

Spis treści

Wykaz skrótów	13
Wprowadzenie	15
Rozdział I. Konkurencja jako kategoria ekonomiczna i przedmiot ochrony prawnej	23
1. Konkurencja i motywy jej ochrony	23
1.1. Pojęcie i istota konkurencji	23
1.2. Ograniczenia konkurencji	25
1.2.1. Praktyki jednostronne – nadużywanie siły rynkowej	26
1.2.2. Praktyki wielostronne – porozumienia przedsiębiorców ...	28
1.3. Motywy ochrony konkurencji	29
1.3.1. Szkoła harwardzka	30
1.3.2. Szkoła chicagowska	32
2. Podstawy i system instytucjonalny ochrony konkurencji w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej	34
2.1. Geneza amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	34
2.2. Źródła amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	35
2.3. Amerykańskie organy ochrony konkurencji	38
2.3.1. Sądy federalne	38
2.3.2. Departament Sprawiedliwości	39
2.3.3. Federalna Komisja Handlu	39
3. Podstawy i system instytucjonalny ochrony konkurencji w Unii Europejskiej	40
3.1. Cele i instrumenty unijnego prawa ochrony konkurencji	40
3.2. Źródła unijnego prawa ochrony konkurencji	41
3.2.1. Traktat o Unii Europejskiej i Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej	42

3.2.2. Zasady ogólne prawa unijnego	43
3.2.3. Rozporządzenia i dyrektywy	43
3.2.4. Decyzje.....	45
3.2.5. Orzecznictwo	45
3.2.6. Akty prawa miękkiego	45
3.3. Rola instytucji unijnych w ochronie konkurencji	46
3.3.1. Rada	46
3.3.2. Komisja Europejska	46
3.3.3. Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej	48
3.3.4. Parlament Europejski	48
4. Ochrona konkurencji w płaszczyźnie międzynarodowej	49
4.1. Współpraca dwustronna w zakresie ochrony konkurencji	49
4.2. Współpraca wielostronna w zakresie ochrony konkurencji	50
4.2.1. OECD	50
4.2.2. UNCTAD	51
4.2.3. WTO	52
4.2.4. ECN	52
4.2.5. ICN	54
 Rozdział II. Charakterystyka konkurencji w działalności	
platform handlu elektronicznego	55
1. Terminologia i źródła prawa	55
1.1. Pojęcie handlu elektronicznego	55
1.2. Pojęcie platformy handlu elektronicznego	58
1.3. Platformy handlu elektronicznego jako przedmiot badań	60
1.4. Źródła prawa handlu elektronicznego	63
1.4.1. Akty prawa międzynarodowego	63
1.4.2. Akty prawa Unii Europejskiej	64
2. Koncepcja i działanie platform handlu elektronicznego	68
2.1. Klasyfikacja platform handlu elektronicznego	68
2.1.1. Kryterium zaangażowania w transakcję handlową	68
2.1.2. Kryterium funkcji transakcyjnych	69
2.1.3. Kryterium rynków asortymentowych	71
2.1.4. Kryterium struktury organizacyjno-własnościowej	72
2.2. Sposób korzystania z platform handlu elektronicznego	73
2.3. Korzyści z działalności platform handlu elektronicznego	75
2.4. Rozwój platform handlu elektronicznego	78

2.4.1. Rozwój platform handlu elektronicznego na rynku globalnym	78
2.4.2. Rozwój platform handlu elektronicznego na rynku polskim	82
3. Konkurencja na rynku platform handlu elektronicznego	83
3.1. Specyfika gospodarki cyfrowej	83
3.2. Charakter konkurencji w gospodarce cyfrowej	85
3.2.1. Efekty sieciowe	85
3.2.2. Współpraca konkurentów	90
3.2.3. Globalny zasięg konkurencji	91
3.2.4. Konwergencja branż	92
3.3. Koncepty ochrony konkurencji w gospodarce cyfrowej	93
3.4. Strategia konkurowania platform handlu elektronicznego	96
3.4.1. Wpływ efektów sieciowych na ewolucję rynku platform handlu elektronicznego	96
3.4.2. Kooperacja jako aktyw strategiczny platform handlu elektronicznego	98
3.4.2.1. Alianse strategiczne platform handlu elektronicznego	100
3.4.2.2. Połączenia platform handlu elektronicznego	105
3.4.3. Struktura rynku platform handlu elektronicznego	107
Rozdział III. Siła rynkowa i ryzyko jej nadużywania w działalności platform handlu elektronicznego	110
1. Ochrona prawna przed nadużyciami siły rynkowej	110
1.1. Kategoria nadużywania pozycji dominującej w unijnym prawie ochrony konkurencji	110
1.2. Kategoria monopolizacji w amerykańskim prawie ochrony konkurencji	116
2. Rynki właściwe w działalności platform handlu elektronicznego.....	118
2.1. Pojęcie rynku właściwego	118
2.2. Rynek produktowy w działalności platform handlu elektronicznego	123
2.2.1. Rynek usług platform handlu elektronicznego	123
2.2.2. Rynek usług platform handlu elektronicznego wyspecjalizowanych asortymentowo	125
2.3. Rynek geograficzny w działalności platform handlu elektronicznego	128

