



Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym
– wybrane aspekty

dr Bartosz Targański

14 października 2015 r.

Cel referatu



Przedstawienie roli ekonomicznego uzasadniania
ograniczeń wertykalnych występujących w handlu
elektronicznym

Plan wystąpienia

1. Wpływ handlu elektronicznego na konkurencję
2. Ograniczenia wertykalne w teorii ekonomii
3. Ograniczenia wertykalne w handlu elektronicznym
4. Wnioski

1. Wpływ handlu elektronicznego na konkurencję

Wpływ handlu elektronicznego na konkurencję

- poszerzenie geograficznego zakresu walki konkurencyjnej
- wzrost konkurencji cenowej
- obniżenie barier wejścia na rynek
- bezpośrednia komunikacja z klientem i zindywidualizowanie produktu

Platforma DaWanda

- Platforma e-commerce sprzedająca produkty polskich
 - projektantów mody
 - artystów
 - rzemieślników
 - hobbistów
 - małych rodzinnych firm
- Ponad 10 tys. twórców i projektantów
- Jakie kryteria trzeba spełnić by zostać sprzedawcą?
 - własny opis sprzedawcy, działalności oraz zdjęcie
 - sklep musi zawierać co najmniej kilka produktów (lub projektów)
 - produkty muszą być dobrze widoczne, mieć atrakcyjne zdjęcia i dobre opisy

DaWanda

Logowanie | Rejestracja

POPULARNE PRODUKTY INSPIRACJE POMYSŁY NA PREZENT % PROMOCJE DO-IT-YOURSELF

MODA AKCESORIA TORBY BIŻUTERIA MĘŻCZYZNA NIEMOWLĘ DZIECKO DOM MATERIAŁY VINTAGE IMPREZY

PROMOCJA NA MATERIAŁY -15%

Skorzystaj z promocji!

MODA MĘSKA

Produkty: 188

Dla mężczyzn

Twoje filtry: **AKCESORIA**

Sortuj według: Najniższa

EVC_DIGN	Moda/Moda	Moda/Moda	Moda/Moda
91.20 zł	77.40 zł	77.40 zł	159.00 zł
Moda/Moda	Moda/Moda	Moda/Moda	Moda/Moda
39.00 zł	53.94 zł	50.00 zł	50.00 zł
Moda/Moda	Moda/Moda	Moda/Moda	Moda/Moda
159.00 zł	159.00 zł	159.00 zł	159.00 zł

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 7

Showroom

- największa w Polsce platforma e-commerce sprzedająca produkty polskich projektantów mody
- uruchomienie SHWRM.DE planowane na jesień 2015 roku,
- planowana współpraca z niemieckimi projektantami, których ubrania będą też do kupienia w Showroom.pl.

