

Jarosław Fidala*

Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM w kontekście rynku książki

Spis treści

- I. Wprowadzenie
- II. Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM w prawie ochrony konkurencji
- III. „Antykonkurencyjność” i „prokonkurencyjność” wertykalnych porozumień cenowych typu RPM
 1. Uwagi ogólne
 2. Pojęcie „antykonkurencyjności” w kontekście celu prawa ochrony konkurencji
 3. „Antykonkurencyjne” i „prokonkurencyjne” porozumienia RPM w kontekście celu prawa ochrony konkurencji
- IV. Prawnokonkurencyjna ocena sztywnej ceny sprzedaży na rynku książki
- V. Zakończenie

Streszczenie

Artykuł dotyka dwóch kontrowersyjnych i wysoce ważkich zagadnień, jakimi są ocena tzw. wertykalnych porozumień cenowych typu RPM w prawie ochrony konkurencji oraz podejmowane przez polskiego legislatora próby ustanowienia regulacji ustawowych przewidujących tzw. sztywną cenę książki. Oba wskazane zagadnienia sprowadzają się do odpowiedzi na pytanie: czy mechanizm RPM zaburza lub sprzyja konkurencyjności rynku książki. Punktem wyjścia do udzielenia odpowiedzi na to pytanie jest wyodrębnienie pro- i antykonkurencyjnych porozumień RPM z perspektywy celu prawa ochrony konkurencji wiążanego z koncepcją dobrobytu. Mechanizm RPM może realizować ten cel w kontekście rynku książki na tyle, na ile skutek pozytywnego oddziaływania na parametry efektywnego konkurowania na tym rynku przyczyniać się będzie do zaspokajania i optymalizowania zróżnicowanych ekonomicznych potrzeb różnych grup podmiotów (autorów, wydawców, księgarzy, konsumentów).

Słowa kluczowe: porozumienia RPM; antykonkurencyjność; podejście skutkowe; sztywna cena książki; cel prawa ochrony konkurencji; dobrobyt społeczno-rynkowy.

JEL: K21

* Doktor nauk prawnych, radca prawny w kancelarii prawnej SDZLEGAL SCHINDHELM we Wrocławiu; e-mail: jaroslaw.fidala@sdzlegal.pl; jarek.fidala@gmail.com

I. Wprowadzenie

Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM stanowią element systemów dystrybucyjnych w pionowej relacji producent (dostawca) – dystrybutorzy. Porozumienia RPM wyrażają się w tym, że producent danego towaru uzgadnia z dystrybutorami w sposób pośredni lub bezpośredni sztywne lub minimalne ceny odsprzedaży towaru, które dystrybutorzy zobowiązani są stosować wobec nabywających je od nich podmiotów¹.

Mechanizm sztywnej ceny odsprzedaży właściwy jest rozwiązaniom proponującym wprowadzenie w danym państwie sztywnej ceny książki. Rozwiązania te przyjmować mogą postać porozumień branżowych skupiających wydawców i księgarzy (jak np. w Chorwacji i Słowenii) lub, jak w większości przypadków, regulacji o randze ustawowej stanowiących część porządku prawnego danego państwa (jak np. we Francji, Niemczech, Hiszpanii, Włoszech).

W polskim porządku prawnym brakuje aktualnie rozwiązań dających podstawę do regulacji rynku książki w zakresie sztywnej ceny odsprzedaży. Podjęta została jednak w tym kierunku inicjatywa ustawodawcza zakładająca normatywną regulację rynku książki w drodze ustawy o książce².

Pomimo że ustawa o książce nie została ostatecznie uchwalona, zgodnie zaś z zasadą dyskontynuacji projekt nie jest przedmiotem obrad Sejmu obecnej kadencji, to należy wskazać, iż narosłe wokół przedstawionego projektu ustawodawczego kontrowersje i opinie wyrażane przez zarówno przedstawicieli branży wydawniczej³, jak i samych konsumentów – czytelników⁴ stanowią o zasadności i potrzebie spojrzenia na problem sztywnej ceny książki z perspektywy prawnokonkurencyjnej analizy wertykalnych porozumień cenowych typu RPM. Mając na uwadze fakt, iż mechanizm ten obowiązuje na gruncie porządków prawnych wielu państw, a prawdopodobieństwo ponownego wniesienia projektu ustawy o książce i dyskusji nad nim nie jest wykluczone⁵, przeprowadzona analiza może dostarczyć dodatkowego źródła dla oceny mechanizmu RPM jako sprzyjającego kształtowaniu „konkurencyjności” rynku książki lub ją zaburzającego.

II. Wertykalne porozumienia cenowe typu RPM w prawie ochrony konkurencji

Ocena wertykalnych porozumień cenowych typu RPM budzi nieustające spory wśród teoretyków i praktyków prawa ochrony konkurencji. Zasadnicza oś dyskusji ogniskuje się wokół problemu zdefiniowania i metodologii ustalenia antykonkurencyjności porozumień RPM

¹ RPM to skrót angielskiego sformułowania *resale price maintenance*. Sformułowanie to zostało przyjęte w niniejszej publikacji jako zbiorcze określenie omawianych porozumień cenowych w relacji pionowej. Porozumienia RPM w tym znaczeniu należy odróżnić od dwóch innych zasadniczych typów wertykalnych porozumień cenowych, jakimi są porozumienia w zakresie tzw. cen rekomendowanych oraz cen maksymalnych. Ocena tych dwóch ostatnich typów porozumień nie wzbudza w aktualnym stanie prawnym wątpliwości o tyle, o ile ceny rekomendowane lub maksymalne nie prowadzą do skutków analogicznych jak ceny minimalne lub ceny sztywne. Por. m.in. decyzje Prezesa UOKiK z: 16.06.2010 r., RPZ-8/2010 oraz 12.08.2011 r., RKT-22/2011; Wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych (Dz. Urz. WE z 2010 r., C 130, s. 1), pkt 48 oraz pkt 226–229; wyr. Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (obecnie Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej, dalej: TSUE) z 28.01.1986 r. w sprawie C-161/84, *Pronuptia de Paris GmbH przeciwko Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*.

² Projekt wraz z uzasadnieniem dostępny jest pod poniższym linkiem: <http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/0/9E688B15F19B4EACC1257E600030C321/%24File/3477.pdf> (31.01.2016).

³ Por. m.in. wybrane wypowiedzi cytowane na poniższych stronach internetowych: <http://booklips.pl/newsy/prezes-wydawnictwa-albatros-ustawa-o-stalej-cenie-ksiazki-jest-nam-potrzebna-tak-jak-lodowki-na-antarktydzie/>; <http://wydawnictwo-jaguar.blogspot.com/2015/06/cena-szywna-jak-trup.html>; <http://www.fronda.pl/a/ksiegarze-ostregaja-ceny-ksiazek-wzrosna,49958.html>; <http://www.lex.pl/czytaj/-artykul/sejm-rozpoznal-prace-nad-projektem-ustawy-o-ksiazce> (31.01.2016).

⁴ Por. m.in. wybrane głosy i opinie wyrażane na stronach internetowych i portalach społecznościowych: <http://annaugustyniak.natemat.pl/137099.plusy-i-minusy-ustawy-o-jednolitej-cenie-ksiazki/>; <http://www.eczytniki24.pl/2014/10/ustawa-o-jednolitej-cenie-ksiazki-apel.html>; <http://www.eczytniki24.pl/2014/10/ustawa-o-jednolitej-cenie-ksiazki-apel.html>; <http://czasopismo.legartis.org/2015/04/stala-cena-ksiazki.html>; <http://okonakulture.pl/2015/04/24/ocaliaksiazki-czyli-kilka-slow-o-ustawie-o-jednolitej-cenie-ksiazki/>; <https://pl.pl.facebook.com/niedlaokresuochronnego> (31.01.2016).

⁵ Świadczyć o tym mogą m.in. pozytywne wypowiedzi Jarosława Sellina – sekretarza stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego, por.: <http://analizy.koliber.org/nasze-raporty/ustawa-o-jednolitej-cenie-ksiazki/> (31.01.2016).

w świetle norm prawnych zakazujących zawierania antykonkurencyjnych porozumień między przedsiębiorcami⁶.

Przedmiotowe normy nakazują ustalenie antykonkurencyjności porozumień RPM na podstawie ich przedmiotu (celu) lub skutku⁷.

Na tle reguł prawnokonkurencyjnej ochrony zakazujących zawierania antykonkurencyjnych porozumień powszechnie przyjmowany jest pogląd, iż porozumienia RPM same w sobie mają antykonkurencyjny przedmiot⁸. W odniesieniu do oceny porozumień RPM przedmiot ten jest ujmowany w ramy formalistycznego podejścia, które charakteryzuje się rygorystyczną (abstrakcyjną) oceną antykonkurencyjności zachowań przedsiębiorców w oderwaniu od danego kontekstu faktycznego, prawnego i ekonomicznego. Organ antymonopolowy, odwołując się do utrwalonego w toku ugruntowanej praktyki katalogu porozumień zakazanych z uwagi na przedmiot, ustala antykonkurencyjny charakter porozumienia RPM poprzez jego proste zakwalifikowanie do tej kategorii (Kępiński i Podrecki, 2014; Goyder, 2011; Bailey, 2012, s. 559–560).

W opozycji do opisanego podejścia formalistycznego do porozumień RPM plasuje się nurt podejścia zorientowanego na skutki (*effects-based approach*). Podejście to charakteryzuje ocena antykonkurencyjności zachowań przedsiębiorców w oderwaniu od formy, a w ścisłym powiązaniu z kryteriami ekonomicznymi i uwarunkowaniami rynkowymi, w kontekście których ujawniają się pozytywne lub negatywne skutki badanych zachowań (Jurkowska-Gomułka i Skoczny, 2009, s. 185–193; Jones, 2010, s. 45)⁹. Odwołując się m.in. do zasad ekonomicznej analizy prawa oraz modeli ekonomicznych, postuluje się dokonywanie bardziej kompleksowej oceny porozumień RPM z punktu widzenia skutków rynkowych¹⁰.

