

Vliv politiky ochrany hospodářské soutěže na chování firmy v podmínkách ČR

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

prof. PhDr. Kamil Fuchs, CSc.

Marek Desenský

Brno 2016

Na tomto místě bych rád poděkoval prof. PhDr. Kamilu Fuchsovi, CSc. za cenné rady, odborné vedení, pomoc a připomínky při vypracování bakalářské práce.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Vliv politiky ochrany hospodářské soutěže na chování firmy v podmínkách ČR**

vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 23. května 2016

Abstract

Influence the policy of protection of competition in the behaviour of companies in the Czech Republic is the theme of processed bachelor thesis. It deals with economic theory approach to competition at the various types of market structures, on which there is an abuse of competition, followed by protection of competition, referring to legislative action. On specific cases illustrates the Office for the Protection of Competition in its decisions.

Keywords

Competition, market power, relevant market, dominant position, cartel, merger.

Abstrakt

Vliv politiky ochrany hospodářské soutěže na chování firmy v podmínkách ČR je tématem zpracovávané bakalářské práce. Zaobírá se přístupem ekonomické teorie k hospodářské soutěži na různých typech tržních struktur, na kterých dochází ke zneužívání hospodářské soutěže, a následnou ochranou hospodářské soutěže s odkazem na legislativní úpravu. Na konkrétních případech je ilustrován postup Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže při jeho rozhodování.

Klíčová slova

Hospodářská soutěž, tržní síla, relevantní trh, dominantní postavení, kartel, fúze.

Obsah

1	Úvod, metodika a cíl práce	11
1.1	Úvod.....	11
1.2	Metodika.....	11
1.3	Cíl práce.....	12
2	Hospodářská soutěž	13
2.1	Přístup ekonomické teorie k hospodářské soutěži.....	14
2.2	Tržní síla.....	14
2.2.1	Strukturální přístup.....	15
2.2.2	Přímé měření tržní síly.....	15
2.3	Typy tržních struktur.....	15
2.3.1	Dokonalá konkurence.....	15
2.3.2	Monopol.....	16
2.3.3	Oligopol.....	17
2.3.4	Monopolistická konkurence.....	17
2.4	Relevantní trh.....	18
3	Politika hospodářské soutěže	20
4	Zneužití hospodářské soutěže	22
4.1	Dominantní postavení na trhu.....	22
4.2	Kartelové dohody.....	23
4.3	Spojování podniků.....	25
5	Legislativní úprava hospodářské soutěže a Úřad pro ochranu hospodářské soutěže	27
5.1	Legislativní úprava hospodářské soutěže.....	27
5.2	Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.....	29
6	Konkrétní případy posuzované Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže	31
6.1	Spojení soutěžitelů UNIPETROL, a.s. a OMV Česká republika, s.r.o.....	31

6.2	Zneužití dominantní pozice společnosti SKIAREÁL Špindlerův Mlýn, a.s..	33
6.3	Zakázaná dohoda společnosti ŠKODA AUTO, a.s.....	35
7	Diskuze	37
7.1	Změny ve vymezení významné tržní síly	38
7.2	Důsledky pro tržní chování firem na trhu.....	40
8	Závěr	41
9	Literatura	43

1 Úvod, metodika a cíl práce

1.1 Úvod

Tématem bakalářské práce je Vliv politiky ochrany hospodářské soutěže na chování firmy v podmínkách ČR. V práci nejprve vymezují přístup ekonomické teorie k hospodářské soutěži. Vlastnosti hospodářské soutěže se mění podle typu tržních struktur. Účinnost a vůbec existence konkurence se liší na dokonalých a nedokonalých konkurenčních trzích. Firmy mohou disponovat různou tržní silou a podle toho také zneužívat hospodářskou soutěž. Mezi nejběžnější formy zneužití hospodářské soutěže patří zneužití dominantního postavení firem na trhu, uzavírání kartelových dohod a spojování podniků neboli fúze. Všechny tyto formy mohou vést, a často vedou, k poškození konečných spotřebitelů, kteří mohou být omezením soutěže vystaveni vyšším cenám a nižší kvalitou výrobků a služeb. Aby nedocházelo ke zneužívání hospodářské soutěže, snaží se vlády hospodářskou soutěž chránit. Používají k tomu celou řadu nástrojů, ale výsledný efekt se nemusí vždy dostavit. Důležitým prvkem v ochraně hospodářské soutěže je vymezení relevantního trhu a určení tržní síly podniku.

Vlády se při ochraně hospodářské soutěže mohou opřít o širokou legislativní úpravu. Kromě Zákona o ochraně hospodářské soutěže se mohou odvolávat i na obchodní nebo trestní zákoník. Po vstupu do Evropské unie přijala Česká republika za své také právo komunitární, které jako Smlouva o fungování EU obsahuje i články věnované hospodářské soutěži. Institucí, která má pravomoc a úkol ochraňovat před dominantním postavením, nacházet a trestat kartely a povolovat fúze, je v České republice Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) se sídlem v Brně. V nadnárodní úrovni má tyto kompetence Evropská komise.

V dnešní době musí Úřad řešit především spojování soutěžitelů, které se i za přispění globalizace stalo oblíbenou činností řady podniků. Rozhodnutí o povolení fúze je podrobně rozebráno na konkrétním případě, který posuzoval Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Stejně je rozebrán i případ, ve kterém došlo ke zneužití dominantní pozice na trhu a k zakázané dohodě. Všechny tři tyto případy pochází ze Sbírky rozhodnutí, které Úřad vydává.

1.2 Metodika

V této části práce, která se věnuje ochraně hospodářské soutěže, jsou nastíněny metody, které jsou v práci použity a které umožňují nalezení a objasnění poznatků a principů, vedoucích k lepšímu poznání zkoumané problematiky. Tyto použité metody jsou jasně pojmenovány a charakterizovány.

Teoretická část práce je zaměřena převážně na vymezení základních ekonomických pojmů souvisejících s ochranou hospodářské soutěže a vymezení podstaty jednotlivých pojmů, které jsou uplatněny v praktické části. Pro tuto část je tedy nejvhodnější použít metodu deskripce, pomocí které lze popsat jednotlivé pojmy a

fungující principy, důležité pro pochopení problematiky hospodářské soutěže. Pro tuto metodu je podstatný vhodný výběr zdrojů, které by měly být věrohodné a relevantní k danému tématu. Proto byly ke zkompletování této části využity jak knižní publikace, tak i ověřené internetové zdroje a jednotlivé zákony.

Praktická část je zaměřená na promítnutí všech získaných teoretických poznatků do praxe. Nenahraditelnými zdroji byly Sbírky zákonů vydané Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže, díky kterým je možné provést analýzu vybraných případů, která je použita, abychom dospěli k určitým výsledkům na základě hlubšího poznání jednotlivých podrobností. Analýza tedy představuje proces rozkladu celku na dílčí složky, které se stávají předmětem dalšího zkoumání. Jejím cílem je popsat a porozumět jevům, které se v daném tématu vyskytují a vysvětlit je v kontextu s konkrétními případy řešenými Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže. Další použitou metodou je metoda indukce, díky které bude možné jednotlivé jevy zobecnit a doporučit postupy chování na trhu, které by mohly s určitou pravděpodobností nastat.

1.3 Cíl práce

Hlavním cílem této práce je postižení přístupu k vymezení významné tržní síly v politice ochrany hospodářské soutěže a interpretace z toho plynoucích důsledků pro tržní chování firmy. Zneužívání hospodářské soutěže může mít závažné důsledky na koncového spotřebitele a je tedy nutné, aby Úřad zneužívání eliminoval a hospodářskou soutěž chránil. Proto se tato bakalářská práce zabývá způsoby, jak by se podniky měly chovat, aby hospodářskou soutěž nezneužívaly a jednak preventivními, ale také restriktivními opatřeními, které Úřad využívá, aby hospodářská soutěž nebyla omezena.

Cílem teoretické části je definovat problematiku hospodářské soutěže na jednotlivých typech tržních struktur a vymežit pojmy jako tržní síla a relevantní trh, které hrají důležitou roli při prokazování zneužívání hospodářské soutěže. Dále nastínit možnosti zneužívání hospodářské soutěže a následnou ochranu jak z ekonomického, tak právního hlediska. Jelikož právní úprava hospodářské soutěže vychází z ekonomie, je nutné, aby se stát a soutěžní úřad řídil závěry ekonomické teorie. Popsat některé z nich si klade za cíl i tato bakalářská práce.

Cílem praktické části je na konkrétních případech Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ukázat přístup k vymezení tržní síly a zneužívání hospodářské soutěže. Provést analýzu jednotlivých rozhodnutí Úřadu za pomoci poznatků získaných z teoretické části práce. Naznačit proces, jakým Úřad postupuje, při prokazování zneužívání hospodářské soutěže a z toho plynoucí důsledky pro podniky a spotřebitele.

2 Hospodářská soutěž

V dnešní době již většina zemí funguje na principu tržní ekonomiky. Tržní ekonomika je takový typ ekonomiky, která alokuje zdroje prostřednictvím decentralizovaného rozhodování velkého počtu firem a domácností díky jejich interakcím na trzích zboží a služeb. Firmy se rozhodují, koho zaměstnají a co budou vyrábět. Domácnosti se rozhodují, pro jaké firmy budou pracovat a jak naloží se svým příjmem (Mankiw, 1999).

Jedná se o systém, ve kterém lidé svým nákupem vyjadřují, co chtějí a co nechtějí a toto jejich chování se následně promítá do výroby firem, které tím získají podnět, co mají a co nemají vyrábět (Fuchs a Tuleja, 2005).

Tyto vztahy mezi spotřebiteli a výrobci jsou zprostředkovány trhem, který je základem fungování tržního mechanismu. Trh je založený na směně zboží a prostřednictvím něj mohou výrobci nabízet své zboží či služby a spotřebitelé pomocí nákupů uspokojovat své potřeby. Výhodou směny je cena, která je v ideálním případě odvozena od střetu nabídky a poptávky, a kromě informační funkce také vytváří podněty pro výrobce i spotřebitele (Slaný, 2003).

Jedním ze základních principů systému tržní ekonomiky je soutěž neboli konkurence. Pojem konkurence má mnoho různých definic, které ale ve výsledku dojdou k obsahově stejnému popisu. Tak například Urban (2011) definuje konkurenci jako situaci, kdy subjekty vyskytující se na trhu usilují o stejný cíl. Stejně tak Fuchs a Tuleja (2005) popisují konkurenci jako střetávání různých zájmů účastníků trhu, kteří se snaží o maximalizaci svého užitku a dosažení cíle, zpravidla na úkor jiných účastníků trhu. Konkurenci na straně nabídky definuje Holman (2011) jako proces, ve kterém se prosazují úspěšnější firmy a vytlačují z trhu firmy méně úspěšné.

Základním předpokladem hospodářské soutěže je podle Slaného (2003) „zajištění svobody podnikání a rozhodování, což umožňuje volnou volbu partnerů směny včetně možnosti vstupu na trh nových prodávajících a fungující hodnotový systém zajišťující transparentnost trhu a informovanost subjektů na trhu.“

Konkurence může být považována za efektivní, pokud na trhu fungují na sobě navzájem nezávislé firmy vystavené konkurenčnímu tlaku. Existence efektivní konkurence působí silně na ceny, jejichž prostřednictvím umožňuje sladit velký počet na sobě vzájemně nezávislých rozhodnutí účastníků trhu a působit na přesun zdrojů k produkci podle požadavků spotřebitelů. Firmy jsou v konkurenčním prostředí motivovány ke zkvalitňování svých výrobků a výrobních postupů, k inovacím a vývoji nových produktů a ke snižování výrobních nákladů, což efektivně působí na zvýšení výkonu celé ekonomiky. Pokud má firma zájem o udržení nebo zlepšení svého postavení na trhu, musí neustále sledovat zájmy spotřebitelů a snažit se jim v maximální možné míře vycházet vstříc, aby co nejlépe uspokojily poptávku kupujících. Zdravá konkurence je tak velmi důležitá hlavně pro spotřebitele, kterým jednoduše, ale účinně, může zajistit nižší cenu a větší výběr zboží (Žák, 2000).

