano, iż **ma on charakter lokalny, wyznaczony przez rzeczywisty (i potencjalny) zasięg sieci telewizji kablowych, tworzących trwałą infrastrukturę techniczną służącą przesyłowi programów telewizyjnych i radiowych, usytuowanych w granicach administracyjnych Szczecinka.**

Wreszcie, wobec tego iż uczestnicy sporu rozpoczęli świadczenie usług już na przełomie 1991/1992 roku (SUTK „ZACHÓD” z dniem 21 września 1991r., AH „GAWEX” z dniem 25 marca 1992r.), a wnioskodawca podniósł zarzut stosowania praktyk monopolistycznych przez AH „GAWEX” dopiero w piśmie z dnia 25 stycznia 2000r., zawierającym żądanie wszczęcia postępowania administracyjnego, **ocena spornych między stronami instrumentów cenowych (działań promocyjnych)** – w świetle przepisów ustawy o przeciwdziałaniu [...] – **nie może abstrahować** również od przyczyn, które w/w wystąpienie mogły spowodować, w tym – zwłaszcza – **od zmiennej w czasie dynamiki procesów rynkowych i jej wpływu na przeobrażenia mechanizmu i instrumentów konkurencji.**

Skoro zarzut stawiany skarżonemu operatorowi jest związany z nadużywaniem pozycji dominującej, to kolejnym krokiem niezbędnym do rozstrzygnięcia sporu jest zbadanie, czy na rynku relewantnym (zdefiniowanym jak wyżej), AH „GAWEX” taką pozycję zajmuje.

Stosownie do art. 2 pkt 7 powołanej ustawy, przez pozycję dominującą rozumie się *„pozycję przedsiębiorcy, polegającą na tym, że przedsiębiorca ten nie spotyka się z istotną konkurencją na rynku krajowym lub lokalnym; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%.”* Należy jednak podnieść, że wielkość udziału w rynku, wynosząca co najmniej 40%,

stwarza w kwestii posiadania pozycji dominującej wyłącznie domniemanie prawne (w rozumieniu art. 234 K.p.c.), a decydujący jest przede wszystkim całokształt otoczenia, w jakim dany przedsiębiorca funkcjonuje.

Zgodnie z dokonaną delimitacją, podstawę wyznaczenia pozycji zajmowanej przez AH „GAWEX” na rynku relewantnym powinna stanowić jego wielkość, mierzona liczbą gospodarstw domowych (mieszkań), które – mając swobodny dostęp do sieci operatora (a w wypadku paralelnego okablowania – operatorów) – mogą korzystać (lub nie) z oferowanych im usług, kierując się własną oceną atrakcyjności proponowanej oferty (programowej, cenowej). Wobec trudności metodologicznych związanych z szacowaniem potencjalnej (możliwej do pozyskania) liczby odbiorców sygnału telewizji kablowej na danym rynku, pomiar udziału w nim danego operatora jest zazwyczaj dokonywany na podstawie liczby abonentów aktualnie przez niego obsługiwanych (w odniesieniu do łącznej liczby abonentów wszystkich operatorów świadczących usługi na tym rynku).

Jak wynika z danych znajdujących się w aktach sprawy, wielkość rynku dostaw sygnału telewizji kablowej w Szczecinku, dynamika jego wzrostu oraz struktura podmiotowa kształtowały się w latach 1992-2000 następująco:

ROK	LICZBA ABO- NENTÓW SUTK „ZA- CHÓD”	LICZBA ABO- NENTÓW AH „GAWEX”	RYNEK		
			WIELKOŚĆ (2+3)	DYNAMIKA WZROSTU	STRUKTURA PODMIOTOWA
1	2	3	4	5	6
1992	[...]	[...]	[...]	.	63:37
1993	[...]	[...]	[...]	+58,9%	52:48
1994	[...]	[...]	[...]	+145,7%	39:61
1995	[...]	[...]	[...]	+40,2%	39:61
1996	[...]	[...]	[...]	+17,9%	37:63
1997	[...]	[...]	[...]	+6,8%	36:64
1998	[...]	[...]	[...]	+7,0%	35:65
1999	[...]	[...]	[...]	+5,7%	34:66
2000	[...]	[...]	[...]	-1,6%	33:67

* - stan na dzień 1 maja 2000r., ** - stan na dzień 14 lutego 2000r.

Powyższe zestawienie pozwala na wskazanie kilku przesłanek, istotnych dla ostatecznego rozstrzygnięcia sporu prowadzonego przed Urzędem Ochrony Kon-

kurencji i Konsumentów przez SUTK „ZACHÓD” i AH „GAWEX”:

- w latach 1992-1999 nastąpił dynamiczny, bo 7,5-krotny, wzrost wielkości rynku dostaw sygnału telewizji kablowej w Szczecinku; uczestnicy postępowania partycypowali w nim jednak nierównomiernie: ilość abonentów SUTK „ZACHÓD” wzrosła 4-krotnie, natomiast AH „GAWEX” – 14-krotnie,
- ewolucja rynku lokalnego następowała, w znacznej mierze, zgodnie z koncepcją cyklu życia produktu/sektora⁵; i tak:
 - lata 1992-1995 odpowiadały fazie wprowadzenia i rozwoju (tu: usługi), a tempo wzrostu ilości abonentów sięgało nawet 145% (w 1994r.),
 - lata 1996-1999 – fazie dojrzałości, charakteryzującej się spowolnieniem tempa wzrostu rynku do poziomu 5-7%,
 - rok 2000 – początkowi fazy schyłkowej, przejawiającemu się zmniejszeniem się ilości abonentów ogółem z [...] do [...] (na skutek spadku ilości odbiorców korzystających z usług SUTK „ZACHÓD” szybszego niż przyrost nowych odbiorców AH „GAWEX”),
- wraz z rozwojem rynku zmieniała się jego struktura podmiotowa: w latach 1992-1993 AH „GAWEX” obsługiwała mniej niż połowę rynku, w latach 1994-1995 – 61%, natomiast w latach następnych udział tego operatora powiększał się, średniorocznie, o 1 punkt procentowy,