Ocena antykonkurencyjności porozumień zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami w coraz większym stopniu powinna być nacechowana elementami właściwymi podejściu skutkowemu¹¹.

⁶ Na gruncie polskiego prawa ochrony konkurencji normy te określa dyspozycja art. 6 ust. 1 ustawy z 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2015 r., poz. 184, z późn. zm., dalej: uokik), natomiast na poziomie prawa konkurencji Unii Europejskiej art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. WE C 115/1; dalej: TFUE).

⁷ Kategoria „celu” i „przedmiotu” porozumienia to tożsama kategoria pojęciowa, odwołująca się do obiektywnego charakteru (treści) badanego porozumienia. Polskie przepisy prawa ochrony konkurencji zakazujące antykonkurencyjnych porozumień odwołują się do kategorii „cel”, podczas gdy kategoria „przedmiot” (*object*) właściwa jest unijnemu prawu konkurencji. W niniejszej publikacji przyjęty został termin „przedmiot” jako pełniej oddający sens oceny antykonkurencyjności porozumień w oparciu o ich charakter (kategorię obiektywną) niż pojęcie celu, noszące w sobie elementy subiektywne (zamiar). Podobnie, m.in. Zawłocka-Turmo i Turmo, 2011.

⁸ Stanowiska na gruncie polskiej praktyki orzeczniczej i decyzyjnej, m.in. wyr. SN z 16.01.2003 r., I CKN 1200/00; decyzje Prezesa UOKiK z: 23.11.2011 r., RPZ-33/2011; 31.12.2012 r., DOK-9/2012. Stanowiska na gruncie unijnej praktyki orzeczniczej i decyzyjnej, m.in. wyr. TSUE z: 30.01.1985 r. w sprawie C-123/83, *Bureau national interprofessionnel du cognac przeciwko Guy Clair*, 11.07.1989 r. w sprawie C-246/86, *SC Belasco i inni przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich*; Wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych, op. cit., pkt 48 oraz pkt 223; Wytyczne dotyczące ograniczeń konkurencji „z uwagi na przedmiot” dla celów określenia jakiego rodzaju porozumienia mogą korzystać z przywileju Zawiadomienia de minimis. Dokument towarzyszący Zawiadomieniu w sprawie porozumień o mniejszym znaczeniu, które nie ograniczają odczuwalnie konkurencji na mocy art. 101 ust. 1 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (zawiadomienie de minimis) z 25.06.2014 r. (http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/de_minimis_notice_annex.pdf), pkt 3.4, s. 16.

⁹ Więcej na temat „podejścia zorientowanego na skutki” m.in. w: Jurkowska-Gomułka, 2012, s. 34; Piszcz, 2010; Neven i de la Mano, 2006; Hildebrand, 2009.

¹⁰ Na gruncie praktyki decyzyjnej i orzeczniczej przełomowym rozstrzygnięciem był wyr. amerykańskiego Sądu Najwyższego w sprawie *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc.* (2007), 127 S.Ct. 2705, 168 L.Ed.2d 623 (2007), w którym Sąd Najwyższy stwierdził, iż porozumienia RPM mogą być poddane bardziej złożonej analizie na podstawie „reguły rozsądku”; Elzinga i Mills, 2010, s. 353. Por. także wybrana literatura z zakresu skutkowej oceny porozumień RPM: Kneepkens, 2007; Aziewicz, 2013; Bolecki, 2012; Fidala, 2012; Grzejdzia, 2009; Kohutek, 2015.

¹¹ Por. m.in. Wytyczne w sprawie stosowania art. 81(3) Traktatu (Dz. Urz. UE z 2004 r., C 101, s. 8), pkt 24, zgodnie z którymi zakaz porozumień ograniczających konkurencję ma zastosowanie wyłącznie wówczas, gdy „(...) na podstawie właściwej analizy rynku można wywnioskować prawdopodobieństwo wywołania przez porozumienie antykonkurencyjnych skutków”. Podejście skutkowe deklaruje także Prezes UOKiK, który w dokumentach zatytułowanych „Polityka konkurencji na lata 2011–2013” oraz w projekcie „Polityki konkurencji na lata 2014–2018”, wskazuje, iż „(...) właściwie funkcjonujący system ochrony konkurencji winien brać pod uwagę możliwe pozytywne skutki porozumień między przedsiębiorcami. Wiele z nich przynosi bowiem szereg korzyści gospodarczych, pozwalających na korzystną dla konsumentów koordynację zachowań lub podział zadań między uczestnikami”, *Polityka konkurencji na lata 2011–2013*, UOKiK, Warszawa 2011, s. 13, (www.uokik.gov.pl/download.php?plik=10111) oraz projekt *Polityki konkurencji na lata 2014–2018*, UOKiK, Warszawa 2014, s. 18 (www.uokik.gov.pl/download.php?plik=14688). Skutkowe podejście do oceny zachowań przedsiębiorców oparte na analizie ekonomicznej wynika również z „Polityki ochrony konkurencji i konsumentów”, która jako główny obszar zwiększenia skuteczności UOKiK wskazuje „(...) dalszą ekonomizację, czyli wzrost znaczenia wyników analiz ekonomicznych w postępowaniach (...)”. Dzięki temu reakcje na naruszenia będą uwzględniać kompleksowy wpływ na dobrobyt konsumentów i funkcjonowanie całej gospodarki krajowej. Zastosowanie narzędzi ekonomicznych umożliwi bieżące diagnozowanie zmian zachodzących na rynkach oraz szybkie i sprawne reagowanie UOKiK. Analiza ekonomiczna stanowić będzie

Z zastrzeżeniem porozumień posiadających cechy oczywiście antykonkurencyjnego porozumienia horyzontalnego zawartego wyłącznie w celu wyeliminowania efektywnej konkurencji w drodze uzgodnień cenowych, podziałowych, kontyngentowych czy przetargowych, porozumienia przedsiębiorców mają potencjał do generowania zróżnicowanych (pozytywnych, negatywnych) skutków rynkowych. Dotyczy to w szczególności porozumień wertykalnych, które motywowane mogą być obiektywnymi czynnikami związanymi m.in. ze zwiększeniem efektywności sprzedaży, optymalizacją procesów dystrybucyjnych i poszerzeniem oferty rynkowej¹², jak również określonych typów porozumień horyzontalnych¹³. Z tej perspektywy, czyste podejście formalistyczne nie jest kompatybilne ze skutkowym (przedmiotowym, funkcjonalnym) ujmowaniem efektywnej konkurencji nakierowanej na realizację dobrobytu (bliżej na ten temat w pkt III)¹⁴. Pomimo tego, ocena porozumień RPM nadal motywowana jest przez perspektywę przedmiotu, który w ocenie organów antymonopolowych ma na tyle silne zabarwienie antykonkurencyjne, że przesądza o oczywistej sprzeczności omawianych porozumień z prawem ochrony konkurencji¹⁵.

Wyjaśnienie podstaw tego stanu rzeczy ma istotne znaczenie w perspektywie zidentyfikowania możliwych stanów faktycznych, w których porozumienia RPM nie będą jawnie antykonkurencyjne.

III. „Antykonkurencyjność” i „prokonkurencyjność” wertykalnych porozumień cenowych typu RPM

1. Uwagi ogólne

Według podejścia formalistycznego porozumienie RPM wykazuje na tyle silny charakter sprzeczności z celem chronionym przez prawo ochrony konkurencji, że nie ma potrzeby powiązania tego przedmiotu z otoczeniem, w którym funkcjonuje porozumienie, a tym bardziej z możliwymi jego (innymi) skutkami dla rynku.

Pewne ślady „zmiękczenia” tego podejścia widoczne są w orzecznictwie polskiego Sądu Najwyższego, który w ostatnim czasie zajął stanowisko o istnieniu podstaw do bardziej kontekstowej oceny przedmiotowych porozumień¹⁶. Również niektóre decyzje Prezesa UOKiK wydane w przeszłości mogły świadczyć o pewnych odstępstwach od jednoznacznie negatywnej oceny porozumień RPM¹⁷. Z uwagi jednak na brak wyraźnego i skonkretyzowanego odniesienia tak przez Sąd Najwyższy, jak i organ antymonopolowy do kryteriów ekonomicznych właściwych podejściu skutkowemu, nie jest możliwe przyjęcie wniosku o zmianę podejścia do oceny porozumień RPM z formalistycznego na skutkowe (Jurkowska-Gomułka, 2012, s. 45; Kohutek, 2014; Syp, 2014).

podstawę podejmowania decyzji administracyjnych. W związku ze wzrostem jej roli UOKiK będzie mógł również w większym niż dotychczas stopniu uwzględnić specyfikę danego rynku i rzeczywistą presję jaką wywierają na siebie funkcjonujące na nim podmioty”; *Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, UOKiK, Warszawa 2015, s. 15, 16, 36 i 41, www.uokik.gov.pl/download.php?plik=17021 (31.01.2016).

¹² Por. m.in. motywacje przyjmowane dla wprowadzenia określonych systemów dystrybucji: wyłącznej, selektywnej, franchisingowej; Wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych..., pkt 151, 174, 189.

¹³ Np. horyzontalne porozumienia zakupowe motywowane koniecznością uzyskania oszczędności kosztów w postaci niższych cen nabycia przez określone grupy nabywców; Wytyczne KE w sprawie stosowania art. 101 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do horyzontalnych porozumień kooperacyjnych (Dz. Urz. UE z 2011 r., C 11/1), pkt 194.

¹⁴ Odnośnie do skutkowego ujmowania konkurencji por. m.in. Miąsik i Skoczny, 2009, s. 50; Stefanicki, 2014; Kohutek, 2012; M. Kępiński, 2014, s. 2 i n.; wyr. SN z 19.10.2006 r., III SK 15/06; wyr. SN z 23.11.2011 r., III SK 21/11; wyr. SN z 15.05.2014 r., III SK 44/13.