2.1 Přístup ekonomické teorie k hospodářské soutěži

Soutěžní právo by dnes nemohlo fungovat bez ekonomické teorie, stejně jako by ekonomická teorie hospodářské soutěže nemohla fungovat bez opory v právu. Těžko by soutěžní právo něco znamenalo bez ekonomické analýzy vymezení relevantního trhu, měření tržní síly podniku, posuzování spojování podniků, zneužití dominantního postavení nebo zákazu dohod. Zkrátka odlišovat protisoutěžní jednání od jednání, které nemá na omezení soutěže vliv, dokáže nejlépe ekonomická analýza.

Ekonomická teorie se na rozdíl od statických základů právní legislativy zabývá převážně konkrétní situací na trhu a snaží se také o jakousi předpověď budoucího vývoje. Tento vývoj je však jako každá předpověď pouze hypotetický a je doprovázen značnou nejistotou. Jednání narušující svobodnou soutěž se tak nejdříve musí udát, následně vyhodnotit a až poté případně postihnout. V některých případech tak může být vhodnější použít statické jasně definované právní normy, v jiných zase dynamické ekonomické posuzování (Bejček, 2010).

2.2 Tržní síla

Tržní síla úzce souvisí s konkurencí. Podle Mankiwa (1999) označuje tržní síla schopnost firmy podstatně ovlivňovat množství a cenu celkové produkce v určitém odvětví. V případě monopolu má firma značnou tržní sílu, a naopak v případě dokonalé konkurence firma žádnou tržní silou nedisponuje. Pokud podnik nedisponuje tržní silou, nemá v podstatě možnost omezit hospodářskou soutěž. Úřady by tak měly při posuzování protisoutěžních jednání zkoumat, zda soutěžitelé vůbec nějakou tržní silou disponují.

Zdrojem tržní síly může být v lepším případě nadprůměrná výkonnost podniku, kdy se podnik dokáže lépe přizpůsobit požadavkům spotřebitelů nebo se mu daří vyrábět s nižšími náklady. V horším případě může podnik nabýt vysoké tržní síly jednáním, které omezuje konkurenci. Pro podniky je důležité udržet si alespoň nějakou tržní sílu, aby mohly prosperovat a prosazovat své konkurenční strategie. Výrazná tržní síla firmy ovšem může být zneužita, a tím opět omezena konkurence. Proto bývá z ekonomického pohledu považována za jev nežádoucí (Žák, 2000).

Tržní síla není vždy stejná, ale může se v čase měnit. Příkladem může být, když se podniky dohodnou na spojení. Spojení sníží počet konkurentů na trhu a tím i soutěžní tlak. Naopak poroste tržní moc subjektu, která umožňuje podniku chovat se na trhu nezávisle a například zvýšit ceny. Narůstající tržní síla tak zvyšuje pravděpodobnost vzniku dominantního podniku a zneužití soutěže (Bejček, 2010).

Lze tvrdit, že určitou tržní silou disponuje každý podnik, i když tato síla může být i poměrně mizivá. Je proto důležité velikost tržní síly zkoumat, měřit a porovnávat s konkurenty působícími na stejném relevantním trhu.

V praxi lze tržní sílu posuzovat dvěma základními přístupy (Nejezchleb, Hajná a Bejček, 2014):

- Strukturální přístup,
- přímé měření tržní síly.

2.2.1 Strukturální přístup

Tento přístup je založený především na zkoumání velikosti tržního podílu a posouzení podmínek na trhu. Ke zkoumání tržní síly je nutné přistupovat komplexně. Antimonopolní úřady by měly především správně vymezit relevantní trh a posoudit jeho strukturu. Dále určit tržní podíl jednotlivých soutěžitelů a jejich konkurentů (i potenciálních), odhalit existenci bariér vstupu na trh a vzít do úvahy i další specifické vlastnosti soutěžitelů (Nejezchleb, Hajná a Bejček, 2014).

2.2.2 Přímé měření tržní síly

K přímému měření tržní síly slouží kvantitativní metody. Nejznámější z těchto metod je tzv. Lernerův index. Lernerův index vychází z odhadu vlastní elasticity poptávky neboli citlivosti odběratelů na zvýšení nebo snížení ceny. Pokud je vlastní elasticita poptávky po zboží podniku vysoká, znamená to, že podnik nemá možnost ziskově zvýšit ceny, z čehož plyne, že tržní silou nedisponuje. Naopak, pokud je vlastní elasticita poptávky nízká, podnik má možnost ziskově zvýšit ceny, tím pádem disponuje tržní silou. Výpočet Lernerova indexu vypadá na první pohled jednoduše, ve skutečnosti je ovšem jeho určení poměrně obtížné. V praxi se tento ukazatel téměř nepoužívá a je nahrazen složitějšími statistickými a ekonometrickými metodami (Nejezchleb, Hajná a Bejček, 2014).

2.3 Typy tržních struktur

Hospodářská soutěž umožňuje, že na trhu mohou vznikat různé druhy tržních struktur. Na každé z těchto struktur podniky disponují odlišnou tržní silou. Tyto formy konkurence je proto nutné definovat, jelikož podle nich lze tržní sílu podniků poměřit a zjistit, ve kterých případech by mohla být soutěž omezena.

Rozlišujeme konkurenci dokonalou a nedokonalou. Při nedokonalé konkurenci může vzniknout monopol, oligopol nebo monopolistická konkurence, v závislosti na počtu konkurentů a typu produktu.

2.3.1 Dokonalá konkurence

Pro dokonale konkurenční trhy jsou typické v zásadě dvě hlavní věci. První je, že nabízené výrobky všech producentů na trhu jsou shodné. Tím pádem kupující nemusejí upřednostňovat produkty žádného výrobce, jelikož kvalita totožných výrobků je všude na trhu shodná. Druhým typickým prvkem dokonale konkurenčního trhu je existence velkého počtu výrobců, přičemž žádný z nich nemůže ovlivnit celkovou nabídku ani cenu na trhu.

Mezi další vlastnosti dokonale konkurenčního trhu patří rovnost podmínek pro všechny výrobce, kteří mají zajištěnu nejen možnost volně vstupovat se svým zbožím na trh, ale i stejnou dostupnost a kvalitu informací.

Při splnění podmínek dokonalé konkurence tak dochází k tomu, že producenti vyrábějí při nejnižších možných nákladech a spotřebitelé nakupují produkty za nejnižší možnou cenu.

Dokonalá konkurence je však spíše jen teorií, která se na reálných trzích prakticky nevyskytuje. Může ovšem sloužit jako takový model pro základní pochopení fungování trhu, z kterého se odvíjejí další tržní modely.

2.3.2 Monopol

První z forem nedokonalé konkurence je monopol. Monopol je taková tržní situace, kdy na trhu na straně nabídky působí jen jediný prodávající. Podnik na takovém typu trhu dodává určitý produkt jako jediný a disponuje největší tržní silou. Není sice vystaven žádné konkurenci ze strany jiných firem, které by dodávaly totožný nebo podobný produkt, je ale vystaven konkurenci existujících substitutů daného statku. Mimo to je ještě vystaven možné konkurenci potenciální firmy, která by na trh mohla vstoupit a zahájit vlastní výrobu.

Monopol může vzniknout třemi způsoby. První způsob je vlastnictví klíčového výrobního zdroje (diamantový důl, minerální pramen). Druhým způsobem je, když vláda určité firmě přidělí výhradní právo na výrobu daného statku, např. patentovou ochranou nebo vládní licencí (veřejná a železniční doprava, poštovní služby). A konečně třetí způsob, jak může vzniknout monopol je, když existuje jen jedna firma, která dokáže uspokojit celou poptávku na trhu s nejnižšími náklady (Mankiw, 1999).

Firma v monopolním postavení má možnost v určitém, většinou časově omezeném, intervalu ovlivňovat cenu výrobků na trhu zboží a služeb. A jelikož je cílem všech firem maximalizace zisku, často se v tomto případě stává, že výrobci, kteří mají cenu takřka pod kontrolou, ji stanovují na vyšší úrovni, než jaká by odpovídala podmínkám volné konkurence. I zde je ovšem jisté omezení, které zajistí, aby cena nebyla vysoká přespříliš. Tímto omezením jsou samotní spotřebitelé, kteří mají vždy právo svobodně se rozhodnout, že dané zboží za tak vysokou cenu nekoupí.

Monopolní firmy, na které nepůsobí žádný konkurenční tlak, často nevyrábí s nejnižšími možnými náklady, jelikož nejsou nuceny své náklady snižovat. Některé firmy často ani nedbají na kvalitu svých výrobků a služeb nebo příliš neusilují o přízeň spotřebitelů (Holman, 2011).

Firmy v monopolním postavení se zajištěným prodejem, kterého dosáhly převážně díky existenci bariér vstupu na trh a velkým objemům výroby, mají na druhou stranu možnost pouštět se do nákladných projektů, investovat do inovací nebo se věnovat výzkumu a vývoji, čemuž by se jinak věnovat nemohly. Tyto kroky jim následně mohou ještě více pomoci upevnit si výsadní postavení na trhu a tzv. utéct případné konkurenci (Ševela, 2012).

Je zde tedy jakýsi rozpor a nedá se zcela jasně tvrdit, že monopol je výhradně negativní tržní situací. I když spotřebitel většinou platí za produkt vyšší cenu a nemá možnost se se svou poptávkou obrátit na jiný podnik, záleží na každé firmě,

kteřá se do monopolního postavení dostane, jak se v této situaci zachová a podle toho se pak dá posuzovat, zda je vzniklý monopol prospěšný či nikoliv.

2.3.3 Oligopol

Oligopol je taková tržní struktura, kdy na straně nabídky působí jen malý počet firem v odvětví s podstatnou monopolní silou. Rozhodující část produkce tak dodává jen několik málo prodávajících, kteří si konkurují převážně kvalitou a odlišením (diferenciací) nabízených produktů a služeb. Firmy mají samozřejmě zájem na udržení této pro ně výhodné situace a usilují o stabilizaci tržní situace a tím i ceny. Aby si firmy tuto pozici udržely, bývají vytvářeny těžko překonatelné bariéry vstupu nových firem na trh (Holman, 2011).

Firmy si ovšem mezi sebou nemusí vždy tvrdě konkurovat. Naopak může docházet k tajným jednáním, kdy se firmy mohou dohodnout například na společné cenové politice nebo na udávání směru vývoje celého odvětví. Výše jejich zisku je tak přímo závislá na chování ostatních firem na oligopolním trhu. Oligopolní firmy jsou vzájemně závislejší než firmy v dokonalé konkurenci a při svém rozhodování, jak se na trhu budou chovat, zvažují i dopady na konkurenční firmy, včetně jejich reakcí na změněnou situaci v odvětví. Na oligopolním trhu mohou firmy svým individuálním chováním ovlivňovat celé odvětví a každý jejich počín může mít značný dopad na zisky ostatních firem (Ševela, 2012).

2.3.4 Monopolistická konkurence

Pro monopolistickou konkurenci je typická existence velkého počtu prodávajících na trhu. Tito výrobci ve snaze odlišit své výrobky od konkurence nabízejí výrobky, které jsou blízkými substituty, ale konečná produkce je diferencovaná. Výrobky se odlišují například kvalitou, provedením, svým obalem nebo značkou. Vznikají tak menší trhy jednotlivých výrobců, na kterých sice žádný z nich nemůže ovlivnit celkovou tržní situaci, může ale částečně ovlivnit cenu a chovat se prakticky jako jediný monopolní výrobce. Firmy tak nejsou pouhými příjemci cen, ale naopak každý prodávající může do určité míry cenu svého produktu ovlivnit, což opět způsobuje neefektivnost firem. Firmy si musí ovšem na druhou stranu dávat pozor, aby o své zákazníky nepřišly. Spotřebitelé jsou totiž velmi hákliví na prodejní cenu a při existenci velkého počtu firem nabízejících podobný produkt není problém, aby rychle změnili dodávající firmu (Mankiw, 1999).

Monopolistická konkurence je typická také otevřeností trhu, který díky minimálním bariérám zaručuje možnost snadného vstupu nebo výstupu z odvětví. Snaha firem odlišit své výrobky od konkurence vytváří i jisté výhody, které mohou dokonce převážit nad ekonomickou neefektivností. Patří mezi ně například širší sortiment nabízených výrobků na trhu a motivace firem ke zlepšování a většímu přizpůsobení se potřebám spotřebitelů (Ševela, 2012).