f 185 tysięcy

SHOW ROOM

Zaloguj się - Zaloguj konto
Schowek - Koszyk

ONA ON NOWOŚCI PREMIUM SALE SELEKCJE MAGAZYN DZIECI MARKI SZUKAJ

nowa strefa na SHOWROOM.pl

premium

ZOBACZ

FLY HIGH
nowa kolekcja

VZOOO
nowa kolekcja

DZIEŃ CHŁOPAKA
pomysł na prezent

UEG
sale do -70%

PREMIUM
nowa strefa na
showroom.pl

NOWOŚCI

zobacz co dla Ciebie przygotowaliśmy

nowa marka
INTENSI

nowa kolekcja
PROJECT
MESS
sprawdź teraz

Skontaktuj się z nami

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 9

SHOW ROOM

ONA ON NOWOŚCI You have gone full screen. Exit full screen (F11) MARKI SZUKAJ

XS-S
S
M
M/L
L

Kolor

Bielony
Biały
Brązowy
Czarny
Ciemnoniebieski
Fioletowy
Niebieski
Różowy/srebrny

Cena

min max

Tylko produkty przecenione

Marka

A2
Abanguard
AGA GIZ
Anella
Annomalia
ARMY GETS DOWN
Batterfly
Blauk

Style

Streetwear
rebel
office
basic
casual
premium

Trendy

Crop top
Statement T-shirt
Dresin
Dziwne sukienki

LOCAL HEROES
T-shirt Yolo
89.00 zł

LOCAL HEROES
T-shirt CLOUD
119.00 zł

SI MI
T-shirt FIGHT FOR ME
190.00 zł

Abanguard
T-shirt BLACK
129.00 zł

meiokha
Blauk - stripes t-shirt
290.00 zł

meiokha
REVERSIBLE T-shirt HORSE
340.00 zł

PIANZEK
T-shirt UNISEX
159.00 zł

PIANZEK
T-shirt
165.00 zł

Lazy Monkey
T-shirt INDIANS NEVER DIE
220.00 zł

ANNOMALIA
T-shirt Annomalia
99.00 zł

Lifestyl
T-shirt CARPE THAT FUCKIN' DIEM
99.00 zł 79.20 zł

MAC
Blauk - nieopierzony
320.00 zł

Porozumiewaj się z nami

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 10

135 tysicy

SHOW ROOM

Zaloguj się - Zaloguj konto

Schować Kioszek

ONA ON NOWOŚCI PREMIUM SALE SELEKCJE MAGAZYN DZIECI MARKI SZUKAJ Q

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0-9

A	A 1 S S A2 Acephala Abingard AGA GIZ Aga Pro AGAROSZAK AGATA BELEN	Agd Jensen Design ALE Alakandra Knieci ALEKSANDRA MARKOWSKA Alkanabak Aliza Gorka LAB Aure Altra Dea couture	AMBIGUANTE Anatomy of Change Aneta Tatar The Dress Effect Animal Kingdom animabale ANNA KRYSZYŃSKA ANNA GREGORY Anna Lenka	Annis ANNOMALIA Anol ARMY GETS DOWN Armba Wear Aurik Design Awesome
B	B BIDES BABA BACKSTAGE Bagnet Baldewald baski etatues BAWSONE BELLE Beller	BELTBAG Berenika Czarnota Bernieśka Co. Berterfly BeWear Black Marble Black Oaks street wear Blackbow BLAISE	BLESUS Blower Exclusive Edition Blue Eye Pop Buhu BONBON BONKUR AND KISS BORKO Boska's Taddles BOWMAN	BRAN Brat bratkat brunoscika Button By My Design by Orlane by Runway byruneska
C	C by Cecilia Baranowska Cahis CARGO by OWEE Cat Cat CHERRISH	CHOMSAWA CHOUCOU CLASSIC LEGENDS Cocoon cocooni	Cal Claudine Cofair COMO Confusion COOKie	CUP OF SOLE CZAJKOWSKI CZAYKA
D	daria ciulak design David Wulinski 4 Julia DEEP TRIP DIANA JANIEWICZ	Dirty's wear DR MARC VAND Dream Nation dreamMeMallum	DreamON DRESS CODE Dressing DRUNKLEGENDS	DIEDZIN SIA Dobrotę Przeki doinadobry DZKY by maciek sieradzki
E	ECHO EDYTA JERMAŁCZ	Edyta Patrycja EGOMETRIA	Evidence Gnu EVC DSON	Evidence on Monday clothing
F	Fancy Balloon Fanfarnada FEINFEIN	FIAND FIGL FIN by Serafin Andrzejak	FINKE Fly High Fly or Die	Forward by Seldel Francis Maronzo by Kizka Friends with Benefits
G	GAGABO Gallery GANTOS	GAU Great As You ggn GEPETTO	GIVE ME FIVE Gloss Shoes goZwei	Gosia Strzpek Grun
H	Hana Frank by Bonowiczka HAND MADE BY Designer HarmonyLab	HypHut Hedoco HEROESQUE	HIBYO HOB0 HorrorHorror!	Hover huba
I	NO ILLESTA	Iuua Indian Summer	Intensil	
J	Jagg Jewels JAK TALALA JANKOVSKA JAP	Janiwiewert Janiwiewert Jani Sush JO by JO	JO LI Jo Mo Jocron Design Julia by	Jane Design JUNGKAT JUST PAUL
K	KAAAN	Kac Koynt	KIZMIZI	KREIST