¹⁵ Por. liczne decyzje Prezesa UOKiK m.in. z: 31.12.2013 r., DOK-7/2013; 31.12.2012 r., DOK-9/2012; 27.12.2012 r., DOK-8/2012; 21.12.2012, RKT-48/2012; 23.11.2011, RPZ-33/2011; 26.04.2011 r., DOK-3/2011; 30.12.2010 r., RGD-31/2010; 27.09.2010 r., RLU-16/2010; 16.07.2010 r., DOK-6/2010; 19.12.2008 r., RKT-88/2008; 4.07.2008 r., DOK-3/2008; 29.06.2007 r., RWR-20/2007; oraz wyr. SN m.in. z: 23.11.2011 r., III SK 21/11; 5.06.2008 r., III SK 40/07 i 16.01.2003 r., I CKN 1200/00.

¹⁶ Wyr. SN z: 23.11.2011 r., III SK 21/11 oraz 15.05.2014 r., III SK 44/13. W tym ostatnim Sąd Najwyższy wyraźnie wskazał, iż nie w każdym przypadku porozumienia RPM dochodzi do zagrożenia interesu publicznego, a także aktualizacji konieczności nałożenia kary pieniężnej.

¹⁷ Decyzje Prezesa UOKiK z: 30.12.2010 r., RGD-31/2010; 27.09.2010 r., RLU-16/2010; 9.09.2010 r., RLU-17/2010; 19.12.2008 r., RKT-88/2008.

Oceniając to podejście z perspektywy ewentualności zmiany standardu oceny do porozumień RPM, należy odwołać się do podstawowego kryterium oceny antykonkurencyjności, które wynikać winno z celu prawa ochrony konkurencji.

2. Pojęcie „antykonkurencyjności” w kontekście celu prawa ochrony konkurencji

Cel prawa ochrony konkurencji jest definiowany przez nadrzędne wartości prawnokonkurencyjne, których ochrona uzasadnia władczą ingerencję państwa w stosunki gospodarcze (Fidała, 2015, s. 25).

Dotychczasowy rozwój prawa ochrony konkurencji potwierdza ewolucję rozumienia wartości składających się na cel prawa ochrony konkurencji. O ile w początkowej fazie wartości te były utożsamiane z autonomią gospodarczą, procesem rywalizacji rynkowej oraz określonymi modelami działania na rynku (ujęcie podmiotowe, strukturalne, wolnościowe konkurencji)¹⁸, o tyle aktualnie łączone są one z ekonomiczną efektywnością, która realizuje pożądany poziom dobrobytu (ujęcie przedmiotowe, funkcjonalne, skutkowe konkurencji)¹⁹.

Kwestią sporną pozostaje określenie, jakiego rodzaju dobrobyt ma być osiągniany w wyniku funkcjonowania efektywnej konkurencji. Zgodnie z dominującym poglądem, dobrobyt ten powinien być utożsamiany z dobrobytem konsumentów, który jest możliwy do osiągnięcia w najwyższym stopniu w sytuacji, kiedy ekonomiczne zasoby istniejące w danym społeczeństwie są alokowane zgodnie z preferencjami konsumentów (Bork, 1993, s. 85). Koncepcja dobrobytu konsumentów nie jest jednak jednoznacznie przyjmowana jako powszechny model prawnokonkurencyjnej ochrony. Podkreśla się w tym zakresie m.in. niejednoznaczność co do kategorii konsumentów chronionych w ramach koncepcji dobrobytu²⁰ oraz problem zawężenia pola oceny zachowań rynkowych z perspektywy określonej grupy podmiotów, z pominięciem innych (Powałowski, 2015, s. 26; Kępiński, 2014, s. 8).

Zdaniem autora, zachodzi uzasadniona konieczność ujmowania wartości prawnokonkurencyjnej ochrony w szerszym znaczeniu, wpisanym w konstrukcję społecznej gospodarki rynkowej, będącej dominującym modelem ustroju gospodarczego w Europie²¹. Model społecznej gospodarki rynkowej wyznacza dla państwa sferę ingerencji w stosunki gospodarcze, w obszarze których państwo koryguje prawa rynkowe w celu realizacji określonych potrzeb społecznych²².

W ocenie autora normatywny model efektywnej konkurencji wpisany jest siłą rzeczy w konstrukcję społecznej gospodarki rynkowej i nakierowany winien być na realizację potrzeb zróżnicowanych grup uczestniczących w społecznej gospodarce rynkowej (Fidała, 2015, s. 85). Uwzględniając fakt, iż zachowania rynkowe przedsiębiorców podejmowane są w przestrzeni, w której skupiają

¹⁸ Pewne odniesienia do tego nurtu odnaleźć można m.in. w ocenach wyrażanych przez SOKiK (m.in. wyr. z 9.01.2006 r., XVII Ama 84/04) oraz TSUE (m.in. wyr. z 16.12.1975 r. w sprawach połączonych od 40/73 do 48/73, 50/73, 54/73 do 56/73, 111/73, 113/73 i 114/73 *Suiker Unie i in. przeciwko Komisji* oraz wyr. z 14.07.1981 r. w sprawie C-172/80 *Züchner przeciwko Bayerische Vereinsbank AG*).

¹⁹ Przejawy tego podejścia widoczne są m.in. w ocenach wyrażanych przez polski Sąd Najwyższy (m.in. wyr. z 5.06.2008 r., III SK 40/07), SOKiK (m.in. wyr. z 16.11.2005 r., XVII Ama 97/04), Prezesa UOKiK (m.in. decyzja z 25.06.2013 r., DOK-1/2013), TSUE (m.in. wyr. z 14.03.2013 r. w sprawie C-32/11, *Allianz Hungária Biztosító Zrt., Generali-Providencia Biztosító Zrt., Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége, Magyar Peugeot Márkakereskedők Biztosítási Alkusz Kft, Paragon-Alkusz Zrt. przeciwko Gazdasági Versenyhivatal*).

²⁰ W tym zakresie prezentowany jest pogląd o możliwie szerokim ujęciu konsumentów w znaczeniu nabywców (a więc także dystrybutorów), a nie tylko konsumentów finalnych. Por. m.in. Kępiński i in., 2014, s. 741.

²¹ Zgodnie z art. 20 Konstytucji RP, „Społeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych stanowi podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej”. W świetle art. 3 ust. 3 Traktatu o Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana, Dz. Urz. UE z 2012 r., C 326, s. 1) „Unia ustanawia rynek wewnętrzny. Działa na rzecz trwałego rozwoju Europy, którego podstawą jest zrównoważony wzrost gospodarczy oraz stabilność cen, społeczna gospodarka rynkowa o wysokiej konkurencyjności, zmierzająca do pełnego zatrudnienia i postępu społecznego oraz wysoki poziom ochrony i poprawy jakości środowiska naturalnego”.

²² Por. m.in. wyr. TK z 30.01.2001 r., SK 17/00.

się potrzeby ekonomiczne różnych grup podmiotów, potrzeby te wyznaczać będą pożądanym modelem dobrobytu społeczno-rynkowego – jako ostatecznego celu prawa ochrony konkurencji. Zaznaczyć należy, iż potrzeby te powiązane są ściśle z określonymi parametrami (funkcjami) efektywnej konkurencji, jak poziom cen, jakość produktów, zakres ich wyboru oraz dostępność, innowacyjność technologiczna. Ze względu na różnorodność tych parametrów rolą prawa ochrony konkurencji w opisanym modelu staje się zaspokojenie i zoptymalizowanie możliwie szerokiego zakresu parametrów w oparciu o skutkowe podejście do oceny danego zachowania (Fidała, 2015, s. 66).

W takim ujęciu celem prawa ochrony konkurencji staje się dobrobyt społeczno-rynkowy postrzegany przez pryzmat ekonomicznych potrzeb różnych grup podmiotów uczestniczących w społecznej gospodarce rynkowej. W zależności od danej sytuacji rynkowej determinowanej przez indywidualizujący ją kontekst prawny, ekonomiczny i faktyczny związany np. z charakterystyką produktową, dominującym modelem konsumenta, strukturą popytu i podaży, barierami wejścia na rynek, legalizacja lub delegalizacja danego zachowania z punktu widzenia celu prawa ochrony konkurencji może być motywowana koniecznością ochrony różnych grup podmiotów obecnych na rynku (Fidała, 2015, s. 106).

Zdaniem autora nie jest możliwe wskazanie z góry jednej, określonej grupy podmiotów, która będzie ulti­matywnie chroniona przez prawny zakaz danych zachowań. Elementem oceny „antykoncepcyjności” winno być zdefiniowanie grup, których potrzeby wymagają ochrony oraz samych potrzeb istotnych z perspektywy oceny antykonkurencyjności danego zachowania, w świetle badanego kontekstu. Zastrzec należy przy tym, iż ocena ta wykluczać powinna ochronę interesów samych przedsiębiorców – stron porozumienia w sytuacji, gdy w sposób oczywisty, na podstawie zewnętrznych przejawów zachowań tych przedsiębiorców, można stwierdzić, iż podjęte zachowanie służy wyłącznie sztucznej koordynacji ich polityki rynkowej, bez możliwości generowania przyrostu w szerszej skali (np. w sytuacji porozumień horyzontalnych mających znamiona zmywy cenowej, podziałowej, kontyngentowej, czy przetargowej). Istotne jest bowiem zdefiniowanie tych grup i tych potrzeb, które w danym kontekście są społecznie i ekonomicznie (rynkowo) uzasadnione, w świetle istnienia zasadniczych wartości przyjętych w danym systemie prawnym (Fidała, 2015, s. 106).

W sytuacji powodowania przez dane zachowanie przyrostu korzyści dla jednej grupy lub potrzeb względem strat powodowanych dla innych grup lub w zakresie innych potrzeb rozstrzygające znaczenie powinna mieć analiza z punktu widzenia właśnie tych zasadniczych wartości, uznanych za istotne w danym kontekście rynkowym. Stąd, sama nadwyżka indywidualnego producenta w postaci generowanego przez niego zysku czy też sama nadwyżka indywidualnego konsumenta wyrażająca się w różnicy pomiędzy subiektywnym przekonaniem o wartości danej rzeczy i ceną, jaką w rzeczywistości musi on za nią zapłacić, nie powinny samoistnie przesądzać o tym czy cel prawa ochrony konkurencji jest realizowany, jeżeli w danym kontekście zasadne byłoby uwzględnienie nadwyżki osiągananej przez inne podmioty²³. Szerokoaspektowe ujęcie korzyści generowanych przez dane zachowanie dla różnych grup podmiotów właściwe winno być ocenie porozumień RPM na rynku książki (por. szczegółowe wywody zawarte w pkt IV).