2.4 Relevantní trh

Jedním z klíčových pojmů přístupu ekonomické teorie k hospodářské soutěži je pojem relevantní trh. Je důležitý z toho důvodu, jelikož soutěž jako taková se uskutečňuje a bývá ovlivňována vždy na konkrétně vymezeném trhu. Trhem obecně nazývá Mankiw (1999) skupinu kupujících a prodávajících určité zboží nebo služby. Relevantním trhem je pak podle § 2 odst. 2) zákona č. 143/2001 Sb. „trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.“

Vymezení relevantního trhu je při analýze soutěžních případů s podezřením na protisoutěžní jednání subjektu na trhu naprosto nezbytné. Hlavně díky tomu je totiž možné určit, jak velkou tržní silou podnik na trhu disponuje. Velikost tržní síly má pak vliv na posuzování protisoutěžního jednání nebo kontrolu spojování podniků. Relevantní trh se vymezuje z hlediska věcného (trh výrobní), prostorového (trh geografický) a časového.

Nejhůře se vymezuje výrobní trh, ve kterém jde o to, určit druh zboží, které tvoří jeden trh. Brát v úvahu se musí zboží shodné, porovnatelné a u vzájemně zastupitelného funkčnost výrobku a cenová relace. Rozhodující je ovšem hledisko konečného spotřebitele. Je nutné stanovit skupinu výrobců, která je schopna uspokojit danou potřebu kupujících spotřebitelů. Stanovit, jestli existují na trhu výrobky, které by mohly daný výrobek nahradit, pokud by se zvýšila jeho cena nebo vznikl jeho nedostatek. A konečně stanovit, jestli mají spotřebitelé skutečnou možnost začít kupovat jiný výrobek při odpovídajícím uspokojení dané potřeby. Pro vymezení výrobního relevantního trhu neexistují žádná všeobecně platná pravidla a je tedy nutné přistupovat ke každému jednotlivému případu zvlášť (Slaný a Žák, 1999).

Vymezení z hlediska prostorového dělí trhy na světové, evropské, republikové, regionální a lokální. Vymezením geografického trhu sledujeme, v jak široké oblasti může kupující nacházet alternativní zdroje dodávek výrobků, které už byly dříve vymezeny v rámci určitého výrobního relevantního trhu. Časté je vymezení podle toho, do jaké vzdálenosti nachází výrobce skutečné možnosti odbytu s ohledem na dopravní náklady, nebo v případě těžby suroviny, jakou má daná lokalita spádovou oblast (Slaný a Žák, 1999).

Podle časového hlediska je určováno časové období v závislosti na relevantnosti trhu. Nejčastěji bývá postavení firmy na trhu posuzováno za kalendářní rok. Také může být vyjádřeno jako stejné možnosti nákupu či prodeje v daném časovém období, což bývá vymezeno buď administrativně (prodejní doba v obchodech), přirozeně (sezónní prodej určitých produktů) nebo technicky (nemožnost reagovat ihned na změněné tržní podmínky). Finální vymezení relevantního trhu bývá vždy výsledkem kombinace výše uvedených faktorů a dá se použít vždy jen pro jeden konkrétní případ (Slaný a Žák, 1999).

Podle Holmana (2011) na vymezení relevantního trhu a na definování produktu závisí vše ostatní. Pokud bychom vymezili relevantní trhy úzce a úzce také definovali produkty, mohl by být monopolem téměř každý podnik. Naopak, pokud

bychom vymezili relevantní trhy široce a široce definovali produkty, těžko bychom vůbec nějaké monopoly našli. Je tedy velmi důležitým krokem vymezovat relevantní trhy pečlivě s dostatkem informací o situaci na trhu.

3 Politika hospodářské soutěže

Politika hospodářské soutěže je důležitým prvkem hospodářské politiky. Jako součást hospodářské politiky se stává taktéž součástí zasahování státu do ekonomických procesů, tedy státní regulací ekonomiky.

Konkurenci, jako základní princip tržního hospodářství, je nutné neustále vyžadovat, chránit a podporovat, což si politika hospodářské soutěže klade za hlavní cíl. Jejím posláním je zajišťovat svobodný konkurenční prostor pro subjekty na trhu, respektovat fungování tržní ekonomiky a zároveň napravovat případná selhání tohoto mechanismu. I když je tržní ekonomika zatím zřejmě nejlepší možný systém, může k takovému selhání trhu dojít a pokud tržní selhání nastane, může přijít na řadu zásah vlády, která ale také musí počítat s možným omezením tržních sil a snížením konkurence (Slaný, 2003; Mankiw, 1999).

Jak bylo zmíněno dříve, existence dokonalé konkurence na trhu je spíše jen iluzorní. V reálném životě se na trzích setkáváme s formami nedokonalé konkurence, jako jsou monopoly a oligopoly. Soutěž na svobodném trhu sama o sobě nutí výrobce k získání výhody oproti ostatním soutěžitelům a ani existence samotného monopolu nemusí být problém, pokud jsou dodržovány určité zásady, které vytváří konsenzus mezi volným trhem a zásahy státu.

Právě na nedokonalých trzích dochází k omezení funkčnosti cenového tržního mechanismu, a pokud existují i určité bariéry vstupu na trh, je tento mechanismus blokován. Nápravu těchto nedokonalostí si potom klade za cíl praktická politika hospodářské soutěže (Slaný, 2003).

Cíle, které vláda regulací sleduje existuje mnoho. Pro ilustraci uvádí Bejček (2010) například:

- Blahobyt – primární je zvyšování efektivity a blahobytu spotřebitelů (což spočívá mimo jiné v tom, že spotřebitelé platí nižší cenu, mají větší výběr zboží apod.), dále blahobyt výrobců, eventuálně jejich kombinace.
- Ochrana spotřebitele – související se spotřebitelovým blahobytem, který ovšem nebere v úvahu zisky firem, na kterých se spotřebitelé podílejí, proto nelze za každou cenu výhradně chránit jen spotřebitele.
- Ochrana malých a středních podniků – jako základy budoucí konkurence pro velké podniky.
- Podpora integrace trhu – politický cíl k posilování společného trhu v EU.
- Ekonomická svoboda – cílem je udržení otevřenosti trhů tak, aby každý měl možnost na trh vstoupit bez ohledu na úspěšnost.
- Sociální důvody, ochrana trhu práce, politické důvody, ochrana životního prostředí, úspora nákladů atd.

Vlády ve snaze chránit hospodářskou soutěž využívají jednak preventivní, jednak restriktivní nástroje. V rámci preventivních opatření povolují spojení firem, které by následně mohly dosáhnout dominantního postavení. Touto regulací vlády mohou ovlivnit velikost a počet vzájemně si konkurujících podniků na trhu. Dále kontrolují podniky, jestli nezneužívají nabytou monopolní sílu a dominantní posta-

vení na trhu a pomocí restriktivních nástrojů se snaží zejména minimalizovat zneužívání monopolní síly, regulovat monopolem stanovenou cenu a snižovat motivaci k monopolizaci (Ševela, 2012).

Jelikož každý zásah vlády může omezit konkurenci, je potřeba vždy pečlivě, a při každém případě zvláště, zvažovat, zda je takový zásah nutný. Plošné zásahy mohou totiž mít negativní dopad na hospodářskou soutěž. Pro zajištění správně fungující konkurence je nutný vhodný legislativní rámec, kterým může být vytvořeno prostředí postihující zneužívání hospodářské soutěže (Fuchs a Tuleja, 2005).

Nástrojem hospodářské politiky je tedy i právo. Cílem vlády by mělo být poskytnout pravidla, která dají subjektům na trhu důvěru ve fungování tohoto trhu, zajistit volný přístup k informacím pro všechny a podporovat soutěživost a konkurenci. Pravidla hospodářské soutěže jsou stanovena zákonem a cílem těchto pravidel je ochrana soutěže před jejím narušováním. Legislativa definuje antimonopolní zákony, stanovuje normy proti kartelovým dohodám a fúzím a poskytuje další právní úpravu pro ochranu hospodářské soutěže a chování na trhu.

V jednotlivých zemích působí obvykle specializovaná instituce, která je v této oblasti výkonným orgánem státní správy. Bývá nezávislá na vládě a má tak pravomoc konat příslušná rozhodnutí. V České republice se tímto orgánem stal Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se sídlem v Brně.

Konkrétní znění soutěžní legislativy jak v podmínkách České republiky, tak v úpravě komunitárního práva Evropské unie a pojednání o Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže nabízí kapitola 5.

4 Zneužití hospodářské soutěže

Je naprosto běžné a žádoucí, že jednotlivé podniky, jako účastníci hospodářské soutěže, spolu v systému tržní ekonomiky neustále soupeří o vylepšení své pozice na trhu. Ve snaze dosáhnout výsadního postavení, a z toho plynoucích výhod, podniky využívají nejrůznější prostředky. Některými způsoby se ale mohou dopouštět zneužívání hospodářské soutěže. Zneužívání hospodářské soutěže se mohou dopouštět podniky, které nedodržují právní normy této soutěže nebo omezují účast jiných v soutěži. Zneužitím hospodářské soutěže je buď nekalá soutěž, nebo nedovolené narušení hospodářské soutěže, které se může dít formou zneužívání dominantního postavení podniku, dohodami podniků narušujícími hospodářskou soutěž nebo některými spojeními podniků. Zneužití hospodářské soutěže může mít zásadní vliv na spotřebitele, který je nucen například platit vyšší cenu za zboží nebo nakupovat zboží v horší kvalitě. Aby k tomuto nedovolenému omezení hospodářské soutěže nedocházelo, musí podniky dodržovat právně závazná pravidla soutěže, upravená Zákonem č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, na což v České republice dohlíží Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

4.1 Dominantní postavení na trhu

Definici dominantního postavení na trhu poskytuje § 10 výše zmíněného zákona, podle kterého dominantní postavení na relevantním trhu zaujímá každá firma, které její nabytá tržní síla umožňuje chovat se nezávisle na ostatních účastnících trhu. Zmíněná tržní síla je pak posuzována Úřadem zejména podle tržního podílu firmy dosaženého ve zkoumaném období a dále podle hospodářské a finanční síly soutěžitelů, překážek vstupu na trh pro jiné soutěžitele, stupně vertikální integrace soutěžitelů, struktury trhu a velikosti tržních podílů nejbližších konkurentů. Není-li pomocí těchto ukazatelů prokázán opak, zákon stanovuje, že dominantní postavení nezaujímá soutěžitel, který ve zkoumaném období dosáhl menší než 40% tržní podíl (Zákon č. 143/2011 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

V dominantním postavení se tak nacházejí firmy, které disponují velkým podílem na trhu. Samotné dosažení dominantního postavení ovšem ještě není zakázané. Vzniká tím ale riziko, že firmy budou tohoto svého, pro ně výhodného, postavení zneužívat k potlačování konkurence, a toto zneužívání již zakázané je. Je tedy nutné, aby se Úřad na tyto firmy zaměřil, sledoval, jestli nedochází ke zneužívání dominantního postavení a zasáhl v případě, že subjekt svého postavení zneužije na úkor ostatních soutěžitelů či spotřebitelů (Holman, 2011).

Česká právní úprava jasně nedefinuje, co se rozumí pod pojmem zneužívání dominantního postavení, uvádí ale příklady chování, které lze za takové zneužívání považovat. Tím je například vytváření bariér vstupu na trh, čímž podnik v pozici monopolu odrazuje subjekty nově vstupující na trh. Dále vynucování nepřiměřených podmínek ve smlouvách s jinými účastníky trhu, vázání souhlasu se smlouvou na podmínku dalšího, se smlouvou nesouvisejícího, plnění, uplatňování rozdílných podmínek při stejném nebo srovnatelném plnění vůči různým účastníkům trhu,

zastavení nebo omezení výroby, odbytu nebo výzkumu a vývoje na úkor spotřebitelů nebo dlouhodobé nabízení a prodej zboží za nepřiměřeně nízké ceny (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

Zneužití dominantní pozice firem na trhu je potřeba posuzovat ve třech krocích. Prvním krokem je vymezení relevantního trhu, dále je třeba stanovit dominantní pozici soutěžitele a za třetí dokázat její zneužití (Žák, 2000).