Wyniki przeprowadzonej analizy, upoważniają, zdaniem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, do postawienia tezy, iż warunki w jakich aktualnie funkcjonują uczestnicy niniejszego postępowania nie pozwalają jednoznacznie przypisać AH „GAWEX” – pomimo posiadania przez tego operatora udziału znacznie przekraczającego 40% – pozycji dominującej, bowiem swoim charakterem są zbliżone raczej do homogenicznego duopolu⁶ – na rynku działa dwóch sprzedawców (dostawców sygnału telewizji kablowej) o porównywalnej wielkości, oferujących podobne produkty (pakiety programów telewizyjnych i radiowych o zbliżonej „zawartości”), dysponujących rezerwami zdolności produkcyjnych (absorpcji nowych abonentów).

Cechą charakterystyczną takiej struktury rynku jest to, iż żaden ze współzawodniczących ze sobą przedsiębiorców nie ma możliwości – właściwej dla pozycji

⁵ M.E. Porter, *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, Warszawa 1992, s. 164 i dalsze

⁶ W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, Warszawa 1997, s. 218-219

dominującej – skutecznego zapobiegania efektywnej konkurencji prowadzącej do ograniczania bądź zmniejszania udziału konkurenta w rynku, czy też podejmowania innych niezależnych działań nie uwzględniających zachowań konkurenta ani kontrahentów (por. w tej sprawie np. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 6 kwietnia 1994r., sygn. akt XVII Amr 52/93).

Ponadto, jak podnosi się w piśmiennictwie, duopol ma tę szczególną własność, iż generuje – paradoksalnie – najwyższy poziom potencjalnej konkurencji między funkcjonującymi w jego ramach podmiotami, która – w wypadku rynków znajdujących się w fazie późnej ekspansji rozwojowej lub dojrzałości (za taki może być uznany rynek dostaw sygnału telewizji kablowej na terenie Szczecinka) – jest prowadzona w znacznej mierze za pomocą instrumentów cenowych, w tym nawet tzw. wojen cenowych⁷. *„Zaostrzenie współzawodnictwa następuje często – jak podnosi się w piśmiennictwie – na początku fazy dojrzałości. [...] Walki cenowe, próby wyrugowania [...] są tego typowymi przykładami”⁸*, bowiem *„wzrost udziału w rynku nie jest [...] możliwy (zwłaszcza w fazie dojrzałości – dop. UOKiK) przy utrzymywaniu przez sprzedawcę cen na stałym poziomie”⁹*.

W świetle poczynionych wcześniej ustaleń trudno byłoby zatem zachowaniem AH „GAWEX”, polegającym na stosowaniu spornej między stronami promocji cenowej (tj. działaniom nieobcym – jak dowodzą tego dane zebrane w tablicy na s. 3 – również skarżącemu przedsiębiorcy), przypisać znamiona nadużywania pozycji dominującej, bowiem – jak wskazał Sąd Antymonopolowy (por. wyrok z 6 kwietnia 1994r., sygn. akt XVII Amr 33/93) – *„faktyczne konkurowanie ze sobą przedsiębiorców [...] uzasadnia obalenie domniemania w zakresie posiadania przez nich pozycji dominującej, o którym mowa w art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu [...]”*

Uczestnik duopolu, zmierzający do pozyskania, utrzymania bądź poszerzenia kręgu dotychczasowych odbiorców na określonym rynku, np. poprzez obniżkę –

⁷ Tamże, s. 218-219 oraz 239-240

⁸ H. Simon., *Zarządzanie cenami*, Warszawa 1996, s. 45

⁹ W. Wrzosek., *Funkcjonowanie rynku*, s. 218-219

nawet znaczną – ceny (tu: opłaty przyłączeniowej i abonamentowej) bądź inne działania promocyjne, nie narusza jeszcze przepisów ustawy o przeciwdziałaniu [...], instrumenty cenowe należą bowiem do tradycyjnych (i efektywnych) narzędzi walki konkurencyjnej i trudno byłoby go pozbawiać prawa do korzystania z nich.

W tym stanie rzeczy orzeczono jak w sentencji.

POUCZENIE: Od niniejszej decyzji przysługuje stronom odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Antymonopolowego w terminie 14 dni od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Gdańsku.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Roman Jarząbek
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku

OTRZYMUJĄ:

1. AGENCJA HANDLOWA „GAWEX” S.C.
PLAC WOLNOŚCI 11
78-400 SZCZECINEK
2. STOWARZYSZENIE UŻYTKOWNIKÓW TELEWIZJI KABLOWEJ „ZACHÓD”
UL. POŁCZYŃSKA 12C
78-400 SZCZECINEK