

SPIS TREŚCI

WYKAZ SKRÓTÓW.....	11
WSTĘP	15
ROZDZIAŁ I. EKONOMICZNE ASPEKTY RYNKÓW CYFROWYCH, PLATFORM INTERNETOWYCH ORAZ KONKURENCJI NA RYNKACH CYFROWYCH.....	23
1.1. Wstęp.....	23
1.2. Pojęcie oraz specyfika rynków cyfrowych oraz koncentracja na tych rynkach	24
1.3. Definicja platform internetowych.....	27
1.3.1. Platformy jako rynki dwustronne	29
1.3.2. Platformy jako usługodawcy (pośrednicy).....	33
1.3.3. Platformy jako projektanci oraz nadzorcy rynków	34
1.4. Strategie biznesowe odnoszące się do modelu biznesowego platform internetowych.....	37
1.4.1. Strategie biznesowe dotyczące początkowego etapu funkcjonowania platformy internetowej	38
1.4.2. Strategie biznesowe dotyczące wykorzystywania i rozszerzania siły rynkowej: cyfrowe ekosystemy	41
1.5. Przykłady modeli platform internetowych.....	47
1.5.1. Wyszukiwarki internetowe	48
1.5.2. Sieci społecznościowe (media społecznościowe)	49
1.5.3. Platformy handlu elektronicznego	51
1.5.4. Systemy operacyjne.....	53
1.5.5. Sklepy z aplikacjami.....	54

1.5.6. Internetowe usługi reklamowe.....	55
1.6. Charakterystyka oraz parametry konkurencji na rynkach cyfrowych.....	58
1.6.1. Wymiary konkurencji na rynkach cyfrowych.....	60
1.6.2. Innowacja oraz jakość usług jako parametry konkurencji na rynkach cyfrowych.....	63
1.6.3. Dane oraz uwaga użytkowników jako niezbędne zasoby na rynkach cyfrowych.....	66
1.6.4. Uprzedzenia behawioralne na rynkach cyfrowych.....	67
1.7. Wnioski.....	71

ROZDZIAŁ II.

INTERWENCJA ANTYMONOPOLOWA I REGULACYJNA NA RYNKACH CYFROWYCH – ZAGADNIENIE SYSTEMOWE.....	75
---	----

2.1. Wstęp.....	75
2.2. Kontrola przenoszenia siły rynkowej przedsiębiorstw jako forma realizacji interwencjonizmu.....	76
2.3. Stan debaty oraz uzasadnienie interwencji antymonopolowej i regulacyjnej na rynkach cyfrowych.....	81
2.4. Pojęcie skuteczności unijnego prawa konkurencji oraz regulacji sektorowej.....	84
2.4.1. Kryteria skutecznej regulacji oraz interwencji na rynkach cyfrowych....	87
2.4.1.1. Pewność prawa.....	91
2.4.1.2. Spójność i jednolitość stosowania prawa.....	97
2.4.1.3. Proporcjonalność interwencji antymonopolowej i regulacyjnej.....	98
2.4.1.4. Zakaz ponownego karania lub ścigania (<i>ne bis in idem</i>).....	100
2.4.2. Wyzwania związane z egzekwowaniem prawa konkurencji na rynkach cyfrowych oraz uzasadnienie potrzeby regulacji sektorowej.....	102
2.5. Metody regulacji rynków cyfrowych.....	103
2.5.1. Regulacja horyzontalna (międzysektorowa) oraz regulacja sektorowa.....	104
2.5.2. Obowiązki asymetryczne oraz symetryczne.....	105