Pokud Úřad prokáže, že došlo ke zneužití dominantního postavení na trhu, může buď vydat rozhodnutí, kterým takové jednání do budoucna zakáže, nebo musí účastník řízení navrhnout závazky, kterými odstraní závadný stav a zajistí obnovení účinné hospodářské soutěže. K těmto navrženým závazkům může Úřad navíc stanovit další podmínky a povinnosti, které musí být splněny pro dostatečnou ochranu hospodářské soutěže (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

Největším problémem při prokazování zneužití dominantního postavení na trhu je podle Slaného a Žáka (1999) především stanovení jeho objektivních kritérií. Důsledek zneužití dominantní pozice by měl být totiž srovnáván s působením účinné konkurence, což je ale fiktivní situace, kterou v realitě není možné sledovat. Pokud by byly například předmětem prokazování příliš vysoké ceny určitého podniku, je pro srovnání zapotřebí vycházet z takových cen, kterých by bylo dosaženo v konkurenčním prostředí. Takové ceny jsou ale pouze fiktivní a reálně je nelze zjistit. Právě absence objektivních srovnávacích kritérií zvyšuje možnost, že se dané rozhodování stane příliš subjektivní.

Soutěžní úřady neustále kontrolují statistiky tržních podílů firem. Holman (2011) ovšem tvrdí, že taková čísla jsou reálně nevýznamná a nemají žádnou vypovídací hodnotu. Firma mohla totiž dosáhnout velkého podílu na trhu úspěšnými inovacemi nebo snižováním nákladů a cen. To naopak svědčí o tom, že na trhu existuje zdravá konkurence, která je ku prospěchu konečných spotřebitelů. Pokud jsou navíc trhy otevřené a svobodné, žádný podnik nezíská dominantní postavení napořád. Podniky jsou totiž nejen pod tlakem stávajících konkurentů, ale jsou i pod tlakem potenciálních konkurentů, kteří by na trh mohli vstoupit, přilákáni vysokou cenou.

4.2 Kartelové dohody

Kartelová dohoda je spolupráce několika firem na trhu, které se dohodnou na cenách a společném postupu, s cílem omezit nebo vyloučit soutěž mezi zúčastněnými podniky a dosáhnout vyšší zisk. Tyto dohody mezi soutěžiteli představují podstatné narušení hospodářské soutěže. Zajišťují účastníkům pravidelný zisk a ti tak nejsou motivováni investovat do zkvalitnění výroby a inovací. Umožňují výrobcům stanovovat vyšší než rovnovážné ceny a při existenci kartelové dohody na trhu tak často dochází ke snížení spotřebitelského blahobytu. Pod pojmem dohoda si však nelze představit jen písemné obchodní smlouvy, naopak to často bývají pouze ústní ujednání mezi firmami. Negativní dopad na fungování soutěže je ovšem stejný, proto jsou kartelové dohody zakázány a trestány (Slaný a Žák, 1999).

Právě nelegálnost těchto dohod způsobuje jejich malou stabilitu a nepevnost. I když všichni členové kartelu mají zájem na dodržování dohody, vzniká silné pokušení získat pro sebe ještě větší část zisku na úkor ostatních a kartelovou dohodu porušit. Ostatní členové po čase sami zjistí, že došlo k porušení dohody, přestanou ji taktéž dodržovat a kartel se tak rozpadá (Holman, 2011).

Za zakázané a neplatné kartelové dohody se považují například dohody o přímém určení cen. Účastníci kartelu se v tomto případě dohodnou na výši ceny daného zboží nebo služby a spotřebitel tak nenakupuje za cenu konkurenční, ale za cenu stanovenou kartelem, která bývá zpravidla vyšší. Druhým typickým příkladem zakázané dohody je dohoda o rozdělení trhu, kdy si členové kartelu rozdělí trh ve snaze o jeho částečné ovládnutí, upevnění pozice a udržení výhody oproti potenciálním soutěžitelům, kteří by na trh mohli vstoupit. Výrobci se tak nemusí bát rizik a nejistot plynoucích z konkurenčního soupeření. Právě tato ztráta motivace ale většinou způsobuje, že se trh nevyvíjí a stagnuje. Spotřebitel na to opět doplácí zpravidla vyšší cenou z důvodu nižší konkurence a omezením možnosti výběru mezi prodejci. Mezi další příklady zakázaných dohod patří mj. dohoda o omezení nebo kontrole výroby, dohoda o dalším plnění nesouvisejícího se smlouvou nebo dohoda o uplatnění odlišných podmínek vůči jednotlivým soutěžitelům (Úřad pro ochranu hospodářské soutěže).

Existují ovšem i dohody, které zákon nezakazuje. Jsou to především takové dohody, které mají pouze zanedbatelný vliv na hospodářskou soutěž nebo ze kterých plynou výhody pro spotřebitele, převažující negativa z narušení hospodářské soutěže. Případně může Úřad ze stejného důvodu povolit výjimku ze zákazu dohody (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

Pro úplnost je vhodné zmínit rozdělení dohod na horizontální a vertikální. Horizontální dohody definuje zákon jako dohody soutěžitelů, působících na stejné úrovni trhu zboží (vztah mezi přímými konkurenty). Vertikální dohodou je potom dohoda soutěžitelů, kteří působí na různých úrovních trhu, např. vztah mezi odběratelem a dodavatelem (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

Stejně jako u zneužití dominantního postavení na trhu i zde Úřad, pokud prokáže vznik zakázané dohody, tuto skutečnost deklaruje v rozhodnutí, kterým takové jednání do budoucna zakáže. Nebo namísto toho řízení zastaví, pokud účastníci kartelu navrhnou závazky, jejichž splněním odstraní závadný stav a dojde k obnovení účinné hospodářské soutěže. A i v tomto případě může Úřad stanovit další podmínky a povinnosti nutné ke splnění závazků (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže).

Na odhalování kartelů navíc Úřadu slouží tzv. Leniency program. Ten spočívá na jednoduchém principu. Pokud účastník kartelu informuje Úřad o fungování kartelové dohody, spolupracuje s Úřadem a poskytuje mu dostupné informace a důkazy nápomocné k prokázání kartelu ve správním řízení, může mu být pokuta snížena nebo odpuštěna (Úřad pro ochranu hospodářské soutěže).

4.3 Spojování podniků

Podniky, které usilují o maximalizaci zisku, mohou využít dva způsoby k jeho dosažení. Prvním způsobem je vnitřní (interní) růst, kdy podniky díky investicím a vlastní tvorbou nových výrobních kapacit rostou rychleji než konkurenční podniky. Druhým způsobem je vnější (externí) růst, kdy se spojí dva nebo i více podniků, které dříve působily na trhu samostatně. Takové spojení podniků se nazývá fúze a ta se může odehrát buď sloučením, nebo splynutím. Pokud se firmy rozhodnou sloučit, dojde k zániku jedné společnosti a veškerý její majetek přechází na společnost druhou. Pokud se dohodnou na splynutí, potom zaniknou obě společnosti a veškerý majetek přechází na společnost nově založenou (Urban, 2011). Druhý způsob, tedy spojování podniků, je podle Slaného a Žáka (1999) způsob jednodušší než interní růst, také bývá rychlejší, levnější a méně riskantní, což platí hlavně při vstupu na zahraniční trhy.

Stejně jako kartelové dohody, i fúze dělíme na horizontální a vertikální, navíc ještě přibývá rozdělení diagonální. O horizontální fúzi mluvíme tehdy, když se spojí podniky stejné výrobní skupiny, např. producenti automobilů. O vertikální fúzi jde tehdy, pokud se spojí podniky v různé fázi výrobního procesu, např. výrobce oceli a automobilů. O diagonální fúzi neboli konglomeraci jde, když se spojí podniky, které nemají ani horizontální ani vertikální vztah, např. producenti potravin a lodí (Žák, 2000).

Podniky mají řadu důvodů, proč se uchylují k fúzím. Zejména mohou dosáhnout úspor z rozsahu výroby, rozšířit produkci o nové výrobky, snížit výrobní náklady, urychlit technologický pokrok nebo třeba dosáhnout zisku následným prodejem firmy nebo její části (Urban, 2011).

Fúze mají ovšem i jistá rizika, jelikož kvůli nim může dojít k omezení nebo úplné eliminaci konkurence. Nový podnik vzniklý fúzí se může dostat do monopolního postavení, což ještě samo o sobě není zakázáno, zakázáno ale je tohoto postavení zneužívat. Lze totiž předpokládat, že podnik v pozici monopolu, nebude motivován přeměrovat vzniklé výhody na spotřebitele (Slaný a Žák, 1999).

Vznikají tak dvě skupiny s odlišným názorem na fúze. Zastánci fúzí argumentují tím, že snížení nákladů a vzniklé úspory z rozsahu pomohou firmám být efektivnější, lépe se vypořádat se zahraniční konkurencí a spotřebitel navíc těží z lepší kvality a nižší ceny zboží (Urban, 2011). Nejvýraznějšími kritiky fúzí jsou samozřejmě konkurenční firmy, které mají oprávněný strach, že z uskutečněné fúze jim vyroste silnější konkurent. Dá se také namítat, že fúze povede ke snížení počtu soutěžitelů a k narůstající tržní moci, čímž může dojít ke zhoršení soutěžního prostředí. Úřadům se tak naskýtá téměř Sofiina volba, jestli fúzi zakázat navzdory možnému zvýšení efektivity nebo ji povolit i přes možné budoucí ohrožení soutěže (Bejček, 2010).

Aby nedošlo k porušení hospodářské soutěže vznikem dominantního postavení podniku na trhu s cílem omezit konkurenci, musí fúzi schválit ÚOHS. Posuzování spojení podniků je vázáno na důkladnou analýzu ekonomických dopadů spojení. Není definován žádný plošný zákaz fúzí. Úřad fúzi povolí tehdy, pokud ekonomické výhody fúze, přenesené převážně na spotřebitele, převáží nad újmou, kte-

rá by mohla vzniknout omezením soutěže. Povolení fúze může také podléhat podmínkám, které musí být splněny, nebo časovým omezením. Fúze není povolena v podstatě jen v případě, pokud trh sám nedokáže přinutit dominantní subjekt, aby výhody nabyté fúzí přenesl dále na spotřebitele (Slaný a Žák, 1999).

Podle Holmana (2011) je rostoucí množství fúzí reakcí na ekonomickou „globalizaci“, díky které jsou trhy volnější, více propojené a pohyb zboží a kapitálu na nich probíhá v rychlejším tempu. Tím roste konkurence, ve které obstojí jen ty nejefektivnější firmy. Pokud by soutěžní politika úřadů byla příliš konzervativní a zakazovala většinu fúzí, vyskytovaly by se na trhu pouze menší firmy, které by se hůře vypořádávaly s velkými zahraničními konkurenty. Je to tedy otevřenost trhů a svoboda obchodování, která je zárukou konkurence, nikoli zákazy fúzí. Kritici fúzí na druhou stranu podle Urbana (2011) tvrdí, že ne zvětšování velikosti firem, ale zvyšování efektivnosti výroby povede k překonání zahraničních konkurentů.

5 Legislativní úprava hospodářské soutěže a Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Existují názory (převážně z řad zastánců liberalismu a neoliberalismu), že právě antimonopolní zákony jsou překážkou účinné soutěže (Rothbard, 2001), jelikož neomezují monopoly, ale efektivně fungující podnikatele (Mises, 1998). Armentano (2000) dokonce považuje antimonopolní zákony za formu regulace, která efektivnost ekonomiky naopak snižuje.

Za předpoklad efektivnosti ekonomiky se vždy pokládalo udržení svobodné soutěže a otevřenost trhů. Tím jsou totiž výrobci konkurenčním tlakem motivováni k rozumným cenám, ke zlepšování kvality a k neustálým inovacím. Soutěž tak funguje jako jakýsi nezávislý kontrolní mechanismus a soutěžní právo si klade za cíl udržení svobodné soutěže udržet nástroj k dosažení ekonomického blahobytu a tím i blahobytu spotřebitelů (Bejček, 2010).

Rozepře mezi zastánci a odpůrci intervencí přetrvávají dodnes a pravděpodobně ještě dlouho přetrvávat budou. Oba tábory ale musí brát v potaz střet soukromoprávního a veřejnoprávního zájmu, který je v soutěžním právu patrný. A pokud má veřejný zájem převážet nad zájmem soukromým, musí podle Bejčka (2010) tento střet vést k hodnotovému konfliktu, který v právním státě nelze vyřešit bez dostatečné opory v právu. A i když Kirzner (1998) tvrdí, že „kromě zcela výjimečných situací není pro zajištění dynamické podoby konkurence na trhu nutná žádná zvláštní legislativa a její vynucování“, stalo se nástrojem soutěžní politiky především právo.