Skontaktuj się z nami

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 11

Konkurenci w handlu online artukułami średniowiecznymi

- medieval-market.com
- Kokoszowa Manufaktura
- slavmedievalshop.com
- medievalcollectibles.com

medieval-market.com

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

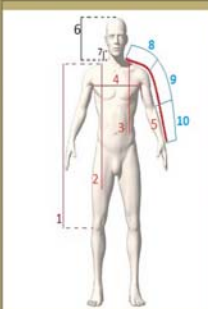
Clifford Chance 13

[Home](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms and Conditions](#)

[Payments by PayPal](#)

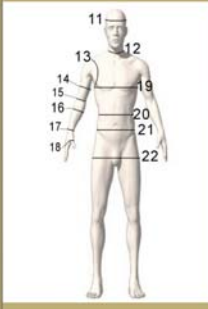
Newsletter
 Enter your e-mail
[Sign Up](#)

If measuring for outer garments, measurements will need to be taken with clothing on. Same applies for tunics, blouses and robes worn over your armor.
 Know when to measure circumference vs length. Different measurements will need to be either circumference measurements (the measurement around something) or length measurements (the measurement between two straight points).
GAMBESON / DOUBLET / ROBE



Please fill in:

- HEIGHT (in cm or ft):
- 1. Length from shoulder to knee
- 2. Length of the gambeson / robe
- 3. Length from the shoulder to the belly button
- 4. Chest width
- 5. Full arm length - neck to wrist
- 6. Head height
- 7. Collar height
- 8. Neck to Shoulder
- 9. Shoulder to elbow
- 10. Elbow to wrist



- 11. Head circumference
- 12. Neck circumference
- 13. Armpit circuit
- 14. Bicep circumference
- 15. Elbow circumference
- 16. Forearm circumference
- 17. Wrist circumference
- 18. Hand circumference
- 19. Chest circumference
- 20. Taille circumference
- 21. Waist circumference
- 22. Hips / seat circumference

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

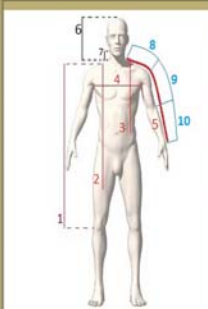
Clifford Chance 15

[Home](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms and Conditions](#)

[Payments by PayPal](#)

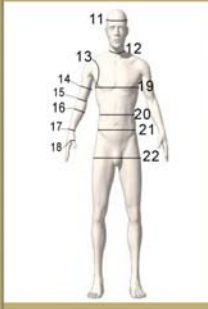
Newsletter
 Enter your e-mail
[Sign Up](#)

If measuring for outer garments, measurements will need to be taken with clothing on. Same applies for tunics, blouses and robes worn over your armor.
 Know when to measure circumference vs length. Different measurements will need to be either circumference measurements (the measurement around something) or length measurements (the measurement between two straight points).
GAMBESON / DOUBLET / ROBE



Please fill in:

- HEIGHT (in cm or ft):
- 1. Length from shoulder to knee
- 2. Length of the gambeson / robe
- 3. Length from the shoulder to the belly button
- 4. Chest width
- 5. Full arm length - neck to wrist
- 6. Head height
- 7. Collar height
- 8. Neck to Shoulder
- 9. Shoulder to elbow
- 10. Elbow to wrist



- 11. Head circumference
- 12. Neck circumference
- 13. Armpit circuit
- 14. Bicep circumference
- 15. Elbow circumference
- 16. Forearm circumference
- 17. Wrist circumference
- 18. Hand circumference
- 19. Chest circumference
- 20. Taille circumference
- 21. Waist circumference
- 22. Hips / seat circumference