²³ Koncepcja zakładająca przyrost dobrobytu w sytuacji powstania nadwyżki po którejkolwiek ze stron, bez wartościowania pomiędzy nimi właściwa jest koncepcji „dobrobytu całkowitego” (*total welfare*). Koncepcja „dobrobytu konsumenta” zakłada z kolei przyznanie priorytetowego znaczenia przyrostowi po stronie konsumentów; Bishop i Walker, 2002, s. 24.

3. „Antykonkurencyjne” i „prokonkurencyjne” porozumienia RPM w kontekście celu prawa ochrony konkurencji

W świetle przyjętego modelu dobrobytu społeczno-rynkowego formalistyczne podejście do porozumień RPM oparte na kryterium przedmiotu wydaje się nie mieć uzasadnienia, biorąc pod uwagę złożoność stanów gospodarczych, w których wyrażać się może prokonkurencyjny wpływ porozumień RPM na parametry efektywnej konkurencji inne niż cena towaru (Fidała, 2015, s. 208). Ponadto, podejście to pomija samą naturę porozumień RPM jako ograniczeń typu wertykalnego, które potencjalnie przyczyniają się do wyważenia poziomu wartości dodanej pewnego produktu w łańcuchu dostaw oraz generowania w związku z tym określonych korzyści ekonomicznych na rynku (Fidała, 2015, s. 278; Bongard i in., 2007, s. 123)²⁴.

Wśród zasadniczych korzyści wiązanych z porozumieniami RPM wskazuje się m.in.:

- ograniczenie ryzyka niewłaściwej działalności rynkowej na szczeblu dystrybucji w związku z występowaniem efektu „jazdy na gapę” (*free rider problem*)²⁵;
- przeniesienie ciężaru wewnątrzmarkowej konkurencji (tj. konkurencji w obrębie produktu tej samej marki) z poziomu ceny na inne parametry efektywnego konkurowania zarówno wewnątrzmarkowego (np. jakości, efektywności systemu sprzedażowego), jak i międzymarkowego, tj. w obrębie produktów różnych marek (Klein i Murphy, 1988, s. 295);
- kształtowanie efektywności na rynku poprzez umożliwienie wejścia na rynek nowym podmiotom i poszerzenie oferty produktowej²⁶;
- ochronę wizerunku marki i jakości sprzedaży w związku z m.in. poczynionymi wysiłkami inwestycyjnymi (Marvel, 2010, s. 79-99);
- ograniczenie ryzyka negatywnych decyzji cenowych dystrybutorów stosujących przeceny, powodujących możliwość spadku sprzedaży produktów na półce (OECD, 2008, s. 10);
- zapobieganie zjawisku tzw. podwójnej marży (*double marginalisation*) będącej efektem dodawania marż dostawcy i dystrybutora w relacji wertykalnej (Spengler, 1950, s. 347–352).

Istnienie powyższych korzyści nie powinno oznaczać automatycznego zwolnienia porozumień RPM z oceny ich antykonkurencyjności. W pewnych bowiem sytuacjach porozumienia RPM mogą prowadzić do nieuzasadnionej koordynacji zachowań rynkowych w odniesieniu do istotnych parametrów efektywnej konkurencji (Fidała, 2015, s. 158). Ryzyko powodowania negatywnych skutków w następstwie porozumień RPM może być wywołane okolicznościami świadczącymi w szczególności o tym, iż:

- porozumienie RPM stanowi w istocie horyzontalną zмовę między producentami (dostawcami) lub dystrybutorami w zakresie cen produktów różnych lub tych samych marek²⁷;
- porozumienie RPM przyczynia się do zamknięcia i podziału znacznej części rynku²⁸;

²⁴ Por. także zestawienie korzyści generowanych przez określone typy ograniczeń wertykalnych w Wytycznych Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych..., pkt 107.

²⁵ Efekt polegający na tym, iż odbiorcy końcowi danego produktu korzystają z usług gwarantowanych przez dystrybutorów świadczących wysoki poziom usług przedsprzedażowych, po czym nabywają ten produkt po niższej cenie u dystrybutora, który nie zapewnia takich usług. Wskutek zachodzenia tego procesu zmniejszyć może się podaż usług przedsprzedażowych dostępnych na rynku; Pitofsky, 2007, s. 61.

²⁶ Wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych..., pkt 225; Klein, 2009, s. 76.

²⁷ Istotne znaczenie ma w tym kontekście ocena mechanizmów właściwych porozumieniom *hub and spoke*, w ramach których przedsiębiorcy–konkurenci koordynują swoje polityki cenowe poprzez pośrednika będącego wobec nich w relacji wertykalnej; decyzja Prezesa UOKiK z 8.12.2015 r., DOK-4/2015. Por. także Bolecki, 2011.

²⁸ Decyzja Komisji Europejskiej z 21.12.2000 r. w sprawie COMP.F.1/35.918, *JCB* (Dz. Urz. UE L z 2001 r., L 69, s. 1).

– porozumienie RPM ogranicza możliwości konkurencyjnego działania w zakresie istotnych parametrów efektywnej konkurencji oraz ma bezpośrednie przełożenie na poziom cen odsprzedaży, po których kontrahent dystrybutora, a w szczególności konsument kupuje towary²⁹. Oddziaływanie na zachowania cenowe przedsiębiorców może prowadzić m.in. do wzrostu cen, ograniczenia podaży czy zredukowania możliwości rozwojowych rynków, a tym samym do znacznego obniżenia poziomu efektywności i zmniejszenia dobrobytu społeczno-rynkowego. Jak się powszechnie przyjmuje, wyeliminowanie ceny z obszaru gry konkurencyjnej, jako czynnika o podstawowym znaczeniu dla odbiorców, wpływa na wiele aspektów decydujących o rozwoju rynków w zakresie poszczególnych typów efektywności (alokacyjnej, produkcyjnej i dynamicznej), co uzasadniałoby bardziej restrykcyjną ocenę tych porozumień w stosunku do oceny przyjmowanej wobec innych rodzajów ograniczeń wertykalnych³⁰.

Równoczesne występowanie potencjalnie antykonkurencyjnych i prokonkurencyjnych cech porozumień RPM nakazuje dokonywanie ich analizy z uwzględnieniem ekonomicznego, prawnego i faktycznego kontekstu, zgodnie z założeniami podejścia skutkowego. Z perspektywy celu prawa ochrony konkurencji podejście to powinno zmierzać do oceny oddziaływania mechanizmu RPM na różnorodne parametry efektywnej konkurencji uznane, w świetle zasadniczych wartości, za wymagające ochrony stosownie do potrzeb różnych grup uczestników rynkowych. Ocena ta powinna mieć oparcie w określonych kategoriach ekonomicznych wskazujących na antykonkurencyjność lub prokonkurencyjność porozumienia RPM, jak m.in. siła rynkowa, charakterystyka produktowa, stopień związania rynku przez sieć podobnych porozumień RPM, bariery rynkowe, skonkretyzowane korzyści ekonomiczne³¹.

Istotne dla kierunku i charakteru dokonywanej oceny mają korzyści wynikające z przyjętego modelu oceny dla kształtowania efektywnego systemu ochrony konkurencji. Duże znaczenie ma w tym zakresie m.in. minimalizowanie kosztów regulacyjnych, redukcja kosztów popełnienia ewentualnych błędów wynikających z legalizacji danego porozumienia, pomimo jego antykonkurencyjności, tj. błędów typu II, *false negatives* (Easterbrook, 1984, s. 15, 16) czy tworzenie warunków przewidywalności i pewności prawnej.

Zdaniem autora ocena skutkowa porozumień RPM oparta na określonych kryteriach ekonomicznych powiązanych z dobrobytem społeczno-rynkowym nie stoi w sprzeczności z pożądanymi celami oceny antymonopolowej. Szeroki aspekt jej zastosowania do zróżnicowanych kontekstów rynkowych ogranicza ryzyko popełnienia błędów typu II. Z kolei odniesienie się do „mierzalnych” i zobiektywizowanych kryteriów ekonomicznych pozwala na dokonanie oceny w warunkach przewidywalności i pewności prawnej, przy zachowaniu rozsądnych proporcji kosztów regulacyjnych do korzyści. Odniesienie do potrzeb ekonomicznych uczestników rynku nadaje też tej ocenie umotywowanie prawne i aksjologiczne, ugruntowane w konstrukcji społecznej gospodarki rynkowej.

W świetle powyższego rozgraniczenie antykonkurencyjnych i prokonkurencyjnych porozumień RPM wymagać powinno odniesienia do różnorodnych parametrów efektywnej konkurencji w kontekście danego rynku, które kształtowane są stosownie do potrzeb ekonomicznych różnych podmiotów uczestniczących w tym rynku. Akceptacja danego porozumienia RPM jako

²⁹ Decyzje Prezesa UOKiK z: 27.12.2012 r., DOK-7/2012 oraz 31.12.2012 r., DOK-9/2012.

³⁰ Por. m.in. wyr. SN z: 16.01.2003 r., I CKN 1200/00; 23.11.2011 r....; decyzje Prezesa UOKiK z: 7.04.2008 r., DOK-1/08 oraz 24.05.2010 r., DOK-4/2010.

³¹ Por. m.in. rozważania na temat elementów oceny ograniczeń wertykalnych zawarte w Wytycznych Komisji Europejskiej w sprawie ograniczeń wertykalnych, op. cit., punkty: 115, 118, 121, 134, 154.

prokonkurencyjnego będzie zatem możliwa wówczas, gdy na danym rynku potrzeby ekonomiczne różnych grup podmiotów pozostaną odpowiednio zoptymalizowane i zaspokojone w związku z wprowadzeniem mechanizmu RPM.