Legislativní úprava na ochranu hospodářské soutěže byla vytvořena s primárním cílem posílit a zachovat tržní ekonomiku s použitím právních mechanismů k zajištění svobodné soutěže a k omezení takové tržní moci, která ohrožuje účinnost soutěže. Tyto normy však nestanovují, který konkrétní podnik na trhu má být ochraňován nebo podporován, ale definují ochranu a podporu hospodářské soutěže obecně. Prosazují termín ochrany hospodářské soutěže jako určitou základní hodnotu tržní společnosti, ve které je omezování soutěže ze zákona zakázáno. Tento zákon zpravidla podle dosavadních zkušeností nebo převládající teoretické hypotézy určuje, jaké způsoby chování představují ohrožení hospodářské soutěže. Zákon stejně tak stanoví, jakým způsobem se proti tomuto chování bude postupovat. Přesto, nebo možná právě proto, že jsou právní předpisy o ochraně hospodářské soutěže vymezovány v obecné rovině, ponechávají si určitou výhradu individuálního přístupu, který je důležitý při posuzování jednotlivých případů.

Konkrétní znění právní legislativy týkající se ochrany hospodářské soutěže je nastíněno v následující subkapitole.

5.1 Legislativní úprava hospodářské soutěže

Základem moderního českého soutěžního práva byl zákon o ochraně hospodářské soutěže z roku 1991. Tento zákon byl několika novelizacemi stále intenzivněji

harmonizován s komunitárním právem, z čehož vyšel současný platný Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže (Petr, 2010). Ten podle § 1 „upravuje ochranu hospodářské soutěže na trhu výrobků a služeb proti jejímu vyloučení, omezení, jinému narušení nebo ohrožení (Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže):

- a) dohodami soutěžitelů,
- b) zneužitím dominantního postavení soutěžitelů,
- c) spojením soutěžitelů, nebo
- d) orgány státní správy při výkonu státní správy, orgány územní samosprávy při výkonu samosprávy a při přeneseném výkonu státní správy a orgány zájmové samosprávy při přeneseném výkonu státní správy.“

České soutěžní právo se při svém vzniku inspirovalo především soutěžním právem komunitárním. Po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004 se však z komunitárního práva stalo právo závazně platné i na našem území. Soutěžitelé jsou tedy povinni dodržovat stanovy práva českého i komunitárního (Petr, 2010).

Podle Článku 101 Smlouvy o fungování Evropské unie „jsou s vnitřním trhem neslučitelné, a proto zakázané, veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy, a jejichž účelem nebo důsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu, zejména ty, které (Článek 101 Smlouvy o fungování EU):

- a) přímo nebo nepřímo určují nákupní nebo prodejní ceny anebo jiné obchodní podmínky,
- b) omezují nebo kontrolují výrobu, odbyt, technický rozvoj nebo investice,
- c) rozdělují trhy nebo zdroje zásobování,
- d) uplatňují vůči obchodním partnerům rozdílné podmínky při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodněni v hospodářské soutěži;
- e) podmiňují uzavření smluv tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.“

Podle Článku 102 Smlouvy o fungování EU „je s vnitřním trhem neslučitelné, a proto zakázané, pokud to může ovlivnit obchod mezi členskými státy, aby jeden nebo více podniků zneužívaly dominantního postavení na vnitřním trhu nebo jeho podstatné části.

Takové zneužívání může zejména spočívat (Článek 102 Smlouvy o fungování EU):

- a) v přímém nebo nepřímém vynucování nepřiměřených nákupních nebo prodejních cen anebo jiných nerovných obchodních podmínek,
- b) v omezování výroby, odbytu nebo technického vývoje na úkor spotřebitelů,

- c) v uplatňování rozdílných podmínek vůči obchodním partnerům při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodňováni v hospodářské soutěži,
- d) v podmiňování uzavření smluv tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisí.“

Pramenem, který definuje hospodářská práva v České republice, je Listina základní práv a svobod, podle které „má každý právo na svobodnou volbu povolání a přípravu k němu, jakož i právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Zákon ovšem může stanovit podmínky a omezení pro výkon určitých povolání nebo činností“ (Zákon č. 2/1993 Sb.).

O hospodářské soutěži se zmiňuje i Obchodní zákoník v Zákoně č. 513/1991 Sb. Podle § 41 „fyzické i právnické osoby, které se účastní hospodářské soutěže, i když nejsou podnikatelé, mají právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost v zájmu dosažení hospodářského prospěchu a sdružovat se k výkonu této činnosti; jsou však povinny přitom dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a nesmějí účast v soutěži zneužívat.“ Zneužitím účasti v hospodářské soutěži je podle § 42 „nekalé soutěžní jednání a nedovolené omezování hospodářské soutěže.“ Nekalou soutěží je podle § 44 „jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům. Nekalá soutěž se zakazuje.“ Osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena, se mohou podle § 53 „proti rušiteli domáhat, aby se tohoto jednání zdržel a odstranil závadný stav. Dále mohou požadovat přiměřené zadostiučinění, které může být poskytnuto i v penězích, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení.“

Soutěžní právo se zabývá jednak nekoordinovaným, jednostranným jednáním jednotlivých podniků, jednak koordinovaným chováním více podniků, které označujeme jako dohody. V ČR je porušení soutěžního práva považováno jednak za správní delikt soutěžitelů, za což nesou odpovědnost právnické osoby, jednak za trestný čin, za který nesou odpovědnost fyzické osoby, typicky statutární orgány dotčených osob právnických (Petr, 2010).

5.2 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Hospodářská soutěž je každým dnem po celém světě vystavena riziku porušování ze strany soutěžitelů. Z tohoto důvodu jsou již více než sto let zřizovány soutěžní úřady. Právě soutěžní úřady rozhodují, zda došlo k nedovolenému narušení hospodářské soutěže. Nejen že prověřují podané stížnosti, ale také samy monitorují trh, zda na něm nedochází k narušování soutěže. Pokud shledají, že ano, z moci úřední pak zahájí řízení o tom, zda k naplnění protisoutěžního přečinu došlo či nikoli (Raus, 2005).

V březnu roku 1991 nabyl účinnost Zákon Federálního shromáždění o ochraně hospodářské soutěže, a stanovil, že značnou část této působnosti na území České republiky bude vykonávat orgán pro hospodářskou soutěž ČR se sídlem v Brně.

Činnost českého úřadu pro hospodářskou soutěž byla zahájena 1. července 1991. V současné době zajišťuje v České republice ochranu hospodářské soutěže Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se sídlem v Brně. ÚOHS je ústředním orgánem státní správy, zcela nezávislým ve své rozhodovací činnosti. V jeho čele je předseda, kterého na návrh vlády jmenuje prezident republiky na funkční období 6 let. Současným předsedou je Ing. Petr Rafaj. ÚOHS si klade za cíl zajistit fungování trhů, které bude v souladu s pravidly hospodářské soutěže a které bude přinášet prospěch spotřebitelům. Mezi úkoly a zároveň kompetence ÚOHS patří ochrana před dominantním postavením soutěžitelů, kontrola spojování soutěžitelů a vyhledávání a zákaz kartelových dohod. Zároveň vede soutěžitele k tomu, aby dodržovali principy soutěžního práva a pokud je nedodrží, dává jim možnost toto své nezákonné jednání napravit (ÚOHS, 2008).

6 Konkrétní případy posuzované Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže

V této části práce je na třech konkrétních příkladech naznačen způsob, jakým Úřad pro ochranu hospodářské soutěže postupuje při šetření jednotlivých případů. První případ pojednává o fúzi dvou společností, kdy musí Úřad preventivními opatřeními zkoumat, jestli fúze nebude mít dopad na omezení hospodářské soutěže. Ve druhém případě Úřad prokazuje možné zneužití dominantní pozice, do které se podnik dostal. A ve třetím případě jde o zakázanou dohodu, kterou společnost uzavřela s distributory, což mohlo mít vliv na snížení cenové konkurence. Informace o všech těchto případech jsou čerpány ze Sbírek rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

6.1 Spojení soutěžitelů UNIPETROL, a.s. a OMV Česká republika, s.r.o.

Dne 17. 2. 2016 zahájil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže správní řízení na povolení spojení soutěžitelů UNIPETROL, a.s. a OMV Česká republika, s.r.o. podle § 12 odst. 2 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. Návrh podal účastník řízení, společnost UNIPETROL, a.s. Ke spojení soutěžitelů mělo dojít na základě Smlouvy o převodu a prodeji, uzavřené dne 30. 12. 2015 mezi společnostmi OMV Česká republika, s.r.o. jako prodávajícím a BENZINA, s.r.o. jako nabyvatelem, v jejímž důsledku měla společnost UNIPETROL, a.s. prostřednictvím své dceřiné společnosti UNIPETROL RPA, s.r.o. nabýt část podniku společnosti OMV Česká republika, s.r.o. (Společnost BENZINA, s.r.o. zanikla 1. 1. 2016 v důsledku fúze sloučením se společností UNIPETROL RPA, s.r.o.). Konkrétně se mělo jednat o 68 čerpacích stanic fungujících pod značkou OMV a Avanti na území České republiky, které by byly začleněny do maloobchodní sítě společnosti UNIPETROL a provozovány pod značkou BENZINA.

Úřad neobdržel žádnou námitku ani připomínku, která by byla vznesena proti fúzi ve stanovené lhůtě 5 dnů, ani později. Mohl tedy začít zkoumat, jestli je skutečně naplněna podstata spojení soutěžitelů podle § 12 odst. 2 zákona a jestli spojení podléhá povolení Úřadu podle § 13 zákona. Obojí se potvrdilo. Převáděná část podniku tvoří soubor aktiv, který je sám schopen vykonávat podnikatelskou činnost a lze k němu také přiřadit konkrétní jím generovaný obrat z prodeje zboží. Taktéž celkový čistý obrat za poslední účetní období na trhu ČR je u všech spojujících se soutěžitelů vyšší než 1,5 miliardy Kč a alespoň u dvou spojujících se soutěžitelů je vyšší než 250 milionů Kč.

Aby se spojením vzniklá společnost nedostala do dominantního postavení a narušila tím hospodářskou soutěž, bylo nutné, aby Úřad vymezil relevantní trh. Převáděná část podniku, kterou tvoří 68 čerpacích stanic, působí v oblasti maloobchodního prodeje pohonných hmot, maloobchodního prodeje doplňkového sortimentu na čerpacích stanicích a maloobchodního prodeje maziv.

V oblasti maloobchodního prodeje pohonných hmot již v předcházejících případech Úřad vymezil relevantní trh z hlediska věcného jako trh maloobchodního prodeje pohonných hmot na čerpacích stanicích bez dalšího členění dle typu pohonných hmot (benzín, motorová nafta, LPG). Komise ve své předcházející rozhodovací praxi také uvažovala o takové segmentaci trhu, která by byla závislá na tom, zda jsou pohonné hmoty prodávány na dálnicích nebo mimo dálnice. Avšak tuto možnost, kdy by měl být prodej pohonných hmot na dálnicích a mimo ně na území České republiky brán jako odlišný výrobní relevantní trh, nechala Komise otevřenou. Úřad tak vzhledem k tomu, že posuzované spojení soutěžitelů podstatně nenaruší hospodářskou soutěž při žádné z definic relevantního trhu, ponechal odpověď na otázku konečného vymezení věcně relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pohonných hmot otevřenou. Co se týká geografického vymezení relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pohonných hmot, Úřad i Komise považovaly podmínky na území České republiky za homogenní. Ovšem bylo nutné zvážit i lokální soutěžní aspekty a následné dopady spojení na hospodářskou soutěž na lokální úrovni. Úřad dospěl k závěru, že posuzované spojení nebude mít značný vliv na narušení hospodářské soutěže taktéž z hlediska vymezení geografického relevantního trhu a ponechal tak odpověď na otázku konečného vymezení otevřenou.