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

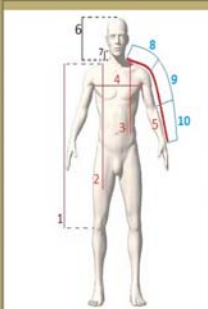
Clifford Chance 15

[Home](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms and Conditions](#)

[Payments by PayPal](#)

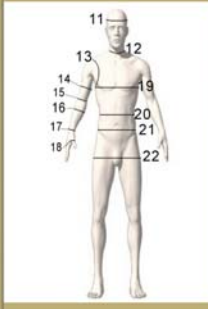
Newsletter
 Enter your e-mail
[Sign Up](#)

If measuring for outer garments, measurements will need to be taken with clothing on. Same applies for tunics, blouses and robes worn over your armor.
 Know when to measure circumference vs length. Different measurements will need to be either circumference measurements (the measurement around something) or length measurements (the measurement between two straight points).
GAMBESON / DOUBLET / ROBE



Please fill in:

- HEIGHT (in cm or ft):
- 1. Length from shoulder to knee
- 2. Length of the gambeson / robe
- 3. Length from the shoulder to the belly button
- 4. Chest width
- 5. Full arm length - neck to wrist
- 6. Head height
- 7. Collar height
- 8. Neck to Shoulder
- 9. Shoulder to elbow
- 10. Elbow to wrist



- 11. Head circumference
- 12. Neck circumference
- 13. Armpit circuit
- 14. Bicep circumference
- 15. Elbow circumference
- 16. Forearm circumference
- 17. Wrist circumference
- 18. Hand circumference
- 19. Chest circumference
- 20. Taille circumference
- 21. Waist circumference
- 22. Hips / seat circumference

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 15

Slav Medieval Shop powstało z połączenia fascynacji archeologią i historią Europy w połączeniu z umiejętnościami krawieckimi. Takie połączenie gwarantuje profesjonalne podejście do rekonstrukcji historycznej

2. Ograniczenia wertykalne w teorii ekonomii

Ograniczenia wertykalne w teorii ekonomii

Efekty pozytywne ograniczeń wertykalnych

- ograniczenie efektu gapowicza
- ułatwienie wejście na nowe rynki produktowe lub geograficzne
- sfinansowanie inwestycji specyficznych
- ochrona wizerunku marki
- uzyskanie korzyści skali w dystrybucji

Ograniczenia wertykalne w teorii ekonomii

Efekty negatywne porozumień wertykalnych

- utrudnianie wejścia na rynek nowym graczom
- ryzyko stabilizacji cen i osłabienie konkurencji międzymarkowej

3. Ograniczenia wertykalne w handlu elektronicznym

Ograniczenia wertykalne w handlu elektronicznym

- klauzule najwyższego uprzywilejowania
- ustalanie cen odsprzedaży w Internecie
- ograniczania reklamy w Internecie
- systemy cen podwójnych
- zakazy sprzedaży online

3 a) Klauzule najwyższego uprzywilejowania

Klauzule najwyższego uprzywilejowania (KNU)

- KNU oznacza, że sprzedawca będzie oferować swoją usługę na platformie w cenie nie wyższej niż u innych pośredników (w tym u ewentualnych nowych pośredników) oraz w bezpośrednich kontaktach z klientem
- Zakres KNU (szerokie / wąskie)

Klauzule najwyższego uprzywilejowania (KNU)

- Argumentacja efektywnościowa → WYSOKIE INWESTYCJE

Właściciel platformy musi ponieść wysokie koszty inwestycji zapewniające platformie odpowiednio wysoką oglądalność. Platforma jako tzw. rynek dwustronny w relatywnie krótkim czasie musi jednocześnie przyciągnąć dużą liczbę sprzedawców i kupujących. Jeśli nie stanie się atrakcyjna dla dużej liczby kupujących, sprzedawcy nie będą zmotywowani do umieszczania ofert na niej. Z kolei mała liczba ofert będzie prowadzić do spadku liczby kupujących

Klauzule najwyższego uprzywilejowania (KNU)

■ Argumentacja efektywnościowa → OCHRONA PRZED EFEKTEM GAPOWICZA

Jeśli nabywca korzysta z usług platformy A (np. ocen innych użytkowników, zdjęć lub prezentacji), która znajduje się wysoko w wynikach wyszukiwań, a następnie dokonuje zakupu na platformie B, która oferuje niższą cenę gdyż jej właściciel nie poniósł kosztów usług dodatkowych oraz kosztów reklamy w Internecie, platforma A nie będzie w stanie uzyskać zwrotu z inwestycji w usługi dodatkowe.