IV. Prawnokonkurencyjna ocena sztywnej ceny sprzedaży na rynku książki

Rynek książki stwarza kontekst rynkowy dla oceny mechanizmu sztywnej ceny sprzedaży stanowiącego element właściwy porozumieniom RPM.

W dotychczasowym orzecznictwie i praktyce decyzyjnej sądów i organów antymonopolowych porozumienia RPM zawierane pomiędzy przedsiębiorcami na rynku książki były oceniane rygorystycznie na zasadach właściwych formalistycznemu podejściu do przedmiotowych porozumień³².

Jednocześnie, Komisja Europejska, jak również systemy prawne poszczególnych państw dopuszczają możliwość stosowania krajowych mechanizmów regulacji ceny książki z uwagi na nadrzędne cele realizowane przez te mechanizmy. Warta odnotowania w tym miejscu jest wypowiedź byłego Komisarza ds. konkurencji Mario Monti, który w kontekście postępowania dotyczącego systemu ustalania cen sprzedaży książek w Niemczech wskazał, iż „(...) w świetle przepisów prawa konkurencji Unii Europejskiej Komisja Europejska nie widzi przeszkód w funkcjonowaniu krajowych systemów ustalania cen książek, które nie oddziałują w znacznym stopniu na handel pomiędzy Państwami Członkowskimi. Wydając decyzję zatwierdzającą system ustalania cen obowiązujący w Niemczech, Komisja Europejska, przy uwzględnieniu zasady pomocniczości, wzięła pod uwagę interesy krajowe danego państwa w utrzymaniu takiego systemu – jako mającego na celu zachowanie kulturowej i językowej różnorodności w Europie”³³.

Systemy regulacji ceny książki stanowią element rozwiązań w wielu państwach. Przyjmują one postać porozumień branżowych lub regulacji ustawowych wpisanych w porządek normatywny danego państwa. Porozumienia branżowe wiążące wydawców i księgarzy stanowiły historycznie pierwsze formy regulacji rynku książki, znane już w XIX wieku³⁴. Stopniowo zaczęły być one wypierane przez rozwiązania normatywne nakazujące stosowanie określonych mechanizmów cenowych w zakresie sprzedaży książki³⁵.

Regulację prawną rynku książki w Polsce w zakresie m.in. ustalenia jednolitej ceny książki przewidywał również projekt ustawy o książce³⁶. Jak wskazano na wstępie, projekt ten nie został ostatecznie uchwalony przez Sejm poprzedniej kadencji i nie jest aktualnie rozpatrywany. Poniżej

³² Por. m.in. wyr. TSUE z 31.03.1982 r. w sprawach połączonych C-43/82 i 63/82, *Vereniging ter Bevordering van het Vlaamse Boekwezen (VBVB) i Vereniging ter Bevordering van de Belangen des Boekhandels (VBBB) przeciwko Komisji Europejskiej*; decyzja Prezesa UOKiK z 16.03.2005 r., RKT-17/2005; sprawa *Albatros* rozpatrywana przez czeski organ antymonopolowy (OECD, 2008, s. 112).

³³ Por. Informacja prasowa Komisji Europejskiej z 22.03.2002 r.: *Commission accepts undertaking in competition proceedings regarding German book price fixing*, IP/02/461. Sprawa dotyczyła porozumienia wydawców i dystrybutorów książek w Niemczech, którzy w ramach funkcjonującego wówczas porozumienia branżowego (*Sammelrevers*) podjęli działania zmierzające do ograniczenia dystrybutorom spoza Niemiec możliwości transgranicznej sprzedaży internetowej książek niemieckojęzycznych poniżej określonego poziomu cen. Po przyjęciu przez uczestników porozumienia określonych zobowiązań odnoszących się do stosowanej praktyki, Komisja Europejska zdecydowała o niepodejmowaniu postępowania w tej sprawie, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-02-461_en.htm?locale=pl (31.01.2016).

³⁴ Przykładem takiego porozumienia było zawarte w 1888 r. porozumienie zrzeszające niemieckich wydawców i księgarzy oferujące wydawcom możliwość ustalania stałej ceny w ramach zamkniętego systemu umów pomiędzy uczestnikami rynku książki. Porozumienie to funkcjonowało do 1928 r. W 1965 r. Stowarzyszenie Niemieckich Wydawców i Księgarzy zaproponowało wprowadzenie porozumienia branżowego nazwanego *Sammelrevers* umożliwiającego wydawcom ustalanie stałej ceny książki. Porozumienie to zostało zastąpione w 2002 r. przez regulację ustawową. Więcej na ten temat m.in. Sich, 2004, s. 2; Cylwik i in., 2014, s. 12. Do państw, w których aktualnie funkcjonują tego rodzaju porozumienia branżowe, należą m.in. Słowenia i Chorwacja.

³⁵ Jak np. *Buchpreisbindungsgesetz* (ustawa o stałej cenie odsprzedaży) w Niemczech oraz *Loi Lange* we Francji. Do państw, w których również obowiązują przepisy regulujące cenę książki, należą m.in. Hiszpania, Portugalia, Austria, Włochy, Holandia; Cylwik i in., 2014, s. 16.

³⁶ Projekt wraz z uzasadnieniem dostępny jest pod poniższym linkiem: <http://orka.sejm.gov.pl/Druki7ka.nsf/0/9E688B15F19B4EACC1257E600030C321%24File/3477.pdf> (31.01.2016).

przedstawione zostały zasadnicze założenia projektu, które, jak wskazano, nie zostały wprowadzone w życie i z tego punktu widzenia mają znaczenie historyczne.

Projekt nakładał na wydawcę i importera obowiązek ustalenia, przed wprowadzeniem książki do obrotu, jednolitej ceny książki obowiązującej przy sprzedaży nabywcy końcowemu, z pewnymi wyjątkami dotyczącymi np. wydań bibliofilskich oraz zagranicznych (art. 4 ust. 1 ustawy). Do stosowania ceny książki zobowiązany miał być sprzedawca końcowy, a więc podmiot wykonujący działalność gospodarczą w zakresie obrotu gospodarczego książkami, który sprzedaje książki nabywcy końcowemu (art. 8 ust. 1 ustawy). Cena oraz informacja o roku i miesiącu wprowadzenia książki do obrotu miały być trwale umieszczone na książce lub zamieszczone w internetowym katalogu wydawcy (art. 5 ust. 1 ustawy). Okres obowiązywania ceny książki wynosiłby 12 miesięcy od końca miesiąca, w którym wprowadzono książkę do obrotu. Po upływie 6 miesięcy od końca miesiąca, w którym wprowadzono książkę do obrotu, wydawca i importer byłiby uprawnieni do wycofania z rynku całego nakładu książki i ustalenia nowej ceny na okres pozostały do upływu okresu 12 miesięcy (art. 7 ust. 1 i ust. 2 ustawy). Ustawa wprowadzała możliwości sprzedaży książek w ramach określonego przedziału procentowego, m.in. do bibliotek, instytucji kultury lub podczas targów książki (art. 11 ustawy).

Propozycja tej regulacji oraz szeroki kontekst prawny, ekonomiczny, kulturowy czy medialny, w który się ona wpisuje, skłaniają do sformułowania oceny mechanizmu sztywnej ceny sprzedaży książki z perspektywy omówionego wyżej podejścia do porozumień RPM w prawie ochrony konkurencji. Zaznaczyć należy, iż przedstawiona niżej ocena nie wyczerpuje całości możliwych zagadnień i problemów związanych z regulacją rynku książki. Jej celem jest wskazanie na możliwą dodatkową płaszczyznę analizy w kontekście regulacji prawa ochrony konkurencji.

Przekładając wnioski sformułowane powyżej w zakresie oceny porozumień RPM na możliwość zastosowania mechanizmu sztywnej ceny książki, należałoby, w ocenie autora, rozważyć czy w kontekście możliwych korzyści i strat identyfikowanych na tym rynku mogłyby zostać zaspokojone i zoptymalizowane potrzeby ekonomiczne wystarczającej liczby podmiotów w nim uczestniczących. Odpowiedź pozytywna na tak zadane pytanie przemawiać mogłaby za rozważeniem prokonkurencyjnego charakteru mechanizmu sztywnej ceny książki jako służącego podwyższeniu dobrobytu społeczno-rynkowego.

Analizując korzyści identyfikowane w związku z wprowadzeniem mechanizmu sztywnej ceny sprzedaży książki, należy odnieść się do prokonkurencyjnych argumentów właściwych dla porozumień RPM.

Po pierwsze, sztywna cena książki może ograniczać ryzyko utraty wysiłków sprzedażowych podejmowanych przez księgarzy w celu zapewnienia odpowiedniej jakości obsługi procesu sprzedażowego książki (poprzez np. ekspozycję, doradztwo, lokalizację i wystrój księgarni, zakres ofertowy). Niższa cena sprzedaży oferowana przez konkurencyjnych sprzedawców, niegwarantujących określonych usług sprzedażowych, może rodzić znaczne ryzyko utraty podjętych wysiłków wskutek wyborów zakupowych nabywców końcowych, którzy po skorzystaniu z usług decydują się na zakup książki po niższej cenie. W szerszej perspektywie dojść może do zachwiania równowagi konkurencyjnej na rynku wskutek wychodzenia z rynku podmiotów gwarantujących określoną jakość sprzedaży.

Po drugie, jednolita cena książki przekłada ciężar rywalizacji na inne aspekty efektywnego konkutowania w ramach tych samych tytułów książkowych (jak np. jakość obsługi, szerszy zakres usług dodatkowych, bardziej przyjazny sposób ekspozycji, lepszy personel). Jednocześnie pozwala ona na potencjalne utrzymanie, a nawet wzmocnienie, konkurencji cenowej i pozacenowej pomiędzy wydawcami w obrębie różnych tytułów książkowych (z zastrzeżeniem jednak przypadków, gdy wydawcy korzystają ze swoistego monopolu wydawniczego w zakresie danego tytułu – por. uwagi poniżej). Przeniesienie akcentów efektywnego konkutowania z jednego parametru, jakim jest cena danego tytułu, na inne, może sprzyjać efektywności systemu dystrybucji książek.