V rámci maloobchodního prodeje doplňkového sortimentu na čerpacích stanicích Úřad posuzoval dopady spojení z hlediska výrobního relevantního trhu v oblasti veškerého doplňkového zboží nabízeného na čerpacích stanicích a z hlediska geografického relevantního trhu na území celé České republiky. I v tomto případě podle Úřadu nejsou obavy, že by spojení soutěžitelů narušilo hospodářskou soutěž, a tak mohl Úřad ponechat otázku konečného vymezení relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje doplňkového sortimentu na čerpacích stanicích otevřenou.

V případě oblasti maloobchodního prodeje maziv Komise ve své předchozí rozhodovací praxi rozdělila typy maziv na automobilová, průmyslová, námořní a letecká, a doporučila je posuzovat odděleně. Automobilová maziva je totiž možné prodávat nejen na čerpacích stanicích, ale například i v autodílnách, hobby marketech, autoservisech nebo na internetových obchodech. Úřad přesto ponechal otázku vymezení výrobního relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje maziv otevřenou. Otevřenou zůstala i otázka vymezení geografického relevantního trhu v této oblasti, jelikož Komise stanovila geograficky relevantním trhem prodeje automobilových maziv, trh národní.

Tržní podíl společnosti UNIPETROL činil v roce 2015 podle počtu provozovaných veřejných standardních čerpacích stanic na území České republiky přibližně 11,9 %. Převáděná část podniku potom disponovala přibližně 2,4 % tržního podílu. Spojením vzniklý subjekt tak bude dosahovat necelých 15 % z počtu všech veřejných standardních čerpacích stanic v České republice.

V České republice na trhu maloobchodního prodeje pohonných hmot navíc působí i další významné společnosti, např. Shell Czech Republic, a.s., MOL Česká

republika, s.r.o. nebo ČEPRO, a.s., které dosahují tržního podílu mezi 5-15 %. Spojující se subjekty tak budou nadále vystaveny značnému konkurenčnímu tlaku.

Úřad se také zabýval dopady spojení na lokální úrovni jednotlivých okresů a měst. U okresů, jejichž podíl na celkovém počtu čerpacích stanic by byl větší než 20 % Úřad zkoumal, zda v těchto okresech je dostatečný počet alternativních čerpacích stanic, schopných uspokojit požadavky zákazníků.

Dále Úřad zkoumal možný dopad spojení společností na relevantním trhu maloobchodního prodeje pohonných hmot v České republice na dálnicích a mimo dálnice. Zatímco tržní podíl spojujících se subjektů se na maloobchodním prodeji pohonných hmot mimo dálnice pohybuje pod 15 %, na dálnicích se již tržní podíl bude pohybovat okolo 25 %.

Po provedených analýzách Úřad definitivně konstatoval, že posuzované spojení subjektů nevzbuzuje obavy z významného narušení hospodářské soutěže v oblasti maloobchodního prodeje pohonných hmot na čerpacích stanicích z hlediska výrokového i geografického relevantního trhu, jelikož na trhu bude nadále dostatek konkurenčních subjektů, které disponují podobně vysokým tržním podílem.

Co se týče ostatních relevantních trhů, tedy trhů v oblasti maloobchodního prodeje doplňkového sortimentu a automobilových maziv, nedisponují spojující se subjekty tržním podílem větším než 25 %, proto posuzované spojení nebudí vážné obavy z narušení hospodářské soutěže.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže svým rozhodnutím toto spojení povolil s nabytím právní moci 22. 3. 2016 (Rozhodnutí ÚOHS, číslo S0091/16, 2016).

6.2 Zneužití dominantní pozice společnosti SKIAREÁL Špindlerův Mlýn, a.s.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zahájil dne 30. října 2003 správní řízení se společností SKIAREÁL Špindlerův Mlýn, a.s.

Na podnět společnosti YELLOW POINT, spol. s r.o. (dále jen „YELLOW POINT“) se Úřad začal zabývat možným zneužitím dominantního postavení společnosti SKIAREÁL Špindlerův Mlýn, a.s. (dále jen „SKIAREÁL“). Ta se měla dopustit zvýhodňování společnosti SKOL MAX Ski School, a.s. (dále jen „SKOL MAX“), provozující výuku zimních sportů, oproti ostatním lyžařským školám působícím v lyžařském areálu Špindlerova Mlýna.

Společnosti SKIAREÁL a SKOL MAX uzavřely v roce 2001 Smlouvu o spolupráci na dobu 5 let. Společnost SKOL MAX se ve Smlouvě zavazuje především k provozování lyžařské školy, půjčovny lyží a lyžařského servisu, propagaci SKIAREÁLu, dodržování zásad bezpečnosti a provozních řádů vydaných SKIAREÁLEM a k výuce pouze na místech vyhrazených pro výuku začátečníků a mírně pokročilých. Společnost SKIAREÁL se Smlouvou zavázala k provozování přepravních zařízení a souvisejících služeb pro lyžaře, k marketingové propagaci společnosti SKOL MAX, k poskytování 70 ks celosezónních jízdenek zaměstnancům SKOL MAX a k přednostní jízdě na některých zařízeních klientům SKOL MAX v doprovodu instruktora. Dá-

le Smlouva zavazuje SKIAREÁL k tomu, že nevyhradí prostor pro výuku jiným lyžařským školám.

V době posuzování případu v lyžařském areálu Špindlerův Mlýn působily další lyžařské školy, mimo jiné škola společnosti YELLOW POINT. Tyto lyžařské školy neprovozovaly výuku zimních sportů na základě smluvního vztahu s účastníkem řízení (společností SKIAREÁL) a nedisponovaly takovými právy, jako společnost SKOL MAX, např. přednostní vstup na některé vleky a lanovky, vyhrazená místa pro výuku začátečníků a mírně pokročilých, nákup přenositelných časových jízdenek. Podle účastníka řízení tak na sjezdových tratích začalo docházet k narušování původně ujednaného řádu. Ve snaze napravit tento stav předložil účastník řízení všem lyžařským školám (kromě SKOL MAX) návrh smlouvy (dále „Smlouva č. 1“), jehož cílem byla úprava vzájemných vztahů SKIAREÁLu s ostatními lyžařskými školami, které provozují podnikatelskou činnost na sjezdových tratích SKIAREÁLu.

Z návrhu Smlouvy č. 1 vyplývalo, že SKIAREÁL umožní lyžařským školám na svých sjezdových tratích výuku lyžování, zajistí úpravu sjezdových tratí a zveřejní seznam lyžařských škol, které mají oprávnění provozovat komerční výuku lyžování na jeho sjezdových tratích. Za to si SKIAREÁL vyhrazuje právo regulovat počet subjektů provozujících komerční výuku lyžování, požaduje, aby každá lyžařská škola byla členem Asociace profesionálních učitelů lyžování České republiky (APUL) a platila SKIAREÁLu paušální poplatek na jednu lyžařskou sezónu. Tento poplatek se skládá z paušální částky 100 000,- Kč na lyžařskou školu jako celek a dále z paušální částky 100 000,- Kč při počtu učitelů lyžařské školy do 10 osob, 200 000,- Kč při počtu učitelů lyžařské školy do 20 osob anebo 300 000,- Kč při počtu učitelů lyžařské školy do 30 osob. Smlouva č. 1 navíc neposkytovala lyžařským školám výhody jako vyhrazená místa pro výuku začátečníků a mírně pokročilých, přenositelné časové jízdenky, ani přednostní vstup na vleky a lanovky.

Návrh Smlouvy č. 1 neakceptovala ani jedna lyžařská škola, proto SKIAREÁL předložil lyžařským školám nový návrh smlouvy (dále „Smlouva č. 2“). Návrh Smlouvy č. 2 se od Smlouvy č. 1 lišil pouze výší paušálního poplatku. Poplatek byl nově stanoven částkou 100 000,- Kč na lyžařskou školu a dále částkou 10 000,- Kč za každého učitele lyžařské školy. Lyžařské školy neakceptovaly ani návrh Smlouvy č. 2.

Účastník řízení odůvodnil úmysl uzavřít smlouvy (Smlouvy č. 1 a č. 2) s ostatními lyžařskými školami především potřebou zajištění bezpečnosti na sjezdových tratích a k otázce Úřadu, proč byly lyžařským školám nabídnuty horší smluvní podmínky, než společnosti SKOL MAX, uvedl, že výhody si lyžařská škola SKOL MAX zasloužila dlouhodobou spoluprací.

Při vymezování relevantního trhu z věcného hlediska Úřad vycházel ze skutečnosti, že jako tzv. sjezdové tratě se označují svahy udržované pro sjezdové lyžování nebo snowboarding, vybavené zařízeními pro přepravu lyžařů jako jsou vleky a lanovky. Úřad proto vymezil relevantní trh z hlediska věcného jako trh provozování lyžařských sjezdových tratí, vleků a lanovek.

V Krkonoších se nachází tři významné oblasti, kde je provozováno sjezdové lyžování - Špindlerův Mlýn, Harrachov a Pec pod Sněžkou. Vzdálenost mezi nimi je

asi 30-40 km. Tyto lyžařské areály nejsou s lyžařským areálem Špindlerův Mlýn propojeny vleky a vystavují vlastní časové jízdenky. Klienti ubytovaní v určitém areálu jsou tak při rekreačním lyžování vázáni k areálu zakoupenou časovou jízdou a také výuku lyžování poptávají v místě ubytování. Provoz lyžařských škol je tak vázán na oblast, ve které působí. Vzhledem k tomu Úřad vymezil relevantní trh z hlediska geografického jako trh lokální, konkrétně lyžařský areál Špindlerův Mlýn.

Úřad vymezil relevantní trh taktéž z hlediska časového. Jedná se o trh sezónní, vymezený určitým obdobím v závislosti na sněhových podmínkách, většinou od listopadu do dubna.

Podle Turistického informačního centra Špindlerův Mlýn je SKIAREÁL hlavním a takřka jediným provozovatelem sjezdových tratí ve Špindlerově Mlýně. Dle vyjádření samotného účastníka řízení disponují vleky Hotelu Harmony, Vojenské zotavovny Špindlerovky, Vojenské zotavovny Bedřichov a vleky Stoh, Slavie, Slovan a Horal velmi malou kapacitou a podle kvality i délky sjezdových tratí je tak celkový podíl společnosti SKIAREÁL na relevantním trhu větší než 90 %. Společnost SKIAREÁL je také jedním z nejvýznamnějších středisek zimních sportů na území celé České republiky. Na základě těchto zjištění dospěl Úřad k jednoznačnému závěru, že společnost SKIAREÁL na trhu provozování lyžařských sjezdových tratí, vleků a lanovek v lyžařském středisku Špindlerův Mlýn zastává dominantní postavení.

Závěrem Úřad konstatoval, že účastník řízení, společnost SKIAREÁL, nacházející se v dominantním postavení na relevantním trhu, vědomě a prokazatelně uplatňoval odlišné podmínky vůči ostatním lyžařským školám, než které uplatňoval vůči lyžařské škole SKOL MAX, čímž poškozeným lyžařským školám ztížil možnosti provozování výuky zimních sportů v areálu Špindlerova Mlýna a znevýhodnil je tak v hospodářské soutěži.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže uložil v první instanci společnosti SKIAREÁL Špindlerův Mlýn, a.s. pokutu ve výši 2 800 000,- Kč a nařídil jí přijmout opatření, která odstraní závadný stav definovaný výše (Rozhodnutí ÚOHS, číslo S209/03, 2003).

6.3 Zakázaná dohoda společnosti ŠKODA AUTO, a.s.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zahájil dne 14. 4. 2014 správní řízení, jehož účastníkem byla společnost ŠKODA AUTO, a.s. (dále jen „Škoda“), se sídlem v Mladé Boleslavi, která minimálně v období od 12. 4. 2011 do 19. 4. 2012 ve shodě s distributory stanovovala jejich minimální marže při prodeji nových osobních motorových vozidel určených spotřebitelům. Uzavírala a plnila zakázané dohody o určení cen pro další prodej, s cílem nebo výsledkem narušit hospodářskou soutěž na trhu osobních motorových vozidel. Tím v uvedeném období porušovala zákaz uvedený ve Smlouvě o fungování Evropské unie a Zákon o ochraně hospodářské soutěže.

