

Oskar Filipowski\*

## EFEKTY MONOPOLISTYCZNE W WIRTUALNEJ RZECZYWISTOŚCI: JAK DOKONAĆ ANALIZY EKONOMICZNEJ?

### 1. Wstęp

Internet w założeniu swoich twórców miał służyć do komunikacji między naukowcami z różnych uniwersytetów w USA. Nie spodziewali się oni, iż ich odkrycie rozwinie się w tak dynamiczny sposób i osiągnie takie rozmiary. W chwili obecnej Internet posiada 1,463,632,361 użytkowników<sup>1</sup>, co oznacza, że od 2000 r. liczba użytkowników zwiększyła się o 305,5%<sup>2</sup>. Użytkownicy Ci oprócz szeroko rozumianej wymiany informacji, zajmują się także odpłatną i nieodpłatną wymianą dóbr i usług. Stąd można wysnuć wniosek, że wirtualna rzeczywistość, czy też Cyberprzestrzeń stała się nową platformą wymiany handlowej, czyli swoistym rodzajem rynku. Jej rozwój pomógł przeprowadzaniu transakcji drogą tradycyjną, a niektórych wypadkach stał się jej substytutem<sup>3</sup>.

Działalność w Cyberprzestrzeni z jednej strony charakteryzuje się niskimi kosztami wejścia na rynek, z drugiej strony zaś otwiera podmiotowi drogę do bardzo szerokich, niespotykanych wcześniej rynków zbytu. Z tego

---

\* Mgr Oskar Filipowski – doktorant, Zakład Prawa Administracyjnego Gospodarczego, Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii, Uniwersytet Wrocławski.

<sup>1</sup> Internet World Status – dostępne na stronie internetowej <http://www.internetworld-stats.com> (dane z 30.6.2008 r.).

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Szczególnie dot. to przemysłu muzycznego, gdzie sprzedaż płyt tradycyjnych spada co roku na rzecz sprzedaży plików w formacie mp3.

powodu handel elektroniczny rozwija się z ogromną szybkością oferując coraz to nowsze, bardziej zaawansowane formy kooperacji między podmiotami<sup>4</sup>, stając się w ten sposób alternatywą, a nieraz i substytutem, tradycyjnych rynków zbytu. Nie powinno więc nikogo dziwić, że zjawisko wymiany dóbr w Cyberprzestrzeni stało się przedmiotem zainteresowania zarówno prawodawców jak i przedstawicieli doktryny nauk prawnych. Zauważono, że wysoka dynamika rozwoju oraz niespotykana w przypadku rynków tradycyjnych specyfika powodują, że regulacja prawna działania handlu na płaszczyźnie Cyberprzestrzeni jest niezwykle utrudniona oraz wymaga wprowadzenia nowych lub reinterpretacji istniejących zasad prawnych<sup>5</sup>.

Z powyżej opisanych przyczyn autor w niniejszym artykule przyjrzy się wycinkowi rzeczywistości, jakim jest powstawanie pozycji monopolistycznej na rynku wirtualnym, biorąc pod uwagę podobieństwa i różnice pomiędzy Cyberprzestrzenią a rynkami tradycyjnymi, w celu odpowiedzi na pytanie o możliwość i zasadność regulacji wirtualnej rzeczywistości przez tradycyjne prawo antymonopolowe (prawo konkurencji, prawo kartelowe, prawo antytrustowe)<sup>6</sup>.

## 2. Cyberprzestrzeń jako rynek

Jak już zaznaczono we wstępie, cyberprzestrzeń coraz bardziej zaczyna przypominać ekonomiczny rynek, będący platformą wymiany dla dóbr i usług. W chwili obecnej zdecydowana większość działań w Sieci, tak osób prywatnych jak i przedsiębiorców jest zorientowana na cele ekonomiczne<sup>7</sup>. Jednostki prywatne oferują przedmioty osobistego użytku takie jak np. używane książki czy też inne przedmioty, które uznają za zbędne dla siebie. Przedsiębiorcy natomiast używają Internetu do celów marketingowych oraz do poszerzenia swoich rynków zbytu. Z drugiej strony potencjalni klienci poprzez bezpośrednie odwiedzanie stron producentów, bądź używając specjali-

---

<sup>4</sup> Szerzej: M. Stanley, D. Witter, *The B2B Internet Report: Collaborative Commerce*, April 2000.

<sup>5</sup> Szerzej: S. Lochen, *Elektronische Marktplätze und Kartellrecht*, München 2006, s. 23 i n.

<sup>6</sup> Pluralizm terminologiczny ma związek z nazewnictwem stosowanym w ustawodawstwie: w USA mamy do czynienia z *Antitrust law*, w Niemczech z *Kartellrecht*, a prawie europejskim z *Competition law*. Z tego powodu w literaturze zwykło się wszystkich tych określać używać przemiennie.

<sup>7</sup> Szerzej na temat rozwoju Internetu – L. Lessig, *Code and other Laws of Cyberspace*, Basic Goods 1999.

stycznych wyszukiwarek poszukują najlepszych ofert dotyczących interesującego ich produktu. Dlatego można stwierdzić, że Cyberprzestrzeń, poprzez umożliwienie komunikacji za pomocą środków elektronicznych tworzy globalny rynek, na którym towary mogą być sprzedawane na cały świat. Można stwierdzić, iż zjawisko to spełnia wymogi definicji rynku w znaczeniu funkcjonalnym zaproponowanej przez J. Hansona<sup>8</sup>, tzn. zapewnia kontakt pomiędzy sprzedawcami i kupującymi oraz umożliwia im wymianę dóbr i usług, gdzie ceny są ustalane poprzez efekt działania wszystkich uczestników.

Jako, że rynki w znaczeniu ekonomicznym można porównać do systemu naczyń połączonych, gdzie zmiana w jednym z nich oddziałuje także na inne, warto w tym miejscu zastanowić się nad zależnością, jaka powstaje między wirtualną rzeczywistością a tradycyjnymi rynkami. Na pierwszy rzut oka już można zauważyć, że wpływ ten będzie różny ze względu na rodzaj dóbr oraz charakter danej branży.

Pierwszym możliwym modelem relacji jest całkowite zastąpienie rynku tradycyjnego przez rynek wirtualny. Z taką sytuacją będziemy mieli do czynienia, gdy cała transakcja (negocjacje jej warunków, zawarcie oraz przeprowadzenie) przebiegają online. Z tego typu sytuacją będziemy mieli do czynienia, gdy przedmiotem obrotu będą dobra informacyjne<sup>9</sup>, takie jak software, muzyka, e-booki, i.t.d., które mogą zostać przekazane do kupującego bezpośrednio za pomocą Internetu. Zapłata w tym wypadku też może zostać dokonana online przy pomocy kart kredytowych, przelewów internetowych z konta bankowego, czy też usług pośredników takich jak Paypal czy PayU<sup>10</sup>.