Klauzule najwyższego uprzywilejowania (KNU)

platforma A chce zaoferować sprzedawcom niższą prowizję, aby dzięki niej zaoferować niższe ceny nabywcom



ponieważ sprzedawcy związani są KNU z platformą B muszą automatycznie obniżyć ceny na platformie B



optymalna strategia sprzedawców: ustalenie uśrednionej ceny dla platformy A i B aby pokryć wyższą prowizję platformy B



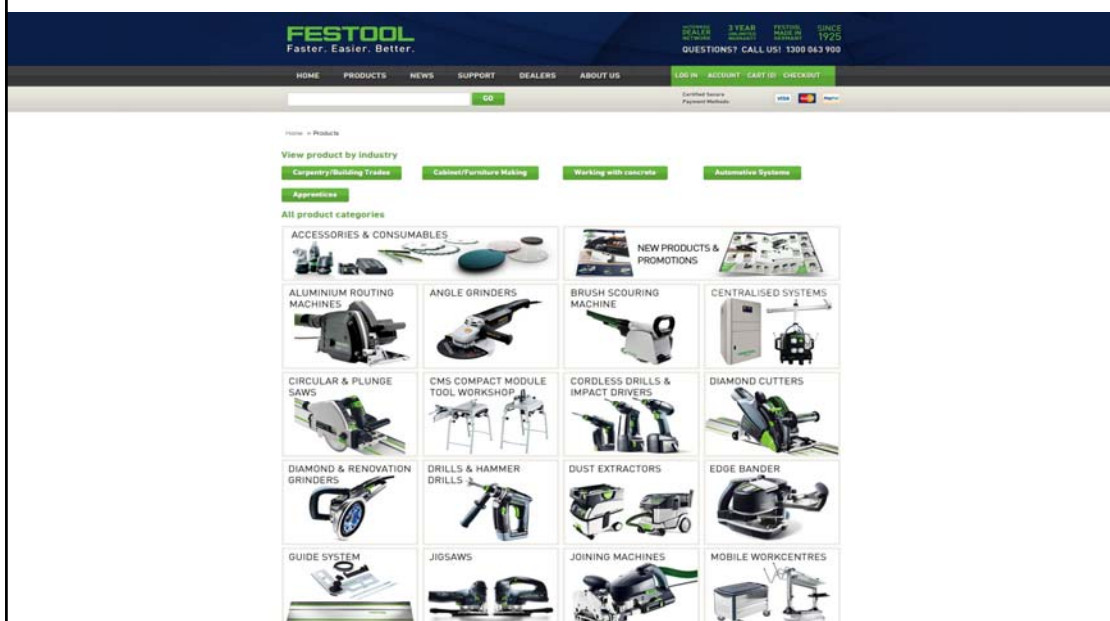
brak bodźców platformy A do redukcji prowizji

3 b) Ustalanie cen odsprzedaży

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 27

Sprawa Tooltechnic Systems (2014)



Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 28

Sprawa Tooltechnic Systems (2014)

- Tooltechnic produkuje elektronarzędzia (wiertarki, wiertarki udarowe, wkrętarki, piły, itp.) pod marką Festool
- usługi przed zakupem - demonstrowanie sposobu użycia elektronarzędzi, możliwość wypróbowania
- usługi po zakupie - serwis, możliwość wypożyczenia oraz przeszkolenie w korzystaniu z produktu
- zobowiązanie dystrybutorów do stosowania minimalnej ceny odsprzedaży w celu ochrony detalistów świadczących usługi około sprzedażowe
- zgoda Australian Competition and Consumer Commission („ACCC”) na 4 lata