Škoda vyrábí osobní vozidla a dodává je koncovým zákazníkům zejména prostřednictvím distributorů, kteří osobní vozidla nakupují přímo do svého vlastnictví za účelem dalšího prodeje. Distributorovu marži tvoří rozdíl mezi nákupní cenou osobního vozidla, kterou platí společnosti Škoda a prodejní cenou zaplacenou konečným zákazníkem distributorovi.

Úřad zjistil, že distributoři se účastnili školení, na kterých na ně byl vyvíjen nátlak, aby uskutečňovali prodej s pevně stanovenou marží, aby hlásili zjištěná porušení cenových dohod svými konkurenty a že byly stanoveny sankce za nedodržování cenových doporučení. Distributoři následně tyto pokyny akceptovali a dohody dodržovali. Tyto praktiky jsou ovšem podle zákona zakázány.

Relevantní trh Úřad vymezil z hlediska produktového podle obchodní třídy osobního vozidla, které se odlišují v technických parametrech, jako jsou vnitřní a vnější rozměry nebo výkon motoru, což se odráží i v užitné hodnotě, ceně a kvalitě. Relevantní trh z hlediska geografického Úřad vymezil jako území České republiky, jelikož nebyly zjištěny odlišnosti v průběhu prodeje osobních vozidel mezi jednotlivými regiony v rámci ČR. Společnost Škoda dle zjištění Úřadu realizovala ve sledovaném období na relevantním trhu prodeje 25–30 %, čímž byla nejsilnějším hráčem na vymezeném relevantním trhu s největším tržním podílem.

Úřad prokázal, že ve sledovaném období docházelo distributory k prodeji osobních vozidel s minimálně stanovenou výší marže, což vedlo ke sjednocování cenové hladiny na relevantním trhu. Dohoda tak měla značný vliv na trh a naplnila skutkovou podstatu zakázané dohody. Jelikož omezení cenové soutěže mezi distributory nepřineslo ani žádné výhody spotřebitelům, Úřad neuplatnil vynětí ze zá- kazu ani žádnou z blokových výjimek. Jednání společnosti Škoda mohlo mít navíc vliv i na obchod mezi členskými státy EU, nýbrž docházelo k přeshraničnímu ob- chodu se zbožím dotčeným dohodami, čímž došlo k porušení čl. 101 Smlouvy o fungování EU. Úřad tyto dohody do budoucna zakázal a společnosti Škoda uložil po narovnání pokutu 49 108 000 Kč (Rozhodnutí ÚOHS, číslo S360/14, 2014).

7 Diskuze

Z výše uvedených případů, které ilustrují postupy řešení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže lze vyvodit, že důležitým aspektem při rozhodování je správné vymezení relevantního trhu, posouzení tržní síly a tržního podílu, detailní seznámení se s případem, účastníky řízení, svědky i okolnostmi případu.

V prvním případě Úřad posuzoval spojení soutěžitelů neboli fúzi. Spojení subjektů bylo právně ošetřeno, celkový čistý tržní obrat vyhovoval podmínkám zákona a stejně tak tržní podíl nově vzniklého subjektu nepřevyšoval stanovenou normu. Dále musel Úřad vymezit relevantní trh, a to ve třech oblastech. Jelikož v žádné oblasti nevznikly důvody, které by vzbudily obavy z významného narušení soutěže, ponechal Úřad otázku ve všech oblastech vymezení relevantního trhu otevřenou. Úřad tuto fúzi povolil a podle popisovaných skutečností konal správně.

Rozebírané spojení dvou čerpacích stanic nemělo za následek vznik dominantního subjektu. Pokud by k tomu však došlo, lze předpokládat, že by se Úřad k fúzi postavil jinak. Ovšem ani samotné dosažení dominantního postavení nemusí znamenat nepovolení fúze. Stejně tak fúze nemusí být schválena, i když ke vzniku dominance nedošlo. Takový případ nastal například v USA, kdy tamní antimonopolní úřad posuzoval spojení dvou podniků, které vyrábějí dětskou výživu. Konkrétně se jednalo o podniky Heinz a Beech-nut. Tyto podniky zaujímaly na relevantním trhu druhou a třetí příčku s tržním podílem 15 resp. 17 %. Jejich spojení by tak znamenalo tržní podíl přibližně okolo 32 %. První místo na stejném trhu ale zaujímal výrobce Gerber, který disponoval tržní silou až 65 %. I když by zamýšlenou fúzí nedošlo ke vzniku dominantního postavení a na relevantním trhu by vznikly dva navzájem si konkurující subjekty, antimonopolní úřad USA tuto fúzi v roce 2001 zakázal a jako důvod uvedl eliminaci soutěžního tlaku mezi dvěma největšími konkurenty dominantního podniku (The New York Times, 2001; The Washington Post, 2001).

Ve druhém případě musel Úřad rozhodovat, zda společnost nezneužila dominantní postavení. Z popisovaného případu lze vyčíst, že Úřad se případem zabýval velmi podrobně, což je zcela správné. Dalo by se namítnout, že vyslýchání některých svědků už byla zbytečná ztráta času, například náčelník horské služby, ale vždy je lepší znát pohled na věc všech zúčastněných osob. Můžeme také vidět, že Úřad vymezil relevantní trh z hlediska geografického velmi úzce, jen na jeden lyžařský areál, což by se samo o sobě mohlo ostatním konkurentům zdát málo. Účastník řízení ale evidentně vytvářel rozdílné smlouvy a stanovoval si nepřiměřené podmínky. Navíc jeho tržní síla byla velmi výrazná a Úřad tak správně posoudil, že došlo ke zneužití dominantní pozice.

Z praxe je známo mnoho dalších případů zneužití dominantní pozice. Oblíbenou technikou podniků je i vytváření balíčků služeb, které spotřebitelům znemožní přechod ke konkurenci. Z historie lze zmínit například typický případ Hoffmann – La Roche. Tato společnost poskytovala zákazníkům slevu závislou na spojení jejich poptávky po různých druzích vitamínů. Některé však patřily na jiné věcně vymezené relevantní trhy. Kupující z obavy ze ztráty rabatu, tak raději kupovali další zboží

u La Roche, místo aby je nakoupili výhodněji u konkurence (Případ 85/76 Hoffman-La Roche, 1979).

Podobné zneužívání v zabránění přechodu ke konkurenci je zjevné i na domácím trhu. Téměř každý, kdo se někdy pokoušel změnit telefonního operátora, kabelovou televizi nebo banku se dostal do situace, kdy až pod pohrůžkou odchodu ke konkurenci mu byla nabídnuta nějaká výhodnější nabídka nebo sleva (Beránek a Luňáková, 2009). Ceny tak evidentně nejsou stejné pro každého a není jednoduché přejít ke konkurenci. I když takové jednání podle dřívějších zkušeností může omezovat soutěž, není tato činnost zatím nijak postihována. Úřady dohlížející na tento trh, např. Český telekomunikační úřad na této činnosti podle svého vyjádření ani nevidí nic špatného (Hovorka, 2016).

Zakázanou dohodu o určení cen pro další prodej zkoumal Úřad ve třetím případě. Tyto dohody jsou závažným prohřeškem proti hospodářské soutěži, jelikož omezují konkurenci na navazujícím stupni distribuce. Odběratelé by totiž mohli zboží prodávat za vzájemně odlišné ceny. Pokud je ale výše marže stanovena pevně, jako v našem případě, je cenová konkurence mezi odběrateli eliminována, což má negativní dopad na spotřebitele.

Zakázanou dohodu o určování minimálních cen naopak povolil australský antimonopolní úřad (ACCC) v roce 2014 v případě společnosti Tooltechnic Systems. I když úřad připustil, že dohody by omezily hospodářskou soutěž a zvýšily ceny, tak dohodu nezakázal, protože tyto negativní účinky převáží skutečnost, že dojde k eliminaci problému parazitování (tzv. free riding) (Rozhodnutí ACCC A91433, 2014).

Z výše popsaných příkladů se obecné závěry jistě dělat nedají, ale dají alespoň nahlédnout do fungování antimonopolních úřadů. Lze vidět, že se rozhodování liší případ od případu a může být i poměrně subjektivním. Může záviset na tom, jak liberální nebo naopak konzervativní jsou lidé ve vedení úřadu a někdy se nelze vyhnout ani politickým a jiným zájmům působícím na rozhodnutí, které se ale jen velmi těžko dokazují.

Nemělo by být hlavním nástrojem úřadů trestat zneužití soutěže pouhým uložením co možná nejvyšší peněžité pokuty a následně se případem již dál nezabývat, ale úřady by měly vyvíjet neustálý tlak na subjekty zneužívající soutěž, aby závadný stav odstranily, snažily se o nápravu a už se nikdy o podobné činy nepokoušely. Jenom tak totiž bude zachována svobodná soutěž, hlavní cíl politiky ochrany hospodářské soutěže.

7.1 Změny ve vymezení významné tržní síly

Vymezení významné tržní síly hraje důležitou roli při schvalování fúzí. Z prvního ukázkového příkladu můžeme vidět, že vymezení tržní síly předchází vymezení relevantního trhu, na kterém se tržní síla bude prosazovat. Správné vymezení relevantního trhu je nezbytné pro správné určení tržní síly. Pokud by spojením soutěžitelů vznikl podnik, který by měl příliš velký tržní podíl na trhu, Úřad takovou fúzi pravděpodobně nepovolí. Chybné určení tržní podílu, tak může mít vliv na rozhod-

nutí Úřadu, který by tak mohl povolit nezákonnou fúzi, což by mohlo vést k monopolizaci trhu a podnik by mohl začít svého postavení zneužívat. Úřad ještě sice disponuje restriktivními nástroji, kterými by mohl dodatečně postihovat případné zneužívání soutěže, ale vždy je lepší takovým případům předcházet. Při vymezování tržní síly u fúzí je také nutné stanovit tržní podíl konkurujících podniků na relevantním trhu, aby bylo možné tyto podíly porovnat a zjistit, jestli bude nově vzniklý podnik vystaven nějakému konkurenčnímu tlaku. Vymezení významné tržní síly je při posuzování spojení soutěžitelů prakticky nezbytné a Úřad by mu měl v jednotlivých případech věnovat velkou pozornost.

Ve druhém popsáném případě docházelo ke zneužívání dominantní pozice na trhu. Pokud se podnik nachází v dominantním postavení, je zřejmé, že disponuje velkou tržní silou. Úřad tak musí tento zvýšený tržní podíl dokázat a dokázat také, že jej podnik zneužívá. Vymezení tržní síly je tak výchozím bodem při dokazování zneužívání dominantního postavení, ale v našem případě nehraje tak podstatnou roli, jako při rozhodování o spojení soutěžitelů.

I při prokazování zakázaných dohod, jak naznačuje třetí příklad, je vhodné vymezit tržní sílu účastníků řízení. V našem případě je to důležité zejména proto, aby byl stanoven nejsilnější hráč na trhu, který, jak bylo zjištěno, dohody vyžadoval po distributorech. Díky tomu lze pak vést řízení pouze s opravdovým viníkem a nepostihovat i ty, kteří byli k takové dohodě donuceni.

Jak lze vidět, vymezování významné tržní síly je důležitým faktorem při rozhodnutích Úřadu a může se měnit případ o případu. Rozdílnou roli může hrát při fúzi podniků a rozdílnou při zakázaných dohodách.

Správné vymezení relevantního trhu je pro vymezení významné tržní síly jednou z nejpodstatnějších věcí. Proto je důležitým aspektem změna, kterou s sebou přinesla globalizace, a to je rozšíření geografických relevantních trhů na trhy nadnárodní až celosvětové.

Pozitivní změna, za kterou patří chvála převážně Úřadu, je liberalizace a lepší komunikace se soutěžiteli a s tím spojené zrychlení správního řízení. Úřad se více otevřel veřejnosti a začal lépe vyjednávat o závazcích, které by měly podniky splnit, aby odstranily závadný stav. Tím se zvýšila pravděpodobnost, že dojde ke kompromisu a vyhovujícímu řešení pro všechny zúčastněné. Zrychlení rozhodovacího procesu Úřadu je pozitivním jevem zejména pro fúzující podniky, jelikož fúze většinou bývají časově velmi urgentní. Když se podíváme na poslední příklady z praxe, můžeme vidět, že rozhodnutí o fúzi trvá někdy ani ne jeden měsíc. Například fúze firem ATALIAN CZ, s.r.o. a AB Facility, a.s. byla zahájena dne 6. 12. 2016 a povolena s datem nabytí právní moci 10. 1. 2017 (Rozhodnutí ÚOHS č. S0761/2016, 2017) nebo IVECO S.p.A. a KOMERSIA AUTO, s.r.o., kdy správní řízení probíhalo od 2. 2. 2017 do 22. 2. 2017 (Rozhodnutí ÚOHS č. S0056/2017, 2017) či Denemo Media, s.r.o. a FTV Prima Holding, a.s. od 3. 3. 2017 do 6. 4. 2017, kdy byla fúze povolena (Rozhodnutí ÚOHS č. S0090/2017, 2017).