W drugim modelu rynek wirtualny tylko częściowo zastępuje rynki tradycyjne. W tym wypadku transakcja jest negocjowana i zawierana online natomiast samo jej wykonanie następuje już offline. Przykładem takiego rodzaju interakcji może być serwis *Allegro.pl*, gdzie licytacje, czy też oferty znajdują się w Sieci, jednak produkt ze względu na swoją naturę występuje i musi być dostarczony w świecie rzeczywistym. Dotyczy to także rezerwacji pokojów hotelowych oraz niektórych innych usług.

---

<sup>8</sup> J. Hanson, *A Dictionary of Economic and Commerce*, Pitman Publishing 1986.

<sup>9</sup> Najważniejszą cechą dóbr informacyjnych w kontekście obrotu towarami w Cyberprzestrzeni jest to, że ich koszty stałe są wysokie, natomiast koszt marginalny bliski zeru. Np. nakręcenie filmu wymaga wysokich kosztów, natomiast samo jego późniejsze kopiowanie oraz dystrybucja online generuje minimalne koszty. Więcej na temat dóbr informacyjnych oraz problemów związanych z ochroną praw własności intelektualnej – L. Lessig, *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, Penguin Press 2004.

<sup>10</sup> Podmiot odpowiedzialny za działający w Polsce system płatności ESCROW używany np. w popularnym serwisie aukcyjnym Allegro.pl.

Trzecim rodzajem oddziaływania Cyberprzestrzeni na rzeczywistość jest wpływ pośredni. Z takim modelem będziemy mieli do czynienia w sytuacji, gdy jedna ze stron umowy zostanie znaleziona przez drugą online, jednak sama transakcja przeprowadzana jest offline<sup>11</sup>.

Wyróżnienie tych trzech rodzajów interakcji jest ważne z punktu widzenia wpływu Cyberprzestrzeni na tradycyjną analizę rynku, gdyż w każdym z tych przypadków efekty analizy mogą się od siebie znacząco różnić.

### 3. Interwencja państwa na rynkach tradycyjnych a interwencja w Cyberprzestrzeni – postawienie problemu

Przyjęcie założenia, że Cyberprzestrzeń jest oddzielnym rynkiem, pozwala także na nowatorskie spojrzenie na wirtualną rzeczywistość oraz na jej analizę z punktu widzenia prawa antymonopolowego. Co do zasady, podstawowe założenie ekonomicznych teorii dotyczących konkurencji jest takie, że konkurencyjny rynek dąży do jak najwyższej efektywności alokacyjnej, czyli stanu, który polega na takiej dystrybucji dóbr, przez którą niemożliwym staje się wzbogacenie jednego podmiotu bez powodowania strat u drugiego. Innymi słowy oznacza to, iż dalsze przenoszenie dóbr i usług nie zwiększa już dobrobytu społecznego (*social welfare*)<sup>12</sup>. To założenie może zostać spełnione tylko w sytuacji, gdy mamy do czynienia z wolną konkurencją na rynku doskonałym w ujęciu A. Smitha<sup>13</sup>. Z tego powodu niektórzy uznali, że interwencja państwa w stosunku do rynku jest niepożądana, gdyż zakłóca wolną, niczym nie skrepowaną konkurencję. Jednak w toku ewolucji teorii ekonomicznych wykazano, że rynek doskonały jest jedynie modelem, który nie występuje w rzeczywistości, gdyż prawdziwe rynki posiadają pewne niedoskonałości (*market failures*), które wpływają na zmniejszenie efektywności rynkowej<sup>14</sup> i interwencja państwa w celu ich eliminacji jest wskazana<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> J. Kołaczyński (red.), *Prawo umów elektronicznych*, Zakamycze 2006, s. 14–24.

<sup>12</sup> Por. D. Miąsik, *Reguła rozsądku w prawie antymonopolowym*, Zakamycze 2004, s. 25–46; V. Emmerich, *Kartellrecht*, München 2001, s. 2–11, R. Whish, *Competition Law*, London 2001.

<sup>13</sup> A. Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, (Edited by Sálvio M. Soares), MetaLibri 2007, v.1.0s.

<sup>14</sup> Por. R. Cooter, *Normative Failure Theory of Law*, "Cornell Law Review" 1997, 82, 947; R. Posner, *The Chicago School of Antitrust*, „University of Pennsylvania Law Review” 1975, 127, 947.

<sup>15</sup> Jest to pogląd wiodący wśród ekonomistów jednak szczególnie w USA ma on swoich krytyków. Por. D.T. Armentano, *Antitrust: The case for Repeal*, Alabama 1999.

Za takie niedoskonałości w teorii ekonomii zwykle się przyjmować m.in. sytuacje, gdy po którejś ze stron rynku występuje tylko jeden podmiot (monopole), gdy gracze rynkowi nie posiadają tej samej pełnej informacji właściwej dla ich działań rynkowych (asymetria informacyjna) oraz gdy dobrem sprzedawanym jest dobro publiczne<sup>16</sup>.

#### 4. Niedoskonałości wirtualnej rzeczywistości oraz ich wpływ na powstawanie zjawisk antykonkurencyjnych

Cyberprzestrzeń, jak każdy rynek, posiada swoje niedoskonałości, które potencjalnie mogą wzmacniać efekty antykonkurencyjne na tym rynku. Szczególnymi cechami, charakterystycznymi właśnie dla Cyberprzestrzeni będą: kompatybilność oraz efekty sieciowe.

##### 4.1. Kompatybilność\*

Jedną z cech Cyberprzestrzeni, która może przyczynić się do powstawania efektu monopolistycznego jest potrzeba kompatybilności. Wykorzystanie jakiegokolwiek sieci o zasięgu światowym, a w szczególności takiej, która składa się z ogromnej ilości małych niezależnych podsieci, uzależniona jest przede wszystkim od użycia przez wszystkich operatorów indywidualnych tych samych standardów, które pozwolą na swobodny przepływ danych pomiędzy poszczególnymi sieciami. Internet opiera swoje działanie na zdolności różnych produktów i technologii do wzajemnej komunikacji, tzn. na tym, że są one w stanie przetworzyć dane przesyłane przez innych użytkowników oraz pozwalają na to, aby wysyłane przez nie dane mogły być przetwarzane przez inne produkty online. Jest to możliwe dzięki wprowadzeniu do użytku wspólnego protokołu TCP/IP<sup>17</sup>, który pozwala na połączenie

---

\* Wg *Słownika wyrazów obcych* Władysława Kopalińskiego kompatybilny oznacza „zgodny, dający się pogodzić, mogący współistnieć bez szkody dla żadnej strony, harmonijny, niesprzeczny”. W znaczeniu informatycznym należy jednak uściślić tę definicję. W tym wypadku przez kompatybilność będziemy rozumieli możliwość podłączenia (hardwareowego bądź softwareowego) oraz obsługę takiego oprogramowania, które pozwala na swobodne łączenie się między poszczególnymi elementami np. sieci bądź komputera.