Po trzecie, gwarancja sztywnej ceny może sprzyjać wzmocnieniu wysiłków sprzedażowych pomiędzy wydawcami i sprzedawcami w zakresie budowania lepszej jakościowo oferty produktowej do klienta końcowego. Wzmocniona motywacja sprzedawców do kierowania wysiłków sprzedażowych na tytuły gwarantujące dany poziom marży mogłaby sprzyjać rywalizacji rynkowej pomiędzy poszczególnymi wydawcami wydającymi tytuły z „tej samej półki” czy tego samego gatunku literackiego, jak również pomiędzy wydawcami tych samych tytułów lub różnych tytułów tego samego autora, nieobjętych wyłącznością któregośkolwiek z wydawców. Ponadto, wydawcy mogą mieć zwiększone motywacje do tworzenia dodatkowych zachęt (pozacenowych – np. ciekawsza szata graficzna, dodatkowe kanały dystrybucji oraz cenowych) skierowanych do konsumentów, aby ci dokonali zakupu książek określonego wydawcy. Argument ten miałby istotne znaczenie w odniesieniu do tych segmentów rynku książki, gdzie istniałaby rzeczywista konkurencja pomiędzy wydawcami w obrębie różnych tytułów pożądaných przez konsumentów, np. tytułów obejmujących dany gatunek literacki, tytułów różnych autorów z określonej kategorii czy grupy literackiej, bądź różnych tytułów tego samego autora. Można bowiem wyobrazić sobie sytuację, w której konsumenci nie kierują swoich preferencji na określony tytuł, lecz na pewien zakres gatunkowy czy kategorie autorów, w obrębie których istnieje konkurencja pomiędzy tytułami różnych wydawców. Sztywna cena książki stosowana przez różnych wydawców dla tytułów równoległe poszukiwanych przez konsumentów mogłaby stymulować konkurencję cenową oraz pozacenową pomiędzy tymi wydawcami i przyczynić się do budowania lepszej oferty dostępnej dla konsumenta. Zastosowanie tego argumentu byłoby jednak ograniczone w tych sytuacjach, w których konsumenci poszukiwaliby konkretnego tytułu objętego monopolem wydawniczym danego wydawcy mającego wyłączne prawo jego wydania w Polsce. W takim bowiem przypadku nie zachodziłoby po stronie wydawcy takiego tytułu uzasadnienie do tworzenia dodatkowych bodźców na rzecz konsumentów, skoro konsumenci dokonaliby zakupu danego tytułu, niezależnie od podjętych przez wydawcę wysiłków.

Po czwarte, dzięki gwarancji sztywnej marży przy sprzedaży zwiększyć mogłaby się również skłonność do wprowadzenia na rynek określonych tytułów. Gwarancja stałej marży przy sprzedaży służyć mogłaby jako element obniżający ryzyko ekonomicznej straty przy sprzedaży danego tytułu z korzyścią dla poziomu dostępności ofertowej.

Po piąte, mechanizm sztywnej ceny mógłby zapobiegać negatywnym następstwom znacznych obniżek cen stosowanych przez sieci dystrybucyjne w zakresie określonych tytułów (najczęściej bestsellerów). Stosowanie przecen wpisuje się w kontekst praktyk określaných mianem „spijania śmietanki” (*cream skimming*), które polegają na tym, że dystrybutorzy sieciowi utrzymują zapasy wyłącznie popularnych tytułów po to tylko, aby sprzedać je po niższej cenie. W konsekwencji,

mniejsze, niezależne księgarnie sprzedające te tytuły po cenie regularnej nie mają możliwości generowania zysku, w oparciu o który mogłyby dotować sprzedaż tytułów mniej popularnych (Backhaus i Hansen, 2009, s. 299). Ograniczenie negatywnych skutków tego zjawiska w wyniku wprowadzenia mechanizmu ceny sztywnej może być odczuwalne w obszarze konkurencji pomiędzy sprzedawcami w ramach tego samego tytułu, jak i pomiędzy różnymi tytułami. W pierwszym przypadku konkurencyjni sprzedawcy nie ponosiliby ryzyka konieczności wycofania danego tytułu ze swojej oferty ze względu na jego zbyt niską marżę i sprzedaż. W drugim przypadku zaś zwiększyć mogłaby się szansa na prowadzenie zrjonalizowanej polityki cenowej i potencjalnie przekierowania (choćby częściowego) popytu z tytułów popularnych na mniej popularne.

Aby mechanizm sztywnej ceny książki mógł zostać uznany za prokonkurencyjny, powyższe korzyści powinny być odczuwalne przez podmioty uczestniczące w rynku książki: autorów, wydawców, księgarzy oraz nabywców końcowych. Odczuwalność tę można zmierzyć poziomem zaspokojenia potrzeb ekonomicznych tych podmiotów wskutek wprowadzenia sztywnej ceny książki.

R W przypadku autorów sztywna cena książki może powodować wzrost ich zysków we wszystkich tych przypadkach, w których honorarium autorskie jest kalkulowane jako udział procentowy w cenie odsprzedaży książki. Ponadto, możliwość poszerzenia oferty produktowej w wyniku skierowania wysiłków promocyjnych i zainteresowania czytelniczego na nowe tytuły stwarzać może szanse na znalezienie przez autorów wydawców, którzy nie byłiby skłonni podjąć ryzyka wydawniczego w braku sztywnej ceny sprzedaży.

W przypadku wydawnictw ujednolicenie ceny sprzedaży może generować zapotrzebowanie na tytuły inne niż popularne i poszerzenie tym samym obszarów rywalizacji o klienta końcowego gotowego nabyć produkt o odpowiednich parametrach. Wydawcy mają też możliwość dotowania niszowych publikacji o określonej wartości artystycznej zyskami ze sprzedaży bestsellerów (w ramach stosowania tzw. kalkulacji mieszanej), co stwarza im dodatkowe możliwości poszerzenia swojej oferty (Sich, 2004, s. 5).

W przypadku księgarzy mogą zachodzić warunki do wyrównania szans sprzedażowych pomiędzy niezależnymi księgarniami, zwłaszcza inwestującymi w jakość i obsługę sprzedażową, oraz sieciami dystrybucyjnymi. W wyniku ograniczenia możliwości stosowania przez sieci znacznych przecen na tytuły popularne i książki współczesne (a tym samym stosowania praktyk w zakresie *cream skimming*), niezależne księgarnie mogą mieć również możliwość sprzedaży tych tytułów i jednoczesnego finansowania mniej popularnych tytułów zyskami pochodzącymi ze sprzedaży bestsellerów.

Korzyści odczuwalne przez nabywców końcowych mogą być konsekwencją poszerzenia oferty wydawniczej w zakresie wartościowych tytułów, utrzymania niezależnych księgarń oferujących określony poziom obsługi sprzedażowej i rozwoju sprzedaży alternatywnej (np. kluboksięgarń) oraz podniesienia poziomu jakości wydawnictw dostępnych w Polsce.

Opisane powyżej korzyści i poziom zaspokojenia potrzeb ekonomicznych uczestników rynku książki winne być skonfrontowane ze specyfiką tego rynku i ewentualnymi stratami, jakie mogą być na rynku książki odczuwalne.

Nie ulega wątpliwości, że generowanie korzyści przez mechanizm sztywnej ceny książki w zakresie podniesienia poziomu jakości sprzedaży książek, poszerzenia dostępności oferty wydawniczej czy liczby punktów sprzedaży oferujących usługi o określonych parametrach znajdzie

swoje uzasadnienie w charakterystyce samego produktu, jakim jest książka. Książka jest produktem specyficznym, o którego faktycznej wartości można co do zasady przekonać się dopiero „po konsumpcji”, przeczytaniu (Cylwik i in., 2014, s. 5). Z badań polskiego rynku książki wynika, iż księgarnie są miejscem, w którym najczęściej przegląda się i czyta fragmenty książek, fizyczny kontakt z książką w księgarni przekłada się zaś w największym stopniu na chęć jej zakupu i przeczytania (Sobolewska, 2014; CBOS, 2013). W tym kontekście książka, jako produkt o szczególnych właściwościach, może uzasadniać podejmowanie przez sprzedawców wysiłków na rynku w kierunku innych parametrów konkurencji niż cena.

Ten aspekt również ogranicza (aczkolwiek nie eliminuje) ryzyko zawiązania horyzontalnego porozumienia cenowego pomiędzy wydawcami czy dystrybutorami. W tej mierze wskazuje się, iż książka nowowydana – jako produkt jednostkowy, odrębny od pozostałych – stwarza ograniczone możliwości przygotowania, realizacji i utrzymania zмовы cenowej (Cylwik i in., 2014, s. 11).

Zdaniem autora, tendencje panujące aktualnie na polskim rynku również mogłyby sugerować potrzebę podjęcia działań interwencyjnych. Świadczyć o tym mogłaby m.in.:

- rosnąca konkurencja książki elektronicznej (e-booków) oraz silny rozwój sieci sprzedaży internetowej, wypierające kanał sprzedaży tradycyjnej głównie za sprawą niższych cen sprzedaży;
- silna koncentracja rynku dystrybucji hurtowej książki, znaczna siła przetargowa dystrybutorów oraz odległe terminy płatności, które wpływają negatywnie na działalność wydawnictw, przez co warunkują poziom cen katalogowych w obiegu handlowym;
- znacząca przewaga dużych sieci księgarskich stosujących zintensyfikowaną politykę rabatową w zakresie popularnych tytułów książkowych (bestsellerów) oraz wychodzenie z rynku mniejszych, niezależnych księgarni tradycyjnych (Dobrołęcki i in., 2014, s. 11–15).