Sprawa Tooltechnic Systems (2014)

ACCC: wprowadzenie minimalnych cen odsprzedaży nie powinno ułatwiać koordynacji cenowej ze względu na

- niski udział rynkowy produktów Tooltechnic
- pozacenowe kryteria konkurencyjności elektronarzędzi (innowacyjność, wydajność, niezawodność, a także zakresem usług dodatkowych przed sprzedażą i po sprzedaży)

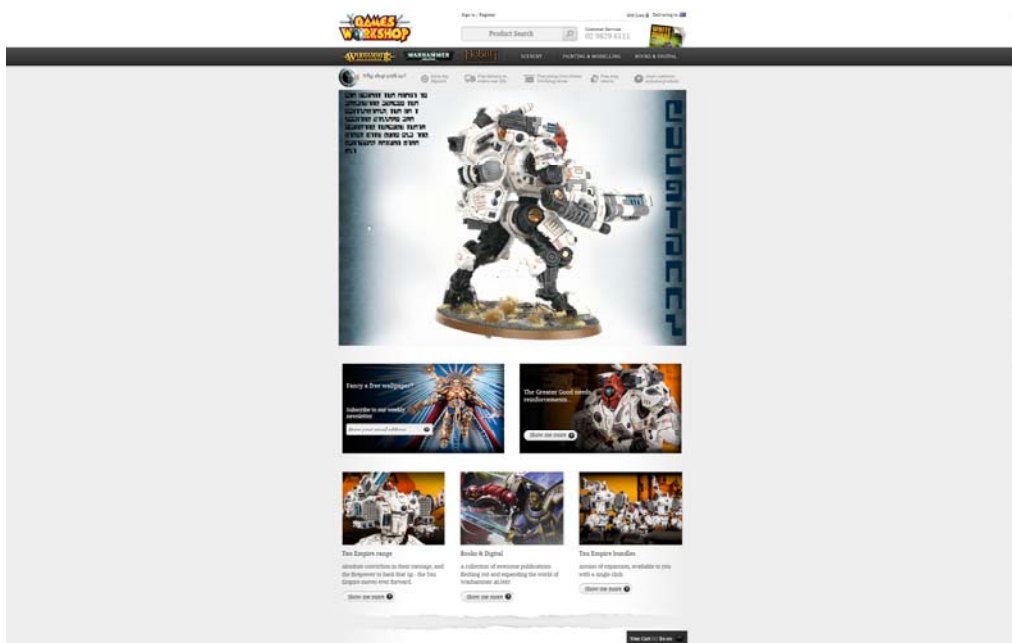
Sprawa Tooltechnic Systems (2014)

Tooltechnic ma co roku informować ACCC o:

- minimalnych cenach odsprzedaży na poszczególne produkty
- średniej ceny hurtowej na poszczególne produkty
- wartości sprzedaży do dystrybutorów
- zmianach ilości i zmianach kategorii dystrybutorów, w tym szczegóły dotyczące zakończenia lub rozpoczęcia współpracy z danym dystrybutorem
- zmianach wprowadzanych w standardowych umowach z dystrybutorami
- informacjach nt. monitoringu i egzekwowania świadczenia usług około sprzedażowych przez dystrybutorów
- skargach od klientów otrzymywanych przez Tooltechnic lub dystrybutorów

3 c) Różne ceny w sprzedaży online i w sprzedaży stacjonarnej

Sprawa Games Workshop (2014)



Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 33

Sprawa Games Workshop (2014)

■ Obowiązki dystrybutorów

- prowadzenie przynajmniej jednego sklepu stacjonarnego
- zakaz sprzedaży za pośrednictwem platform typu Ebay, Amazon

■ Ceny hurtowe

- uzależnione od liczby usług dodatkowych świadczonych przez detalistę na rzecz konsumenta
- im więcej usług dodatkowych na rzecz konsumenta oferuje detalista, tym niższe ceny hurtowe otrzymuje