<sup>16</sup> Katalog ten ma charakter jedynie przykładowy i niepełny – cyt. za: N. Elkin-Koren, E.M. Salzberger, *Law, Economics and Cyberspace*, Cheltenham 2004, s. 27.

<sup>17</sup> TCP/IP (ang. *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) definiuje sposoby przesyłania podstawowych jednostek informacji (pakietów) między komputerami komunikującymi się

między niezależnymi oraz niekompatybilnymi komputerami i systemem informacji. Standard ten, jak i inne później wprowadzone<sup>18</sup>, odnosi się do specyfikacji technologicznej, która jest wymagana, aby mógł być prowadzony przepływ informacji online. Ze swojej natury standardy te nie zagrażają konkurencji, ani też jej szczególnie nie promują. Z jednej strony mogą przyczynić się do poszerzenia rynku poprzez umożliwienie zintegrowanego działania konkurującym ze sobą technologiom, co jest korzystne z punktu widzenia prawa konkurencji. Z drugiej strony zaś podmiot kontrolujący daną technologię może wykorzystać ten fakt do blokowania konkurentów bądź stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

Prokonkurencyjny charakter standaryzacji objawia się nie tylko „rozszerzeniem” rynku, poprzez umożliwienie współpracy urządzeniom, które wcześniej były niekompatybilne, co powoduje zwiększenie wysiłku producentów w celu zaoferowania lepszego jakościowo produktu po niższej cenie, ale także zwiększa efektywność poprzez zmniejszenie ryzyka i kosztów związanych z fazą wstępnego produkowania. Co więcej, standaryzacja może prowadzić także do większej specjalizacji wytwórców produktów dodatkowych (np. przeglądarka stron www w stosunku do systemu operacyjnego).

Jednak oprócz tych pozytywnych przesłanek istnieją, jak już zostało wspomniane, również i negatywne strony standaryzacji. Problemy te na początku działania Sieci były czysto teoretyczne, gdyż Internet oraz standardy były kreowane przez środowiska akademickie, którym zależało na możliwości komunikowania się pomiędzy indywidualnymi użytkownikami różnych komputerów. Wykształcone standardy<sup>19</sup> były publikowane na publicznej domenie i nie podlegały prawu własności<sup>20</sup>. Dlatego połączenie z Internetem wymagało jedynie przyjęcia tych standardów, które nie były własnością ani państwa, ani podmiotów prywatnych.

Jednakże w ostatnich latach coraz większy wpływ na kształt Cyberprzestrzeni mają prywatni przedsiębiorcy, którzy starają się stworzyć swoje

---

przez Internet. Najważniejszym zadaniem TCP/IP jest śledzenie przebiegu podzielonych na pakiety wiadomości i łączenie ich na powrót w miejscu przeznaczenia.

<sup>18</sup> Po protokole TCP/IP wprowadzono protokół WWW oraz Mosaic. Więcej na temat rozwoju Internetu i protokołów w: J. Sherman, *The History of Internet*, Franklin Watts 2003.

<sup>19</sup> Zwane Standardami Internetowymi zostały zdefiniowane jako: specyfikacje, które są zrozumiałe i stabilne, fachowe technicznie, mają szerokie i niezależne zastosowania, są już odpowiedni czas w użyciu, cieszą się poparciem społecznym oraz są użyteczne dla całości lub jakiejś części Internetu” [tłum. wł.] – źródło: Network Working Group, *The Internet Standards Process-Revision 3*, Harvard University 2003.

<sup>20</sup> Zasadę tą zrewidowano dopiero po 2000 r.

własne unikalne standardy mające na celu zapewnienie „lojalności” klienta dla produktu lub firmy, ograniczając w ten sposób konkurencję<sup>21</sup>.

Z powyższego przykładu widać, że standardy mogą mieć wpływ na obniżanie poziomu konkurencji. Bycie właścicielem standardu staje się kluczem do kontroli. Każdy, kto chce wprowadzić nowy produkt na rynek musi dostosować się do standardu, żeby móc w ogóle zaistnieć. Jeżeli standard nie został uznany za zamknięty<sup>22</sup>, to jego użycie determinowane jest uzyskaniem licencji. Z tego względu jego właściciel będzie mógł decydować, kto i w jaki sposób będzie mógł dana technologię wykorzystywać i ją rozwijać. Oznacza to, że może on sterować warunkami konkurencji w tym sektorze rynku.

Najlepszym przykładem wykorzystania dominującej pozycji rynkowej powstałej w wyniku posiadania praw do pewnego standardu technologicznego jest działanie firmy Microsoft, której nieuczciwe praktyki rynkowe były przedmiotem sprawy *United States of America vs. Microsoft*<sup>23</sup>. W tej sprawie zarzucono największemu na świecie producentowi systemów operacyjnych, które pozwalają na podłączenie z Internetem, że poprzez ograniczenie dostępu do kodu źródłowego oraz przez dołączenie do systemu operacyjnego przeglądarki *Internet Explorer* stara się wykorzystać swoją pozycję dominującą na rynku systemów operacyjnych do wykluczenia z rynku innych producentów przeglądarek internetowych i utworzenia monopolu także na tym rynku.

Innym przykładem mogą być działania firmy Lexmark, producenta drukarek, która powołując się na DMCA<sup>24</sup> wprowadziła „znaki rozpoznawcze” na *cardridgach*, tak, aby ich drukarki rozpoznawały oryginalne wkłady. Natomiast tańsze odpowiedniki innych producentów nieposiadające owych „znaków”, nie mogły być używane w drukarkach Lexmarka.

---

<sup>21</sup> Dobrym przykładem może być firma Apple, która w swoim odtwarzaczu mp3 iPod, wprowadziła i opatentowała nowy rodzaj złącza, który nie jest kompatybilny ze standardem USB, po czym wprowadziła na rynek osprzęt dodatkowy do odtwarzacza, który się z nim łączy właśnie przez to złącze.

<sup>22</sup> Są dwa rodzaje standardów: otwarte (ang. *open source*), czyli te, które nie są przedmiotem wyłącznych praw takich jak prawa własności intelektualnej, oraz zamknięte (ang. *closed source*), które są kontrolowane przez jakiś podmiot i w celu uzyskania kompatybilności konieczne jest uprzednie wystąpienie o licencję. W tym wypadku właściciel takiego standardu może dowolnie wyłączać potencjalnych wytwórców lub zabronić powstania danej technologii, co jest oczywiście ze szkodą dla konkurencji rynkowej.