2.5.3.	Konkretyzacja <i>ex post</i> oraz konkretyzacja <i>ex ante</i>	106
2.5.4.	Środki behawioralne i strukturalne	107
2.5.5.	Standardy i reguły (zakazy i nakazy).....	108
2.5.6.	Regulacja o charakterze karnym oraz regulacja o charakterze administracyjnym.....	109
2.5.7.	Model uniwersalny (<i>one-size-fits-all approach</i>) oraz model zindywidualizowany (<i>tailored approach</i>)	111
2.6.	Aksjologiczne, prawne i ekonomiczne podstawy prawa konkurencji	112
2.6.1.	Źródła polskiego i unijnego prawa konkurencji.....	112
2.6.2.	Cele prawa i polityki konkurencji.....	114
2.6.3.	Publicznoprawny model wdrażania reguł konkurencji	120
2.7.	Aksjologiczne, prawne i ekonomiczne podstawy regulacji rynków cyfrowych.....	124
2.7.1.	Źródła regulacji <i>ex ante</i> rynków cyfrowych.....	124
2.7.1.1.	Rozporządzenie P2B.....	125
2.7.1.2.	Akt o rynkach cyfrowych (DMA)	127
2.7.1.3.	Badania rynkowe oraz New Competition Tool	129
2.7.1.4.	Krajowe regulacje rynków cyfrowych.....	132
2.7.1.4.1.	Niemcy	133
2.7.1.4.2.	Wielka Brytania.....	134
2.7.2.	Cele regulacji <i>ex ante</i> rynków cyfrowych	136
2.7.2.1.	Cele Rozporządzenia P2B.....	136
2.7.2.2.	Cele DMA.....	137
2.7.2.3.	Cele krajowych regulacji rynków cyfrowych	140
2.7.3.	Publicznoprawny model wdrażania regulacji <i>ex ante</i> rynków cyfrowych.....	141
2.7.3.1.	Model egzekwowania Rozporządzenia P2B.....	143
2.7.3.2.	Model instytucjonalny oraz egzekwowanie przepisów DMA.....	145
2.7.3.3.	Krajowe modele instytucjonalne oraz egzekwowanie regulacji rynków cyfrowych	146
2.8.	Wnioski.....	147

ROZDZIAŁ III.

PORÓWNANIE INTERWENCJI ANTYMONOPOLOWEJ (*EX POST*)I REGULACYJNEJ (*EX ANTE*) NA RYNKACH CYFROWYCH 149

3.1. Wstęp	149
3.2. Rynki cyfrowe i ich zakres podmiotowy w świetle prawa konkurencji oraz regulacji rynków cyfrowych.....	149
3.2.1. Rynek właściwy dotyczący modeli biznesowych platform internetowych	152
3.2.1.1. Podejście jedno- i wielorynkowe.....	155
3.2.1.2. Rynki produktowe o zerowej cenie (<i>zero-price market</i>).....	160
3.2.1.3. Substytucyjność usług oferowanych za pośrednictwem platform internetowych	162
3.2.1.4. Definiowanie rynku produktowego w kontekście cyfrowych ekosystemów	166
3.2.1.5. Zastosowanie testu hipotetycznego monopolisty w kontekście definiowania rynku właściwego platform internetowych	170
3.2.1.6. Rynek geograficzny usług oferowanych za pośrednictwem platform internetowych	175
3.2.2. Definicje „platform” oraz „rynków cyfrowych” w regulacjach rynków cyfrowych.....	178
3.2.3. Ramy prawne analizy siły rynkowej operatorów platform internetowych w prawie konkurencji	181
3.2.3.1. Znaczenie udziału w rynku.....	183
3.2.3.2. Oferowanie bezpłatnych produktów	185
3.2.3.3. Bariery wejścia oraz inne czynniki wpływające na siłę rynkową.....	187
3.2.4. Klasyfikacja operatorów platform internetowych podlegających regulacji.....	190
3.2.4.1. Podejście jakościowe	191
3.2.4.2. Podejście ilościowe.....	192
3.2.4.3. Podejście hybrydowe	195
3.3. Zakres przedmiotowy	196

3.3.1. Ogólna koncepcja nadużycia pozycji dominującej.....	197
3.3.2. Obowiązki przejrzystości i uczciwości wskazane w Rozporządzeniu P2B.....	199
3.3.3. Lista zakazów i nakazów wskazana w DMA.....	201
3.3.4. Regulacja niemiecka – art. 19a GWB.....	203
3.3.5. Regulacja brytyjska – prokonkurencyjne podejście.....	204
3.3.6. Klasyfikacja obowiązków regulacyjnych.....	206
3.4. Relacja między regulacją (<i>ex ante</i>) a prawem antymonopolowym (<i>ex post</i>).....	207
3.4.1. Komplementarny charakter regulacji rynków cyfrowych.....	207
3.4.2. Subsydiarny charakter regulacji rynków cyfrowych.....	209
3.4.3. Stosowanie regulacji rynków cyfrowych jako przeszkoda w stosowaniu prawa konkurencji oraz innych regulacji.....	210
3.4.4. Znaczenie regulacji z perspektywy prawa konkurencji.....	211
3.4.5. Mechanizm koordynacji postępowań wskazany w DMA.....	213
3.4.6. Wnioski.....	214

ROZDZIAŁ IV.