O ile wskazane wyżej argumenty na rzecz prokonkurencyjnego charakteru mechanizmu sztywnej ceny książki mogą sugerować pozytywną ocenę regulacji rynku książki, o tyle nie należy zapominać o możliwych ubocznych efektach tego rodzaju regulacji.

Po pierwsze, argument w zakresie ograniczenia efektu „jazdy na gapę” spotkał się z krytyką, również w odniesieniu do książki, gdzie wskazuje się m.in., iż zagwarantowanie dostępności produktów w punktach stacjonarnych (fizycznych) w sztywnej cenie nie będzie kompensować korzyści wynikających z niższej ceny tych samych produktów w sytuacji, gdy konsumenci muszą i tak ponieść stosunkowo wysokie koszty znalezienia produktu w danym punkcie fizycznym (Schultz, 2007, s. 236–255). Istotne byłoby w tym zakresie zbadanie tendencji obrazujących zachowania konsumentów i ich skłonności do poszukiwania określonych tytułów w punkcie fizycznym.

Po drugie, brakuje gwarancji, iż w istocie sztywna cena sprzedaży zmotywuje wydawców oraz księgarzy do dotowania mniej popularnych tytułów zyskami ze sprzedaży bestsellerów. Decyzje w tym zakresie będą podjęte samodzielnie przez wydawców i księgarzy, których zachowania motywowane mogą być przez ekonomiczną ocenę korzyści i strat (Poort i van Eijk, 2015, s. 9). Założenie odnośnie do określonych decyzji wydawców i księgarzy oparte winno być na dotychczasowej praktyce, badaniach empirycznych oraz analizie możliwości tego rodzaju zachowań w kontekście potencjału rynku księgarskiego w Polsce.

Po trzecie, w odniesieniu do tych rynków detalicznych książki, które obejmują konkretne tytuły poszukiwane przez konsumentów, a tym samym cechują się ograniczeniem lub brakiem substytucyjności popytowej, zachodzi istotne ryzyko wzmocnienia siły rynkowej wydawcy działającego

na tym rynku, przy założeniu, że wydawca ten posiada wyłączne prawo ich wydania w Polsce i nie spotyka się z konkurencją ze strony innych wydawców. Wobec braku rywali rynkowych, po stronie takiego wydawcy nie zachodziłoby ryzyko wynikające z konieczności obniżenia ceny, a w konsekwencji wydawca taki nie miałby bodźców do oferowania warunków cenowych na poziomie rynkowym. W konsekwencji, nie należy wykluczyć przypadków, kiedy w opisywanej sytuacji mechanizm RPM mógłby sprzyjać ustalaniu przez wydawców konkretnych tytułów cen na poziomie monopolistycznym i utrzymywaniu ich przez dłuższy czas. Stąd, w celu ograniczenia ryzyka nadużywania pozycji dominującej przez wydawców–monopolistów, istotne byłoby zawężenie horyzontu czasowego obowiązywania mechanizmu RPM w odniesieniu do konkretnych tytułów wprowadzanych po raz pierwszy do obrotu, przez wydawców dysponujących prawami wyłącznymi do ich wydawania.

Po czwarte, utrzymywanie na rynku niezależnych księgarń nie musi siłą rzeczy oznaczać wzrostu dobrobytu. Warto wskazać na argument, iż konsument mający do wyboru księgarnię należącą do sieci, która znajduje się w dogodnie położonym centrum handlowym, a mniejszy punkt sprzedaży z wykwalifikowanym pracownikiem, zapewniającym pełen wachlarz usług sprzedażowych, może wykazywać większą skłonność do wyboru księgarni sieciowej (Kłosowicz, 2015, s. 3). W tym kontekście istotna byłaby ocena zakresu i rodzaju usług oferowanych przez niezależne księgarnie, dostępności tych usług oraz zapotrzebowania po stronie konsumentów na tego rodzaju usługi.

Po piąte, zapotrzebowanie na jakość i dostępność ofertową książki jest w dużej mierze uwarunkowane dominującym modelem konsumenta, którego potrzeby ekonomiczne miałyby zostać zaspokojone w wyniku wprowadzenia sztywnej ceny sprzedaży. Pomocnym narzędziem może być tu wyróżnienie konsumentów *inframarginalnych* (*inframarginal consumers*), którzy kupują książki „regularnie”, niezależnie od świadczonych usług, oraz *marginalnych* (*marginal consumers*), dla których ważne są usługi przedsprzedażowe oferowane na rynku (Schulz, 2005, s. 23 i n.). Oddziaływanie sztywnej ceny sprzedaży na zachowania tych dwóch grup konsumentów mogą stanowić wyznacznik prawnokonkurencyjnej oceny omawianego mechanizmu.

Po szóste, mechanizm RPM może doprowadzić do podwyższenia ceny książki płaconej przez odbiorcę końcowego, a tym samym ograniczenia konkurencji w warunkach, w których w danym kontekście ekonomicznym, odbiorca ten nie będzie odczuwał wymiernych korzyści wynikających z pozytywnego oddziaływania RPM na inne parametry wymagające ochrony. Należy przy tym zastrzec, iż opisany kontrargument nie będzie miał uniwersalnego zastosowania w każdej sytuacji. Jak dowodzi bowiem przykład Niemiec czy Norwegii, wprowadzenie sztywnej książki nie przekłada się automatycznie na wzrost ceny detalicznej sprzedaży, a wręcz może prowadzić do jej obniżenia (Cylwik i in., 2014, s. 12, 15 i 17). Ponadto, w relacjach pionowych sam skutek w postaci wyższej ceny nie będzie przesądzać o antykonkurencyjności danego zachowania, jeżeli wyższa cena związana jest z generowaniem korzyści w zakresie np. budowania efektywnych systemów sprzedaży³⁷.

Powyższe kontrargumenty skłaniają do przeprowadzenia pogłębionej analizy uwarunkowań rynkowych, w obszarze których sztywna cena książki znalazłaby swoje oddziaływanie. Każdy rynek cechuje się swoistymi mechanizmami i odmiennościami i w jego kontekście należałoby

³⁷ Wyr. TSUE z 25.10.1977 r. w sprawie C-26/76, *Metro przeciwko Komisji Europejskiej*.

zbadać wpływ sztywnej ceny książki na poziom dobrobytu społeczno-rynkowego. O ile przykład Norwegii, Austrii czy Niemiec może przemawiać za przyjęciem takiego mechanizmu³⁸, o tyle przykład Izraela mógłby wskazywać na pewne zagrożenia związane ze zbyt głęboką ingerencją w mechanizm cenowy na rynku książki³⁹.

Z punktu widzenia postulowanej w niniejszym artykule koncepcji oceny antykonkurencyjności porozumień RPM istotne byłoby określenie potrzeb różnych grup podmiotów uczestniczących w rynku książki wymagających ochrony i zbadanie, na ile mechanizm RPM realizuje tę ochronę poprzez pozytywny wpływ na określone parametry efektywnej konkurencji, jak cena, jakość, dostępność produktowa, efektywność sprzedaży.

Wartym rozważenia byłoby przeprowadzenie pogłębionej analizy rynku książki z punktu widzenia potrzeb ekonomicznych poszczególnych uczestników rzeczonoego rynku (autorów, wydawców, księgarzy, konsumentów). Celem tej analizy mogłoby być określenie potrzeb ekonomicznych wymagających ochrony i zbadanie specyficznych uwarunkowań rynku książki przemawiających za koniecznością ochrony tych potrzeb. Wprowadzenie mechanizmu sztywnej ceny książki wymagałoby rozważenia w zakresie, w jakim prokonkurencyjne elementy właściwe temu mechanizmowi sprzyjałyby ochronie zidentyfikowanych potrzeb.

Na rzecz wprowadzenia regulacji w zakresie sztywnej ceny książki mogłyby świadczyć elementy oceny potwierdzające m.in. niedostatki funkcjonowania na rynku książki mechanizmów zapewniających ochronę potrzeb ekonomicznych poszczególnych uczestników rynku w zakresie określonych parametrów pozacenowych, jak: (i) dostępność różnorodnej oferty produktowej; (ii) swobodny wybór pomiędzy różnymi tytułami; (iii) odpowiednia liczba kanałów sprzedaży; (iv) lepsza jakość oferowanych produktów i usług, pod warunkiem jednak, iż parametry te odpowiadałyby rzeczywistym potrzebom uczestniczących podmiotów.

Przeciwno mechanizmowi sztywnej ceny książki mogłyby świadczyć te elementy oceny, w świetle których zachodziłoby znaczne ryzyko negatywnego oddziaływania na parametry cenowe, bez dostatecznego ich kompensowania wpływem na inne parametry wymagające ochrony, np. mechanizm sztywnych cen mógłby prowadzić do: (i) powstania swoistego monopolu wydawców wydających określone tytuły; (ii) podwyższenia cen książek ponad poziom rynkowy lub (iii) niezapewnienia ochrony rzeczywistych potrzeb konsumentów stosownie do dominującego modelu konsumenta na rynku książki.

V. Zakończenie

Mechanizm sztywnej ceny książki może być poddany analizie właściwej badaniom nad antykonkurencyjnością porozumień RPM. Analiza taka zakłada wyodrębnienie pro- i antykonkurencyjnych porozumień RPM z perspektywy celu prawa ochrony konkurencji wiążanego z koncepcją dobrobytu społeczno-rynkowego. Cel ten narzuca konieczność pogłębionego, skutkowego podejścia do oceny tak porozumień RPM, jak i samego mechanizmu sztywnej ceny książki.

³⁸ Np. w Austrii po wprowadzeniu ustawy regulującej cenę książki odnotowano wzrost: 1) poziomu sprzedaży książek, 2) liczby księgarni niezależnych, 3) liczby małych wydawców, 4) poziomu czytelnictwa. Sama ustawa nie miała wpływu na 1) liczbę placówek sieci księgarskich, 2) poziom cen detalicznych i 3) liczbę bibliotek; zob. Cyliwicz i in., 2014, s. 17.