<sup>23</sup> 346 U.S App. D.C 330 (2001), Case COMP/C-3/37.792 Microsoft

<sup>24</sup> Digital Millennium Copyright Act, który zakłada, że właściciele praw autorskich mogą zapobiegać wprowadzaniu środków technologicznych, które mogą prowadzić do kontroli dostępu do ich dzieł.

Jednak prawa własności intelektualnej i standaryzacja mogą mieć także pozytywne efekty z punktu widzenia konkurencji. Przykładem może być wykorzystanie praw własności intelektualnej przez Sun Microsystems Inc. („Sun”)<sup>25</sup>. Ich język programistyczny Java pozwala znieść bariery technologiczne, co daje szerszy dostęp różnym wytwórcom do tworzenia nowego oprogramowania. To zaś z kolei ma pozytywny wpływ na poziom konkurencji. Użycie języka wyprodukowanego przez Sun pozwala na obejście barier technologicznych stawianych przez monopolistę, jeśli chodzi o systemy operacyjne, czyli Microsoft. W swoim założeniu Java miała być ponadsystemową platformą, która pozwala na uniezależnienie programów od systemów operacyjnych. Właśnie ze względu na swoją ponadsystemowość Sun w swojej licencji wymaga od użytkowników, aby wszystkie implementacje Javy były kompatybilne z rdzenną platformą. Jednak *Microsoft* przekształcił oryginalny język Javy w ograniczony ich prawami własności intelektualnej język programowania, zwany *Microsoft Java Virtual Machine*, którego należało użyć, aby móc napisać program, który będzie obsługiwany przez system operacyjny Windows.

Sun pozwał Microsoft, gdyż jak twierdził, firma Bill’a Gatesa przetworzyła istniejący standard otwarty i wynik pracy uznała za standard zamknięty. Sąd zgodził się ze stanowiskiem Sun oraz wskazał, że działanie Microsoftu łamie prawa autorskie oraz warunki licencji przedstawionej przez Sun<sup>26</sup>. Jednakże Sąd nie znalazł podstaw do zastosowania przepisów prawa antymonopolowego, uznając materiał dowodowy za zbyt spekulacyjny. Przykład ten wskazuje, że prawa własności intelektualnej mogą być wykorzystane nie tylko w celu ograniczenia konkurencji, ale także celu jej utrzymania, w przypadku, gdy inny podmiot chce ją w nieuczciwy sposób ograniczyć.

## 4.2. Efekt sieciowy

Także tzw. efekt sieciowy może prowadzić do ułatwienia zdobycia pozycji dominującej na rynku. Jego działanie polega na tym, że używanie danego produktu przez większą liczbę użytkowników jest korzystne dla każdego z nich. Przykładem może być sytuacja, w której wszyscy użytkownicy używają tego samego edytora tekstu, gdyż pozwala to na wyeliminowanie kosztów związanych z poprawianiem błędów powstałych w wyniku konwer-

---

<sup>25</sup> Sun jest właścicielem praw autorskich do języka programistycznego Java, który pozwala na pisanie programów, które potem będą mogły być uruchomione pod każdym możliwym systemem operacyjnym.

<sup>26</sup> Sun Microsystems Inc. vs. Microsoft Corp. 333 F.3d 517 (2003).



sji, czy nawet kosztów związanych z niemożliwością przetworzenia plików utworzonych przez inny program.

Efekt ten jest szczególnie widoczny w przypadku wirtualnej rzeczywistości, która opiera się na łączności i standaryzacji. Internet jest siecią złożoną z ogromnej liczby mniejszych sieci i każdy nowo przyłączony użytkownik zwiększa wartość samej sieci. Gdy produkt online staje się popularny, jego wartość wzrasta nie ze względu na innowacyjność techniczną, ale ze względu na fakt, że jest używany przez większość użytkowników. Może to prowadzić do sytuacji, w której koszty wejścia na rynek będą bardzo wysokie<sup>27</sup> lub gdy ciężko będzie zastąpić obowiązujący standard nowym, bardziej wydajnym<sup>28</sup>. Można stwierdzić, że Cyberprzestrzeń jest wyrafinowaną strukturą techniczną, która jest używana bezpośrednio przez użytkowników bez zbędnych pośredników. Z tego względu każdy nowy produkt, który trafia do rąk użytkownika zawiera w sobie koszt nauczania się i adaptacji do nowych metod działania, co oznacza, że koszt zmiany technologii może być bardzo wysoki. Powyższe czyni tę zmianę w praktyce niemal niemożliwą, natomiast zwiększa koszty wejścia na rynek i ogranicza w ten sposób konkurencję.

#### 4.3. Ograniczona skuteczność standardowej analizy prawa antytrustowego w zwalczaniu antykonkurencyjnych efektów w wirtualnej rzeczywistości

Sprawa *Sun vs. Microsoft* wyraźnie wskazuje na ograniczenia standardowej analizy ekonomicznej. W sprawie tej, jak już zostało opisane to wcześniej, Sun zarzucał gigantowi z Redmond, że poprzez stworzenie własnej wersji Javy, która w odróżnieniu od oryginalnej jest kompatybilna z systemem operacyjnym *Windows*, zakłada kolejną barierę do wejścia na rynek, używając „długoterminowej strategii”<sup>29</sup> oraz że stara się wykorzystać efekt sieci. Sąd, kierując się standardową analizą ekonomiczną, stwierdził jednak, że przesłanki przemawiające za możliwością wykorzystania przez Microsoft efektu sieci są spekulacyjne, wskazując także, że nie może być mowy o wykorzystaniu pozycji dominującej na rynku, w przypadku, gdy pojęcie rynku

<sup>27</sup> N. Elkin-Koren, E.M. Salzberger, op.cit., s. 44.

<sup>28</sup> Bardzo dobrym przykładem może być tu popularny w latach 80 i 90 XX wieku standard VHS, który został dopiero po dwóch dekadach wyparty przez płyty CD i DVD. Innym przykładem może być klawiatura typu QWERTY, która nie wprowadziła najbardziej wydajnego systemu pisania, jednak koszt związany z nauką jest na tyle duży, że blokuje możliwość wprowadzenia bardziej efektywnego systemu.

<sup>29</sup> *Sun Microsystems Inc. vs. Microsoft Corp* 87 F. Supp 2d, 922, s.955.

jest nieostre, jako że wyodrębnienie rynku właściwego jest przesłanką konieczną do zbadania nieuczciwych zachowań rynkowych. Sąd stwierdził także, że może ustalić, że *Microsoft* zmonopolizował branżę systemów operacyjnych, w której zakres nie wchodzi ponadsystemowe platformy jak *Java*<sup>30</sup> i dlatego oskarżenia Sun są bezzasadne.