3. Odmowa dostępu do platform handlu elektronicznego	129
3.1. Ocena w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	131
3.1.1. Warunki dostępu do giełd towarowych	132
3.1.2. Warunki dostępu do systemów rezerwacji komputerowej	133
3.1.3. Doktryna urządzenia kluczowego w unijnym prawie ochrony konkurencji	135
3.2. Ocena w świetle amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	137
3.3. Platforma handlu elektronicznego jako urządzenie kluczowe ...	142
4. Praktyki wyłącznościowe w działalności platform handlu elektronicznego	146
4.1. Formy praktyk wyłącznościowych w działalności platform handlu elektronicznego	147
4.2. Wpływ praktyk wyłącznościowych na konkurencję między platformami handlu elektronicznego	150
4.3. Praktyki wyłącznościowe w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	152
4.3.1. Stosowanie rabatów lojalnościowych	154
4.3.2. Wiązanie świadczeń	156
4.4. Praktyki wyłącznościowe w świetle amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	161
4.4.1. Stosowanie rabatów lojalnościowych	162
4.4.2. Wiązanie świadczeń	163
Rozdział IV. Ryzyko zawarcia porozumień ograniczających konkurencję w działalności platform handlu elektronicznego	169
1. Porozumienia ograniczające konkurencję	169
1.1. Porozumienia przedsiębiorców w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	169
1.2. Porozumienia przedsiębiorców w świetle amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	173
2. Wymiana informacji handlowych za pośrednictwem platform handlu elektronicznego	176
2.1. Antykonkurencyjne czynniki wymiany informacji w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	177
2.1.1. Stopień koncentracji rynku	182
2.1.2. Treść informacji	183

2.1.3. Stopień zagregowania informacji	184
2.1.4. Czas	185
2.1.5. Częstotliwość wymiany informacji	185
2.1.6. Zakres odbiorców informacji	186
2.2. Kwalifikacja prawna	186
2.3. Wymiana informacji handlowych w amerykańskim prawie ochrony konkurencji	189
2.4. Rola pośrednika w wymianie informacji	191
2.5. Rodzaje informacji handlowych w działalności platform handlu elektronicznego	194
2.5.1. Informacje o przedsiębiorcach i ich asortymencie	194
2.5.1.1. Informacje umieszczane przez przedsiębiorców	194
2.5.1.2. Informacje zbierane przez operatorów platform	195
2.5.2. Informacje o rynku	197
2.5.3. Informacje wymieniane bezpośrednio między przedsiębiorcami	198
2.6. Ocena informacji wymienianych za pośrednictwem platform handlu elektronicznego	200
2.6.1. Informacje prokonkurencyjne	200
2.6.2. Informacje o podwyższonym ryzyku antykonkurencyjnym	201
3. Łączenie zakupów w działalności platform handlu elektronicznego	204
3.1. Ocena w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	206
3.2. Ocena w świetle amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	210
4. Niedozwolone porozumienia uczestników aukcji internetowych	213
4.1. Formy niedozwolonych porozumień w aukcjach internetowych	214
4.2. Czynniki ryzyka zmów w aukcjach internetowych	216
4.3. Zmowy w aukcjach internetowych w świetle unijnego prawa ochrony konkurencji	219
4.4. Ocena w świetle amerykańskiego prawa ochrony konkurencji	220

Rozdział V. Przeciwdziałanie praktykom ograniczającym konkurencję w działalności platform handlu elektronicznego	224
1. Wykrywanie ograniczeń konkurencji w działalności platform handlu elektronicznego przez organy ochrony konkurencji	224
1.1. Zbieranie dowodów elektronicznych	225
1.2. Międzynarodowa współpraca w zakresie ochrony konkurencji	229
1.2.1. Współpraca dwustronna organów ochrony konkurencji Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych	229
1.2.2. Współpraca w ramach Europejskiej Sieci Konkurencji ...	231
1.2.3. Współpraca w ramach Organizacji Współpracy Ekonomicznej i Rozwoju	234
1.2.4. Współpraca w ramach Międzynarodowej Sieci Konkurencji	235
1.2.5. Ocena międzynarodowej współpracy w zakresie ochrony konkurencji	236
2. Rola operatora platformy handlu elektronicznego w zapobieganiu ograniczeniom konkurencji	238
3. Samoregulacja na poziomie branżowym	246
3.1. Prawne znaczenie kodeksów postępowania	248
3.2. Wpływ kodeksów postępowania na handel elektroniczny	251
Wnioski	256
Bibliografia	262
Załączniki	283
Indeks	296