PRZENOSZENIE SIŁY RYNKOWEJ

NA POWIĄZANE RYNKI (TRANSFER NADUŻYCIA).....	217
--	-----

4.1. Wstęp.....	217
4.2. Prawny i ekonomiczny charakter przenoszenia siły rynkowej.....	217
4.2.1. Ramy prawne transferu nadużycia.....	218
4.2.2. Ekonomiczna analiza teorii dźwigni (strategie biznesowe).....	221
4.2.3. Rodzaje transferu nadużycia.....	224
4.3. Kryteria odróżniające poszczególne kategorie praktyk lewarowania.....	226
4.3.1. Wyjątki od wymogu zastosowania kryterium niezbędności.....	228
4.3.1.1. Kryterium środka zaradczego.....	229
4.3.1.2. Kryterium aktywności zachowania dominanta oraz wcześniejszego udostępnienia infrastruktury.....	231
4.3.2. Kryteria odróżniające praktyki dotyczące projektowania produktów lub usług w przypadku braku wymogu niezbędności.....	237
4.3.3. Nowe teorie szkody.....	240
4.4. Wnioski.....	244

ROZDZIAŁ V. DYSKRYMINACJA	247
5.1. Wstęp.....	247
5.2. Ramy prawne „preferowania samego siebie” (<i>self-preferencing</i>) jako formy antykonkurencyjnej dyskryminacji	247
5.3. Wpływ „dyskryminacji” na konkurencję (analiza ekonomiczna).....	252
5.4. Faworyzowanie własnych usług w gospodarce cyfrowej (strategie biznesowe)..	256
5.5. Zastosowanie ram prawnych „dyskryminacji” do modeli biznesowych platform internetowych	258
5.5.1. Kryterium podwójnej roli	258
5.5.2. Kryterium świadczeń równoważnych (porównywalnej sytuacji)	259
5.5.3. Kryterium środka dyskryminacji	263
5.5.3.1. Wykorzystanie algorytmu wyszukiwania	264
5.5.3.2. Wykorzystanie danych zbieranych na platformie	266
5.5.4. Kryterium antykonkurencyjnego skutku (zróżnicowane warunki konkurencji)	271
5.6. <i>Self-preferencing</i> jako konkurencja merytoryczna oraz obiektywne uzasadnienie	278
5.7. Konkretyzacja <i>ex ante</i> zakazu <i>self-preferencing</i> w prawie konkurencji	281
5.8. Konkretyzacja <i>ex ante</i> w przepisach sektorowych.....	286
5.9. Wnioski	290
ROZDZIAŁ VI. SPRZEDAŻ WIĄZANA I PAKIETOWA.....	293
6.1. Wstęp.....	293
6.2. Ramy prawne sprzedaży wiązanej i pakietowej.....	293
6.3. Wpływ wiązania na konkurencję (analiza ekonomiczna)	296
6.4. Wiązanie produktów w gospodarce cyfrowej (strategie biznesowe)	300
6.5. Zastosowanie ram prawnych wiązania do modeli biznesowych platform internetowych	303
6.5.1. Przesłanka odrębności produktów.....	303
6.5.2. Przesłanka przymusu	308

6.5.3. Przesłanka antykonkurencyjnych skutków (wykluczenia).....	312
6.6. Wiązanie jako konkurencja merytoryczna oraz obiektywne uzasadnienie	316
6.7. Konkretyzacja <i>ex ante</i> zakazu wiązania w prawie konkurencji.....	321
6.8. Konkretyzacja <i>ex ante</i> w przepisach sektorowych	324
6.9. Wnioski.....	330

ROZDZIAŁ VII.

ODMOWA KONTRAKTOWANIA (DOSTAW).....	333
7.1. Wstęp.....	333
7.2. Ramy prawne odmowy dostaw	333
7.2.1. Kategorie i scenariusze dotyczące odmowy dostaw	337
7.2.2. Analiza ekonomiczna.....	340
7.2.3. Możliwe strategie biznesowe obserwowane na rynkach cyfrowych.....	342
7.2.4. Zastosowanie ram prawnych „odmowy dostaw” do modeli biznesowych platform internetowych.....	345
7.2.4.1. Kryterium niezbędności	346
7.2.4.1.1. Kryteria prawne przyjęte w orzecznictwie i praktyce decyzyjnej	347
7.2.4.1.2. Zastosowanie kryterium „niezbędności” do działalności operatorów platform internetowych.....	351
7.2.4.2. Kryterium wykluczenia konkurencji.....	357
7.2.5. Odmowa dostawy jako konkurencja merytoryczna oraz obiektywne uzasadnienie.....	359
7.2.6. Konkretyzacja <i>ex ante</i> w prawie konkurencji.....	362
7.2.7. Konkretyzacja <i>ex ante</i> w przepisach sektorowych	366
7.2.8. Wnioski.....	371
ZAKOŃCZENIE.....	373
BIBLIOGRAFIA.....	379

STRESZCZENIE..... 419

SUMMARY421