Ten spór prawny pozwala na ukazanie powstania nowych czynników antykonkurencyjnych występujących w Cyberprzestrzeni, które wykorzystywane są w innowacyjny sposób. Wyrok obnaża słabości standardowej analizy ekonomicznej w stosunku do nowych i niestandardowych zjawisk technologicznych.

Standardowa analiza ekonomiczna nie bierze pod uwagę aspektu technologicznego. W Cyberprzestrzeni konkurencja nie jest ograniczana przez nadużywanie pozycji dominującej w postaci ustalania cen oraz ilości produktów, lecz przez ustalanie standardów technologicznych, na których opiera się działanie wirtualnej rzeczywistości. Podmiot posiadający prawa autorskie w stosunku do najbardziej popularnych standardów, *de facto* kontroluje rynek.

Co więcej, w przypadku, gdy mamy do czynienia z technologią, badanie szkód wyrządzonych przez zachowanie antykonkurencyjne nie powinno opierać się jedynie na kryteriach ilości i ceny. Analiza powinna także brać pod uwagę wpływ zachowań rynkowych na innowacyjność. Z tego punktu widzenia należy zbadać, w jaki sposób zachowania rynkowe mogą wpływać na technologię, która będzie w ich rezultacie powstawać. Przykładowo, w sprawie *Sun vs Microsoft*, należałoby przeprowadzić symulację skutków, gdy standardem wiodącym byłby oryginalny język Java, który jest standardem otwartym (z jednej strony) oraz sytuację, gdy jego miejsce zajęłaby zmodyfikowana przez Microsoft Java, która jest standardem zamkniętym (z drugiej strony). Co warto zauważyć, standard otwarty jest w tym momencie zastępowany standardem zamkniętym, gdyż właściciel tego drugiego najpierw wykorzystuje swoją pozycję dominującą na rynku systemów operacyjnych do przejęcia kontroli nad innym rynkiem (tzw. *monopoly leveraging*), a w dalszej kolejności wykorzystuje efekt sieci, żeby wprowadzić swój standard i zablokować odpowiednik konkurencji. Z tego względu te dwa czynniki nie tylko powinny być brane pod uwagę w kontekście analizy ekonomicznej, lecz powinny zostać uznane za kluczowe, ze względu na fakt, iż mogą prowadzić do wyraźnego zwiększenia kosztów wejścia na rynek. Czynniki te jednak są pomijane przez tradycyjną analizę.

---

<sup>30</sup> Ibidem, s.532.

Ważnym elementem jest także prawidłowe ujęcie rynku właściwego, który w środowisku, takim jak Cyberprzestrzeń, a więc charakteryzującym się płynnymi granicami oraz konwergencją aplikacji wymagających kompatybilności, musi być ujmowany bardzo szeroko oraz brać pod uwagę szerokie spektrum konsekwencji.

## 5. Cechy cyberprzestrzeni zapobiegające tworzeniu się tradycyjnych efektów antykonkurencyjnych

W tradycyjnej analizie prawa antymonopolowego za efekty sprzyjające powstawaniu monopolu uznaje się wielkość rynku właściwego (im mniejszy rynek, tym większa szansa na powstanie monopolu), koszty wejścia na rynek oraz związane z działalnością koszty stałe, koszty reklamy i promocji, ograniczone zasoby, których alokacja dokonywana jest przez państwo czy też regulacja państwowa (tworzenie wyłączności w drodze przepisów prawnych)<sup>31</sup>. Niektóre z tych efektów zostają w Cyberprzestrzeni „przytłumione” ze względu na cechy, które ona posiada. Tym właśnie efektem poświęcona jest dalsza część tej pracy.

### 5.1. Wielkość rynku właściwego

Powstanie większości monopolu związane jest z wielkością rynku właściwego. Na małym rynku dużo łatwiej uzyskać jest pozycję dominującą, a czasami jego wielkość wręcz wymusza tylko jednego dostawcę usług czy produktów. Problem ten znika w wirtualnej rzeczywistości, gdyż jest ona rynkiem bez granic terytorialnych oraz bardzo szerokim zakresem asortymentowym. Z jednej strony pozwala sprzedawcom konkurować z podmiotami spoza ich lokalizacji geograficznej<sup>32</sup> oraz przekroczyć granice państw, z drugiej zaś udostępnia nabywcom możliwość wyszukiwania najkorzystniejszych dla nich ofert z całego świata<sup>33</sup> oraz wielu substytutów poszukiwanych produktów,

---

<sup>31</sup> Więcej: R. McAfee, *Introduction to Economic Analysis*, s. 232–242 – dostępne na stronie internetowej <http://www.mcafee.cc/Introecon/IEA.pdf> (20.12.2008 r.).

<sup>32</sup> Oczywiście nie można tutaj mówić o pełnej konkurencji, gdyż ta jest ograniczona kosztami transportu, które ograniczają zasięg bezpośredniej rywalizacji. Natomiast w sytuacji, gdy całość transakcji przeprowadzana jest online, tzn. transakcja i samo dobro przekazywane są za pomocą środków komunikowania się na odległość, wtedy możemy mówić o naprawdę globalnym rynku.

<sup>33</sup> Istnieje szereg wyszukiwarek, które automatycznie wyszukują najkorzystniejsze oferty cenowe. Na rynku polskim najpopularniejszym tego typu programem jest strona: [www.ceneo.pl](http://www.ceneo.pl).

bądź pozwala na znalezienie podmiotów z konkretnej branży<sup>34</sup>. Dlatego też rynek właściwy<sup>35</sup>, w przypadku obrotu towarami w Cyberprzestrzeni, można pojmować bardzo szeroko, a w stosunku dla dóbr informacyjnych takich jak programy komputerowe, czy artykuły prasowe można zaryzykować stwierdzenie, że rynkiem właściwym będzie rynek globalny. Szeroki zasięg terytorialny wymiany handlowej w naturalny sposób obniża ryzyko wystąpienia pozycji dominującej czy nawet monopolu prawnego, gdyż zasady stosowania prawa poszczególnych krajów w stosunku do wirtualnej rzeczywistości nadal są bardzo niespójne i szczątkowe. Poza tym w Cyberprzestrzeni łatwo jest zmienić „lokację” stron umowy, jeżeli zajdzie taka potrzeba. To, co w świecie realnym uchodzi za skomplikowany i kosztowny proces, w warunkach wirtualnych jest możliwe przy pomocy jednego kliknięcia myszą<sup>36</sup>.

Warto też zauważyć, że działalność w Sieci ma także niemały wpływ na przedsiębiorstwa, które prowadzą swoją działalność tylko i wyłącznie w świecie realnym. W tym wypadku pozwoli to na osłabienie pozycji dominującej danej firmy na tradycyjnych rynkach oraz ze względów ekonomicznych zachęci ją do dołączenia do rywalizacji w wirtualnej rzeczywistości.