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 34

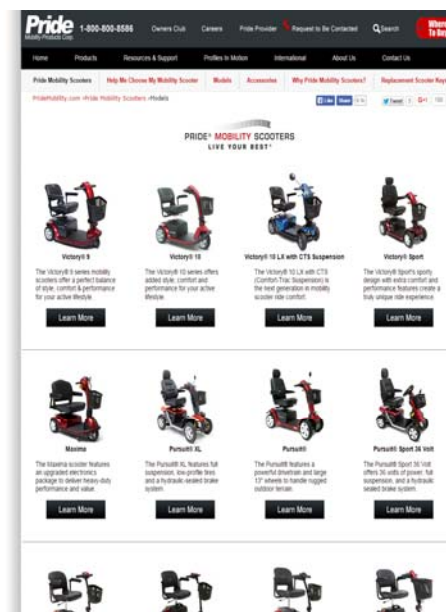
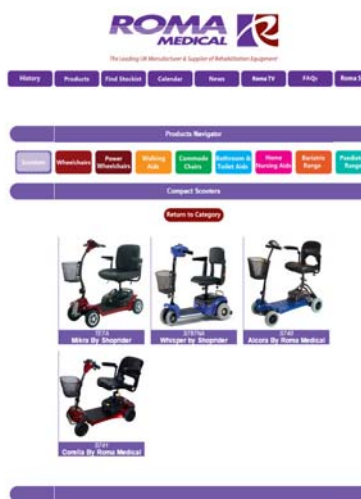
Sprawa Games Workshop (2014)

- Usługi dodatkowe:
 - dostępność personelu w weekendy i w godzinach wieczornych
 - lokalizacja punktu sprzedaży
 - ekspozycja produktów GW
 - pomoc w organizacji wydarzeń społecznościowych i interakcji z klientami na danym obszarze
 - odpowiednia ilość personelu gwarantującego szybką obsługę i realizację zamówień

- Dostosowanie usług do klienta internetowego, np.
 - umożliwienie wzięcia produktu do ręki → na stronie sklepu znajdują się obracane trójwymiarowe obrazy figurek GW
 - możliwości natychmiastowego zakupu bestsellerów → ekspresowa wysyłka produktu w ciągu 24 godzin od złożenia zamówienia

3 d) Ograniczanie reklamy w Internecie

Sprawy skuterów inwalidzkich Roma i Pride (2013 – 2014)



Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 37

Sprawy skuterów inwalidzkich Roma i Pride (2013 – 2014)

- Roma
 - zakaz sprzedaży skuterów inwalidzkich przez Internet
 - zakaz umieszczania reklam w Internecie z cenami
- Pride
 - zakaz umieszczania w Internecie reklam z cenami poniżej ceny „rekomendowanej”
- Ochrona przed efektem gapowicza, brak konkretnych dowodów
- OFT: zobowiązanie do zmian umów

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

Clifford Chance 38

4. Wnioski

Wnioski

- 1) Organy antymonopolowe dostrzegają problem efektu gapowicza i wydają się być otwarte na argumentację uzasadniającą wprowadzenie pewnych ograniczeń w handlu elektronicznym.
- 2) Samo ogólnikowe powołanie się na jedno z uzasadnień (np. ochrona przed efektem gapowicza) wymienionych w Wytocznych wertykalnych, bez przedstawienia gruntownego uzasadnienia ekonomicznego, jest niewystarczające.
- 3) Różnice w podejściu organów antymonopolowych w UE do tych samych ograniczeń konkurencji w handlu elektronicznym (→ platformy rezerwacji miejsc hotelowych).



Norway House, ul. Lwowska 19, 00-660 Warsaw, Poland
© Clifford Chance 2015
Clifford Chance, Janicka, Krużewski, Namotkiewicz i wspólnicy spółka komandytowa

Analiza ekonomiczna porozumień wertykalnych w handlu elektronicznym – wybrane aspekty

41