³⁹ Np. w Izraelu, po wprowadzeniu ustawy regulującej cenę książki sprzedaż nowych tytułów spadła o 35%, natomiast całkowita sprzedaż książek o 15%. Wydawcy z kolei zostali zmuszeni do podwyżki cen książek ze względu na niższą sprzedaż; zob. Kłosowicz, 2015, s. 4.

W kontekście rynku książki cel ten może być realizowany na tyle, na ile w efekcie pozytywnego oddziaływania sztywnej ceny książki na parametry efektywnego konkurowania na rynku książki sztywna cena książki mogłaby przyczyniać się do zaspokajania i optymalizowania zróżnicowanych ekonomicznych potrzeb różnych grup podmiotów (autorów, wydawców, księgarzy, konsumentów). Zastosowanie mechanizmu sztywnej ceny powinno jednak zostać poprzedzone pogłębioną analizą korzyści i strat, jakie z punktu widzenia tych potrzeb byłyby generowane przez opisany mechanizm w kontekście uwarunkowań i cech danego rynku.

Bibliografia

- Aziewicz, D. (2013). Pytanie o zasadność stosowania analizy ekonomicznej wobec minimalnych cen odsprzedaży w polskim prawie konkurencji. *iKAR*, 3(2).
- Backhaus, J. i Hansen, R. (2009). Resale Price Maintenance for Books in Germany and the European Union: A Legal and Economic Analysis. *Current Issues in Competition Theory and Policy*, 8.
- Bailey, D. (2012). Restrictions of Competition by Object under Article 101 TFUE. *Common Market Law Review*, 49.
- Bishop, S. i Walker, M. (2002). *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*. Londyn: Sweet & Maxwell.
- Bolecki, A. (2011). Polish Antitrust Experience with Hub-and-Scope Conspiracies. *YARS*, 4(5).
- Bolecki, A. (2012). Porozumienia zakazane ze względu na cel lub skutek w aktualnej polskiej praktyce orzeczniczej. *iKAR*, 1(1).
- Bongard, Ch., Moller, D., Raimann, A., Szadkowski, N. i Dubejko, U. (2007). *Instrumenty ekonomiczne w prawie konkurencji*. Bonn-Warszawa: UOKiK.
- Bork, R. (1993). *The antitrust paradox*. Nowy Jork: Free Press.
- CBOS (2013). Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Raport z badania założycielskiego. Pozyskano z: http://www.pik.org.pl/upload/files/RCz._Badanie_zalozycielskie.Raport.CBOS.pdf (31.01.2016).
- Cylwik, A., Dwórzniak, M. i Mazur, P. (2014). *Skutki ekonomiczne regulacji rynku książki w Polsce*. Pozyskano z: http://www.pik.org.pl/upload/files/LANG_-_CASE_-_Skutki_ekonomiczne_regulacji_ryнку_książk.pdf (31.01.2016).
- Dobrołęcki, P., Gołębiewski, Ł., Tanderenda-Ożóg, E. i Waszczyk, P. (2014). *Polski rynek książki. Szanse i zagrożenia – konieczność zmian*. Warszawa: Biblioteka Analiz.
- Easterbrook, F.H. (1984). The limits of antitrust. *Texas Law Review*.
- Elzinga, K.G. i Mills, D.E. (2010). Leegin and Procompetitive Resale Price Maintenance. *Antitrust Bulletin*, 55.
- Fidala, J. (2012). Narzucanie minimalnych i sztywnych cen odsprzedaży z punktu widzenia celu oraz skutków rynkowych. *iKAR*, 3(1).
- Fidala, J. (2015). *Antykonkurencyjne wertykalne porozumienia cenowe w prawie ochrony konkurencji*. Niepublikowana praca doktorska, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.
- Goyder, J. (2011). Cet Obscur Object: Object Restrictions in Vertical Agreements. *Journal of European Competition Law & Practice*, 2(4).
- Grzejdziak, Ł. (2009). Zakaz ustalania cen odsprzedaży towarów. Warunek sine qua non efektywnej konkurencji czy nieproporcjonalne ograniczenie wolności gospodarczej. W: W. Szwajdler, H. Nowicki (red.), *Konstytucyjna zasada wolności gospodarczej*. Toruń: Wydawnictwo TNOiK „Dom Organizatora”.
- Hildebrand, D. (2009). *The role of economic analysis in the EC competition rules*. Haga: Kluwer Law International.

- Jones, A. (2010). The Journey Toward an Effects-Based Approach Under Article 101 TFEU – The Case of Hardcore Restraints. *Antitrust Bulletin*, 783.
- Jurkowska-Gomułka, A. (2012). Stosowanie zakazu porozumień ograniczających konkurencję zorientowane na ocenę skutków ekonomicznych? Uwagi na tle praktyki decyzyjnej Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w odniesieniu do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 2007 roku. *iKAR*, 1(1).
- Jurkowska-Gomułka, A. i Skoczny, T. (2009). Ekonomizacja wspólnotowej polityki konkurencji – założenia a realizacja. W: A. Stępnia, S. Umiński, A. Zabłocka (red.), *Wybrane problemy integracji europejskiej*. Sopot: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.
- Kępiński, M. (2014). Pojęcie i systematyka prawa konkurencji. W: M. Kępiński (red.), *System prawa prywatnego. Prawo konkurencji* (t. 15). Warszawa: C.H. Beck.
- Kępiński, M., Bernatt, M., Jurkowska-Gomułka, A. i Skoczny, T. (2014). Interes publiczny w ochronie konkurencji. W: M. Kępiński (red.), *System prawa prywatnego. Prawo konkurencji* (t. 15). Warszawa: C.H. Beck.
- Kępiński, M. i Podrecki, P. (2014). Zakaz porozumień ograniczających konkurencję. W: M. Kępiński (red.), *System prawa prywatnego. Prawo konkurencji* (t. 15). Warszawa: C.H. Beck.
- Klein, B. (2009). Competitive Resale Price Maintenance in the Absence of Free Riding. *Antitrust Law Journal*, 2.
- Klein, B. i Murphy, K. (1988). Vertical Restraints as Contract Enforcement Mechanisms. *Journal of Law & Economics*, 31.
- Kłosowicz, D. (2015). *Ustawa o książce – potencjalne skutki wprowadzenia w Polsce i kwestia regulacji rynku książki w Izraelu i Francji*. Pozyskano z: <http://krakow.koliber.org/ustawa-o-ksiazce-potencjalne-skutki-wprowadzenia-w-polsce-i-kwestia-regulacji-rynku-ksiazki-w-izraelu-i-francji/> (31.01.2016).
- Kneepkens, M. (2007). Resale Price Maintenance: Economics Call for a More Balanced Approach. *European Competition Law Review*, 12.
- Kohutek, K. (2012). *Praktyki wykluczające przedsiębiorstw dominujących. Prawdopodobieństwo i stosowalność reguł prawa konkurencji*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kohutek, K. (2014). RMP nie zawsze godzą w interes publiczny: bliżej zindywidualizowanego podejścia do wertykalnego ustalania cen odsprzedaży. Glosa do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 14 maja 2014 r. III SK 44/13. *iKAR*, 6(3).
- Kohutek, K. (2015). Materialnoprawne przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów: postulaty modyfikacji oraz uwagi de lege ferenda. *iKAR*, 2(4).
- Marvel, H.P. (2010). Resale Price Maintenance and Resale Prices: Paying to Support Competition in the Market for Heavy Trucks. *Antitrust Bulletin*, 55.
- Neven, D. i de la Mano, M. (2006). *Further steps towards an effects-based approach*. Referat wygłoszony na konferencji CRA „Economic Developments in European Competition Policy”, Bruksela.
- OECD (2008). *Resale Price Maintenance. Policy Roundtable*. Pozyskano z: <http://www.oecd.org/daf/competition/43835526.pdf> (31.01.2016).
- Piszcz, A. (2010). Ekonomizacja prawa antymonopolowego. W: P. Chmielnicki, A. Dybała (red.), *Nowe kierunki działań administracji publicznej w Polsce i Unii Europejskiej*. Warszawa: LexisNexis.
- Pitofsky R. (2007). Are Retailers Who Offer Discounts Really „Knaves”? The Coming Challenge to the Dr. Miles Rule. *Antitrust*, Spring.
- Poort, J. i van Eijk, N. (2015). Digital fixation: the law and economics of a fixed e-book price. *International Journal of Cultural Policy*.
- Powałowski, A. (2015). *Prawo ochrony konkurencji*. Warszawa: Difin.

- Schulz, N. (2005). *Resale Price Maintenance and the Service Argument: Efficiency Effects*. Wuerzburg Economic Working Paper No. 53. Pozyskano z: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=710221 (31.01.2016).
- Schultz, N. (2007). Does the service argument justify resale price maintenance? *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 163.
- Sich, V. (2004). *The system of fixed book prices in Germany. A short overview of the history, the regulations, and the impact of retail price maintenance*. Frankfurt-Seoul: Korean Publishing Forum.
- Skoczny, T. (red.). *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*. Warszawa: C.H. Beck.
- Sobolewska, J. (2014). Znikające księgarnie. *Polityka*, 25.02.2014. Pozyskano z: <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1571383,1,znikajace-ksiegarnie.read> (31.01.2016).
- Spengler, J.J. (1950). Vertical Integration and Antitrust Policy. *Journal of Political Economy*, 58(4).
- Stefanicki, R. (2014). *Prywatnoprawne środki dochodzenia roszczeń z tytułu naruszenia reguł konkurencji*. Warszawa: C.H. Beck.
- Syp, Sz. (2014). Komentarz do wyr. SN z 15 maja 2014 r. (III SK 44/13) – podejście do porozumień wertykalnych, nihil novi? Pozyskano z: <http://korporacyjniedo-wyr-sn-z-15-maja-2014-r-iii-sk-4413-podejscie-do-porozumien-wertykalnych-nihil-novi/> (31.01.2016).
- Zawłocka-Turno, A. i Turno, B. (2011). Ustalanie sztywnych lub minimalnych cen odsprzedaży jako porozumienie ograniczające konkurencję ze względu na cel (przedmiot) w prawie unijnym. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 4.