Najlepiej tego typu sytuację obrazuje przykład rynku księgarskiego w USA<sup>37</sup>. Wirtualne księgarnie takie jak *Amazon.com*<sup>38</sup> nadały nowy wymiar całej branży, łamiąc dotychczasowe bariery i znacznie osłabiając pozycję dotychczasowych gigantów rynkowych.

*Amazon.com* powstał w 1995 r., założony przez 30 letniego wówczas Jeffa Bezosa, który na uruchomienie biznesu miał zaledwie kilkanaście tysięcy dolarów. Pod koniec 1996 r., czyli po półtorej roku działalności, jego księ-

---

<sup>34</sup> W Sieci oprócz wyszukiwarek tradycyjnych znajdują się także katalogi branżowe jak np. [www.directindustry.com](http://www.directindustry.com), czy bazy danych przedsiębiorstw jak [www.pf.pl](http://www.pf.pl)

<sup>35</sup> Za rynek taki zgodnie z art. 4 pkt 9 ustawy z 16.2.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów należy rozumieć „rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji”.

<sup>36</sup> N. Elkin-Koren, E.M. Salzberger, op.cit., s. 34.

<sup>37</sup> Rynek ten będąc rynkiem rozproszonym wymagał wysokich nakładów w celu utworzenia sieci dystrybucji składających się z lokali, w których będzie można przechowywać oraz prezentować tysiące książek. Dlatego też dołączenie do rynku, przy występowaniu dużych graczy rynkowych posiadających znaczne udziały w rynku jak np. Barnes & Noble czy Dillons było znacznie utrudnione.

<sup>38</sup> Historię oraz rozwój *Amazon.com* można prześledzić na stronie <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Amazoncom-Inc-Company-History.html>.

garnia internetowa miała większy udział w rynku księgarskim niż potentat branży Barnes & Noble, a sam twórca został uznany za „jednego z niewielu młodych przedsiębiorców, którzy używają technologii i Cyberprzestrzeni, aby odebrać klientów tradycyjnym formom biznesów”<sup>39</sup>. Z tego powodu najwięksi dystrybutorzy książek w USA także postanowili udostępnić swoim klientom możliwość robienia zakupów online. Barnes & Noble, największa sieć księgarni na świecie, swój wirtualny sklep otworzyła na początku 1997 r. i pod koniec tego roku połowa wszystkich transakcji sprzedaży została zawarta w Cyberprzestrzeni<sup>40</sup>.

Jak zostało wspomniane wcześniej, wirtualna rzeczywistość może być wykorzystywana w różnym stopniu w e-handlu. Może służyć za miejsce promocji, za platformę negocjacji i zawarcia transakcji, która zostanie wykonana offline lub może także być medium, w którym cała transakcja dochodzi do skutku. W przypadku, gdy Sieć zostaje użyta tylko i wyłącznie do przetwarzania zamówień, wpływ Cyberprzestrzeni na ograniczenie powstania monopolu (o czym jest mowa w niniejszym punkcie) będzie przytłumiony, ze względu na fakt, iż sprzedawcy nadal mogą być uzależnieni w dużym stopniu od infrastruktury występującej w świecie rzeczywistym, która pozwoli im na szybką i taną dystrybucję oferowanych dóbr. Bez względu na to, wirtualna rzeczywistość stawia przed użytkownikami znacznie szerszy wybór produktów, usług i dostawców oraz zmniejsza koszty transakcji nawet o 15%<sup>41</sup>, co promuje zwiększoną konkurencję, która jest czynnikiem hamującym powstawanie pozycji dominującej na rynku czy też monopolu.

## 5.2. Koszty wejścia na rynek oraz koszty stałe

Jedną z najważniejszych przyczyn powstawania monopolu na rynku tradycyjnym są wysokie koszty eksploatacji oraz konieczność zainwestowania bardzo dużych pieniędzy w celu zaistnienia na rynku<sup>42</sup>. Zazwyczaj

---

<sup>39</sup> M. Martin, *The next big thing: A Bookstore?*, „Fortune Magazine”, 9.12.1996 r., s. 168.

<sup>40</sup> R. Cairney, *Bookstores an Online Goldmine?*, „See Magazine” – dostępne na stronie internetowej <http://www.seemagazine.com/Issues/1998/1015/web.html> (20.12.2008 r.).

<sup>41</sup> S. Loetz, *E-Commerce Platforms Innovation and Antitrust Law*, ZEI Report No. 9, June 2001.

<sup>42</sup> Przykładem takiego rodzaju działalności gospodarczej mogą być: telekomunikacja, przewozy kolejowe, sektor energetyczny, lotniczy, czy też sprzedaż towarów w ramach sieci sklepów (ang. *chain shops*). Jednak na kształt części tych branż wpływ mają nie tylko wysokie koszty inicjacji działań na danym rynku, lecz także regulacja państwowa, która ogranicza możliwość prowadzenia tej działalności czy to przez tzw. regulację sektorową czy też koncesjonowanie danej działalności. Szczegółowo o działalności regulowanej oraz ograniczeniach swobody działalno-

taka sytuacja związana jest z charakterem danej działalności gospodarczej, jednakże zdarza się, że główni gracze rynkowi, którzy w bardziej lub mniej formalny sposób podzielili rynek między siebie, będą stosować taktykę krótkotrwałego obniżania cen, często poniżej kosztów wytworzenia<sup>43</sup>, w celu uniemożliwienia lub zniechęcenia nowego podmiotu do dołączenia do rynku, co prowadzi do utrzymania ich dotychczasowej pozycji oligopolistycznej.

W przypadku, gdy mamy do czynienia z usługami i produktami, których sprzedaż może nastąpić całkowicie w Sieci<sup>44</sup>, koszty wejścia na rynek są znacznie niższe niż w przypadku świata rzeczywistego. Za przykład może posłużyć stworzenie i wydanie własnej gazety. W rzeczywistym świecie wymaga to zakupu i utrzymania drukarni, kupna papieru i tuszu oraz opłacenia sieci dystrybutorów. Natomiast taka sama działalność w Cyberprzestrzeni wymaga jedynie zamieszczenia informacji na przygotowanej wcześniej stronie www lub też jednego kliknięcia w celu przesłania wiadomości bezpośrednio do wszystkich zainteresowanych otrzymaniem takiego *newslettera*. Z drugiej strony system ocen i komentarzy pozwala użytkownikom wirtualnej rzeczywistości na ustalenie wiarygodności danego źródła informacji.

Niższe koszty wejścia na rynek zwiększają wydatnie konkurencję oraz pozwalają wielu małym oraz niszowym wydawcom na nie tylko na samo zaistnienie na rynku, ale także na prężną na nim działalność. Co więcej, łatwość z jaką można dołączyć do rynku również znacznie zmniejsza efektywność strategii krótkoterminowych, takich jak stosowanie rażąco niskich cen, które służyły kontroli dołączania nowych podmiotów do rynku przez jego największych uczestników. Z tego względu wirtualna rzeczywistość na stałe zmieniła układ sił na rynku dystrybucji informacji, gdzie mass media muszą konkurować z ogromną ilością mniejszych wydawców, choć ich przewagą jest ciągle tradycyjna dystrybucja w świecie rzeczywistym.

Podobny efekt, oczywiście na mniejszą skalę, można zauważyć w tych sektorach gospodarki, gdzie wirtualna rzeczywistość jest tylko platformą do zawarcia umowy, natomiast sama transakcja dokonywana jest w świecie rze-

---

ści gospodarczej – M. Szydło, *Regulacja sektorów infrastrukturalnych jako rodzaj funkcji państwa wobec gospodarki*, Warszawa 2005.

<sup>43</sup> Tzw. *predatory pricing*. Praktyka uznana jest za zakazaną przez normy prawa konkurencji większości państw świata. W Unii Europejskiej praktyki takie będą zakazane w art. 82 TWE, który zakazuje wykorzystywania pozycji dominującej na rynku, natomiast w polskiej ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów ustalanie rażąco niskich cen zabronione jest *explicite* w art. 9 ust. 2 pkt 1. Więcej na ten temat: P. Areeda, H. Hovenkamp, *Antitrust Law*, wyd. 2, 2002, s. 723–745.

<sup>44</sup> Pierwszy model opisywany na początku artykułu.

czywistym<sup>45</sup>. Przykładem takiego modelu może być przywoływany już wcześniej rynek księgarski. W realnym świecie, aby otworzyć księgarnię, należy wynająć odpowiednio duży lokal, w stosowny sposób go wyposażyc oraz zatrudnić personel. Są to jak widać dość znaczne koszty. Co więcej, dobrze wyposażona księgarnia posiada ok. 40 tys. tytułów<sup>46</sup>, za które właściciel musi co do zasady zapłacić z góry. Natomiast stworzenie wirtualnego katalogu i umieszczenie go na stronie www generuje relatywnie niewielkie koszty w porównaniu z działalnością na rynku tradycyjnym. Ponadto pozwala na udostępnienie dużo szerszego katalogu, o czym świadczy chociażby baza książek z *Amazon.com*, która liczy ponad 2 miliony tytułów<sup>47</sup>. Powyższe pokazuje, że wirtualna księgarnia, nie tylko nie wymaga ogromnych nakładów finansowych w celu jej otwarcia, jest tańsza w „eksploatacji”, to jeszcze oferuje klientom dużo szerszy logicznie uporządkowany zbiór książek, z którego potencjalni nabywcy mogą wybrać interesujący ich tytuł, często sprawniej niż w tradycyjnym lokalu.

Powyżej zilustrowanie przykłady pozwalają wykazać, że w wielu dziedzinach gospodarki możliwość oferowania dóbr w Cyberprzestrzeni znacznie zmniejsza koszty wejścia na rynek, co stymuluje konkurencję. W dodatku wirtualna rzeczywistość okazuje się wyśmienitą alternatywą dla tradycyjnych sposobów dystrybucji dóbr i usług.

### 5.3. Rzadkość zasobów

Rzadkość zasobów jest jednym z czynników, które prowadzą do powstania niedoskonałości rynkowych. Jednym ze sposobów walki z tym zjawiskiem jest wprowadzenie pewnych ograniczeń administracyjnoprawnych, w tym tworzenie monopoli przez państwo<sup>48</sup>.

Wpływ Cyberprzestrzeni na ograniczenie zjawiska rzadkości najlepiej zobrazować przykładem dystrybucji informacji niepisanej. Do czasów powstania Internetu tradycyjnymi środkami przekazywania informacji na odległość były

---

<sup>45</sup> Drugi model opisywany na początku artykułu.

<sup>46</sup> E. Brynjolfsson, Y. Hu, M. Smith, *Consumers surplus in the digital Economy: Estimating the value of increased product variety at Online Booksellers*, MIT School of Management, s. 1–5, dostępne na stronie internetowej [http://ebusiness.mit.edu/research/papers/176\\_erikb\\_onlinebooksellers2.pdf](http://ebusiness.mit.edu/research/papers/176_erikb_onlinebooksellers2.pdf) (20.12.2008 r.).

<sup>47</sup> Ibidem.

<sup>48</sup> Więcej T. Kocowski, *Reglamentacja gospodarcza*, [w]: A. Borkowski, A. Chełmoński, M. Guziński, K. Kiczka, L. Kieres, T. Kocowski, *Administracyjne prawo gospodarcze*, Wrocław 2005.

radio i telewizja. Ze względu na ograniczoną szerokość pasma elektromagnetycznego państwo postanowiło ograniczyć dostęp do możliwości emitowania audycji radiowych i telewizyjnych<sup>49</sup> w celu uniknięcia kompletnego chaosu oraz „inwazyjnej” natury tegoż medium<sup>50</sup>. W wirtualnej rzeczywistości problem ograniczeń podmiotowych dotyczących transmisji informacji tak naprawdę nie występuje. Tutaj możliwości użycia kanałów komunikacyjnych są praktycznie nieskończone. Internet jest zdecentralizowany i pozwala każdemu użytkownikowi używającemu standardowych protokołów na podłączenie się do niego. Z technicznego punktu widzenia każdy użytkownik może zamieścić swoją informację w Internecie (w postaci pliku tekstowego, graficznego, muzycznego, video etc.) i udostępnić go ogromnej liczbie użytkowników<sup>51</sup>. Informacja w Sieci dystrybuowana jest przez serię impulsów elektromagnetycznych przesyłanych w małych pakietach i może być przekazywana do wielu miejsc równocześnie<sup>52</sup>. Dlatego przekaz informacji w Cyberprzestrzeni nie podlega ograniczeniom, z którymi mamy do czynienia w przypadku tradycyjnych technologii komunikacyjnych. Z tego powodu nie ma konieczności stosowania jednego najbardziej wydajnego kanału komunikacji<sup>53</sup>.

W wirtualnej rzeczywistości każdy może zakładać swoje kanały komunikacji oraz ustalać reguły, jakimi będą się rządzić. To od pozostałych użytkowników zależy, czy uznają dany kanał za interesujący i czy będą gotowi do zaakceptowania warunków jego użytkowania. Jeśli nie, mogą dołączyć do innego działającego już kanału, bądź otworzyć własny.

W chwili obecnej technologia przesyłu informacji rozwinęła się na tyle, że szerokopasmowe łącza internetowe pozwalają na przesyłanie w czasie rzeczywistym obrazów telewizyjnych w wysokiej jakości, co sprawia, że telewizja internetowa staje się alternatywą dla telewizji tradycyjnej. Co więcej, pozwala użytkownikom na odnalezienie transmisji wydarzeń, które w tradycy-

---

<sup>49</sup> W Polsce rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych jest działalnością koncesjonowaną zgodnie z Art. 46 ust. 4 ustawy z 2.7.2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 173, poz. 1807) i ustawą z 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji; więcej na temat koncesjonowania tej działalności: J. Sobczak, *Ustawa o radiofonii o telewizji. Komentarz*, Poznań 1994.

<sup>50</sup> *ALCU vs. Reno*, 929 F. Supp. 824 (1996).

<sup>51</sup> W chwili obecnej istnieje wiele serwisów, które zajmują się hostingiem plików. Najbardziej znane z nich to: [www.rapidshare.de](http://www.rapidshare.de), [www.imageshack.us](http://www.imageshack.us), [www.youtube.com](http://www.youtube.com), czy rodzima [wrzuta.pl](http://wrzuta.pl). Z jednej strony pozwalają one na udostępnianie swoich „dzieł” przez użytkowników, z drugiej zaś strony nie jest tajemnicą, że np. wytwórnie płytowe poszukują nowych talentów poprzez portale typu [myspace.com](http://myspace.com), gdzie młodzi i nieznani dotychczas artyści umieszczają swoje dzieła.

<sup>52</sup> N. Elkin-Koren, E.M. Salzberger, op.cit., s.37.

<sup>53</sup> *Ibidem*.



nej telewizji pokazywane są w paśmie *pay per view*<sup>54</sup>. Ponadto pluralizm po stronie nadawców sprawił, że w chwili obecnej to uwaga użytkowników stała się dobrem rzadkim. Oznacza to, że sytuacja, z którą mieliśmy do czynienia w erze przed-Internetowej uległa odwróceniu. Z ogromnych ilości informacji, które są dostępne w Sieci, człowiek jest w stanie przyswoić tylko ograniczoną ich liczbę. Można więc stwierdzić, że materiały zgromadzone w Internecie konkurują ze sobą w celu uzyskania jak największej uwagi użytkownika.

Z tego powodu powstały wyszukiwarki internetowe, które są pośrednikami pomiędzy użytkownikiem a informacją. Zostały one skonstruowane w celu odnajdywania oraz katalogowania tych informacji, które są w danym momencie użytkownikom potrzebne. Dane, które są nie wykryte przez wyszukiwarkę lub nieumieszczone na liście rezultatów można traktować tak, jakby nie istniały<sup>55</sup>. Dlatego można stwierdzić, że dostęp do informacji jest kontrolowany przez wyszukiwarki, które poprzez promowanie bądź umyślne pomijanie podmiotów w katalogu rezultatów mogą mieć pośredni wpływ na podział sił rynkowych na innych rynkach. Z tego względu są one<sup>56</sup> pod lupą organów zajmujących się prawem konkurencji.

Jak widać z powyższej analizy, Cyberprzestrzeń może osłabiać tendencje do monopolizacji rynku poprzez eliminowanie bądź osłabianie zjawisk, które przyczyniają się do powstawania takiej sytuacji. To pozytywne zjawisko ma jednak i swoją ciemną stronę, gdyż mogą odwrócić uwagę organów ochrony konkurencji i sądów od zjawisk niespotykanych na tradycyjnych rynkach, które mogą prowadzić do ograniczania konkurencji, a które zostały omówione we wcześniejszej części tego artykułu.

---

<sup>54</sup> Jest to system, w którym użytkownik musi uiścić operatorowi dodatkową opłatę za obejrzenie danego wydarzenia. Najczęściej w tym systemie pokazywane są walki bokserskie w USA, system ten próbowano też wprowadzić w stosunku do meczów Piłkarskiej Ligi Mistrzów w Europie. Problem stacji telewizyjnych płacących miliony za prawa do transmisji staje się poważny, gdyż duża część użytkowników zdecyduje się na obejrzenie danego wydarzenia w telewizji internetowej (nawet z chińskim komentarzem), niż na dodatkowe płacenie tradycyjnej stacji za możliwość obejrzenia transmisji. Jest to spowodowane transgranicznością Internetu, która czyni regulację nowych zjawisk w wirtualnej rzeczywistości bardzo utrudnioną. Osobiście rozwój Sieci porównuję do rozwoju choroby raka, bo oba te organizmy w bardzo szybki sposób ewoluują, wymykając się coraz to wymyślniejszym lekarstwom (przepisom prawnym). Szerzej na temat problemu transgraniczności Internetu O. Filipowski, *Unfair market practices in EU and other jurisdictions*, rozdz. II, maszynopis pracy magisterskiej, Wrocław 2008, nie publ.

<sup>55</sup> N. Elkin-Koren, E.M. Salzberger, op.cit., s. 38.

<sup>56</sup> W zasadzie chodzi tu przede wszystkim o [www.google.com](http://www.google.com), który zdobył pozycję dominującą na rynku wyszukiwarek internetowych.

## 6. Wnioski

W Cyberprzestrzeni niektóre czynniki prowadzące do powstania pozycji monopolistycznej mają dużo mniejsze znaczenie niż w świecie rzeczywistym. Z drugiej strony jednak pojawiają się nowe zjawiska mogące prowadzić do tego właśnie efektu. Te „nowe” efekty monopolistyczne związane są z technologią i standardami i wymykają się standardowej analizie ekonomicznej konkurencji. Tradycyjne rozwiązania związane z zapobieganiem łączenia się firm, bądź przymusowym dzieleniem danego przedsiębiorstwa na kilka mniejszych oraz kontrolowaniem cen i jakości, mogą się okazać mało efektywne w stosunku do tych nowych zjawisk. Jaki np. sens miałoby dzielenie Microsoftu, w sytuacji, gdy nowo powstałe firmy i tak korzystałyby z tego samego standardu technologicznego, do którego nie mają dostępu inne firmy zewnętrzne? Dlatego działanie organów publicznych w stosunku do tych nowych zjawisk nie może bazować na tradycyjnej analizie opierającej się na popycie i podaży, gdyż prowadzi to do (nieumyślnego) pomijania niestandardowych zjawisk. Nowe problemy wymagają odmiennego sposobu myślenia oraz wykształcenia nowych rozwiązań, jak np. zmuszania firm do podawania kodu źródłowego (który jest standardem technologicznym) do publicznej wiadomości, co umożliwiłoby przedsiębiorstwom konkurującym nawiązanie walki rynkowej z dotychczasowym monopolistą, które wykraczają poza obszar tradycyjnej analizy ekonomicznej.