Změnou prochází i hlavní cíl politiky hospodářské soutěže. Tím vždycky bylo a mělo by být zachování svobodné soutěže a funkčnost soutěžního prostředí. V poslední době se ale do popředí dostává těžko definovatelná, neurčitá a proměn-

livá efektivnost a blahobyt spotřebitele, čemuž se podřizuje vše ostatní. Upřednostňování zájmu spotřebitele ovšem může oslabit nebo někdy i úplně vyloučit soutěžní tlak (Bejček, 2010).

7.2 Důsledky pro tržní chování firem na trhu

Antimonopolní úřady zde nejsou od toho, aby podniky chránily před ekonomicky neefektivní nebo riskantní fúzí. Pokud nenalezne překážky, které by narušily hospodářskou soutěž, klidně takové spojení schválí, i když bude pro fúzující podniky nebezpečné. Firmy se tak nemohou spoléhat na nějaké ekonomické prognózy úřadu, ale pouze samy na sebe, aby pro ně fúze byla efektivní a nevedla do záhuby. Úřady jsou institucí, která hodnotí jen dopad na soutěž.

Podnik, který vznikne fúzí nebo se jinak dostane do dominantního postavení, nabude i větší tržní sílu. S mocí však přichází i odpovědnost a podniky si musí dávat pozor, aby nabytou tržní moc nezneužívaly. Pokud budou přenášet své výhody na spotřebitele, pouštět se do inovací nebo jinak posilovat celkový blahobyt, nebudou mít s antimonopolními úřady problém. Pokud ovšem budou získanou moc využívat v boji s konkurencí a vytlačovat je z trhu nebo jinak omezovat soutěž, může na ně dopadnout dodatečný postih.

Pokud je na trhu menší počet konkurentů, případně takový počet nastane fúzí, zvyšuje se pravděpodobnost koordinovaného chování mezi těmito podniky. V menším počtu se lépe smlouvá a dodržují se závazky. Roste tak riziko kartelových dohod nebo ujednání, která vedou většinou ke zvyšování cen, omezování výroby nebo rozdělování trhu.

Jelikož hlavním cílem podniků je dosažení zisku, často se stává, že se podniky při cestě k jeho dosažení uchylují ke způsobům, které se vymykají stanoveným zákonům. Některé podniky to dělají vědomě, některé možná nevědomě, z neznalosti legislativy. Ovšem neznalost neomlouvá a ani tyto podniky zneužívající hospodářskou soutěž nemohou vyjít bez trestu. Zneužívání a omezování soutěže totiž dopadá negativně na spotřebitele i na celou ekonomiku. Podniky nemusí překračovat zákon uzavíráním zakázaných dohod a zneužíváním svého postavení, aby dosáhly většího zisku. Mají další možnosti, které nejsou postihovány. V dnešní době, kdy se rozvíjí sektor služeb a lidé jsou díky moderním technologiím stále více propojeni, může být takovou možností lidský přístup k zákazníkovi, zvládnutý marketing a komunikace. Další možností, jak přilákat zákazníky, je investovat prostředky do zkvalitnění výroby a odlišení se od konkurence. Pokud ani tyto kroky nepomůžou a podnik je stále neefektivní, může být dobrou volbou spojení s jinou společností. Fúze dvou konkurentů na trhu vytvoří mnohem silnější podnik s větší tržní silou. Takových fúzí je v dnešní době díky globalizaci celá řada, a pokud neexistují vážné důvody (např. příliš velký tržní podíl na trhu), Úřad většinou fúze povoluje.

8 Závěr

Ve zpracované bakalářské práci byl nastíněn přístup ekonomické teorie k hospodářské soutěži. Hospodářská soutěž byla rozdělena podle jednotlivých typů tržních struktur a ty byly následně popsány z hlediska jejich vlastností a také toho, jak se na nich chovají jednotlivé firmy. Tržní síla je prostředek firem, kterým dosahují určitého tržního podílu na trhu. Je důležitá pro plnění strategických cílů firem, ale všeho moc škodí a příliš vysoká tržní síla může svádět firmy ke zneužívání hospodářské soutěže. Hospodářskou soutěž firmy mohou zneužívat převážně třemi způsoby. Prvním způsobem je zneužívání dominantního postavení na trhu, druhým uzavírání kartelových dohod a třetím způsobem je spojování podniků neboli fúze. Proti těmto typům zneužívání hospodářské soutěže vystupuje vláda se svými opatřeními, kterými se snaží hospodářskou soutěž chránit. Právě politika ochrany hospodářské soutěže je příkladnou ukázkou propojení ekonomického a právního odvětví.

Po přístupu k hospodářské soutěži z pohledu ekonomické teorie, jsme se tak dostali k legislativní úpravě hospodářské soutěže. V této kapitole byl popsán právní přístup k hospodářské soutěži, který je podepřen hlavně Zákonem o ochraně hospodářské soutěže, ale od vstupu ČR do EU také Články 101 a 102 Smlouvy o fungování EU. Právní úpravu hospodářské soutěže definuje i obchodní a trestní zákoník. Na území ČR byl pro ochranu hospodářské soutěže zřízen orgán, který má sídlo v Brně a má název Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Jelikož je ČR členem EU, na případy zneužití hospodářské soutěže na našem území dohlíží také Evropská komise. Firmy tak jsou vystaveny hned dvěma kontrolním úřadům a mají ještě těžší možnosti zneužívání hospodářské soutěže.

Na konkrétních případech ze Sbírky rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže byl ilustrován princip, kterým Úřad řeší případy možného zneužívání soutěže. První případ pojednával o spojení soutěžitelů, ve kterém Úřad musel posuzovat možné dopady spojení a rozhodovat, zda fúzi povolí či nikoli. Existuje již mnoho praktických případů spojení soutěžitelů z minulosti, proto si myslím, že firmy si již často pohlídají, aby splnily požadované podmínky, pokud mají na spojení zájem oba zúčastnění. Úřad by ale přesto měl pečlivě kontrolovat fúze, aby tak učinil potřebná opatření již v zárodku a nemuselo tak k následnému zneužití hospodářské soutěže vůbec dojít. Ve druhém případě Úřad posuzoval pravděpodobné zneužití dominantní pozice společnosti. Účastník řízení s vysokým tržním podílem totiž vystavoval svým partnerům rozdílné smlouvy. Ve třetím případě Úřad prokázal zakázanou dohodu o určení cen pro další prodej. Distributoři v ní byli naváděni k prodeji zboží s pevně stanovenou minimální marží, čímž byla jasně omezena cenová konkurence a Úřad tak tuto dohodu do budoucna zakázal a udělil společnosti vysokou pokutu.

Nutno dodat, že důležitým krokem v posuzování jednotlivých případů, zda došlo či nedošlo k narušení hospodářské soutěže, je vymezení relevantního trhu. Správnost konečného rozhodnutí případu, podle mého názoru, závisí právě na

správnosti vymezení relevantního trhu. Nestačí tedy pouze odvolávat se na právní úpravu a paragrafy, ale na řadu musí přijít také teorie ekonomická.

9 Literatura

- ARMENTANO, DOMINICK T. *Proč odstranit protimonopolní zákonodárství*. Praha: Me-
gaprint, 2000. ISBN 80-86389-04-9.
- AUSTRALIAN COMPETITION AND CONSUMER COMMISSION. *Tooltechnic Systems (Aust) Pty
Ltd* [online]. (A91433), 2014 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z:
[http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/1179445/fromItem
Id/278039](http://registers.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/1179445/fromItem
Id/278039).
- BEJČEK, JOSEF. *Soutěžní politika a fúze v evropském kontextu*. Brno: Masarykova
univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-5067-9.
- BERÁNEK, JAN A ZUZANA LUŇÁKOVÁ. *Chcete lepší tarif na mobil? Řekněte operátorovi,
že jdete ke konkurenci*. Hospodářské noviny [online]. 2009 [cit. 2017-05-
21]. Dostupné z: [http://byznys.ihned.cz/c1-39572330-chcete-lepsi-tarif-na-
mobil-reknete-operatorovi-ze-jdete-ke-konkurenci](http://byznys.ihned.cz/c1-39572330-chcete-lepsi-tarif-na-
mobil-reknete-operatorovi-ze-jdete-ke-konkurenci).
- COURT OF JUSTICE. *Hoffmann-La Roche v Commission* [online]. (C-85/76), 1979 [cit.
2017-05-21]. Dostupné z:
[http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=89251&pageIndex=0&
doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=135197](http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=89251&pageIndex=0&
doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=135197).
- ČESKÁ REPUBLIKA. *Listina základních práv a svobod*. In: Sběrka zákonů. Česká re-
publika, 1992, ročník 1993. Dostupné také z:
<http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>.
- ČESKÁ REPUBLIKA. *Obchodní zákoník: Zákon č. 513/1991 Sb.* In: Sběrka zákonů.
1991. Dostupné také z: <http://bit.ly/1Tx9X3v>.
- ČESKÁ REPUBLIKA. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: Zákon č. 143/2001 Sb.*
In: Sběrka zákonů. 2001. Dostupné také z: <http://bit.ly/1TxaC4V>.
- EVROPSKÁ UNIE. *Smlouva o fungování EU*. In: Sběrka zákonů. 2007. Dostupné také
z: <http://bit.ly/243xlZ7>.
- FUCHS, KAMIL A PAVEL TULEJA. *Základy ekonomie*. 2., upr. vyd. Praha: Ekopress,
2005. ISBN 80-86119-94-7.
- HOLMAN, ROBERT. *Ekonomie*. 5. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011. Beckovy ekonomické
učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.
- HOVORKA, JIŘÍ. *Neomezené volání za 500 korun? Tři roky po tarifové revoluci si po-
lepšíte jen aktivitou*. Aktuálně.cz [online]. 2016 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z:
[https://zpravy.aktualne.cz/finance/neomezene-volani-za-500-korun-tri-
roky-po-tarifove-revoluci/r~485878120df311e6bc7c0025900fea04](https://zpravy.aktualne.cz/finance/neomezene-volani-za-500-korun-tri-
roky-po-tarifove-revoluci/r~485878120df311e6bc7c0025900fea04).
- JOHNSON, CARRIE. *Heinz Calls Off Beech-Nut Merger*. The Washington Post [online].
2001 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z:
[https://www.washingtonpost.com/archive/business/2001/04/28/heinz-
calls-off-beech-nut-merger/de9ea94c-c2aa-4982-8c06-
7ee4465c3fb5/?utm_term=.40b5e84973dc](https://www.washingtonpost.com/archive/business/2001/04/28/heinz-
calls-off-beech-nut-merger/de9ea94c-c2aa-4982-8c06-
7ee4465c3fb5/?utm_term=.40b5e84973dc).

- KIRZNER, ISRAEL M. *Jak fungují trhy*. Praha: Centrum liberálních studií, 1998. ISBN 80-902270-5-8.
- LABATON, STEPHEN. *Merger Blocked For Makers Of Baby Food*. The New York Times [online]. 2001 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2001/04/28/business/merger-blocked-for-makers-of-baby-food.html>.
- MANKIW, N. GREGORY. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada, 1999. Profesionál. ISBN 80-7169-891-1.
- NEJEZCHLEB, KAMIL, ZUZANA HAJNÁ A JOSEF BEJČEK. *Ekonomické metody v soutěžním právu*. Brno: Masarykova univerzita, 2014. ISBN 978-80-210-7701-0.
- PETR, MICHAL. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-307-3.
- RAUS, DAVID A NERUDA, ROBERT. *Hospodářská soutěž po vstupu ČR do EU*. Brno: CP Books, 2005. Právo pro denní praxi (Computer Press). ISBN 80-251-0394-3.
- ROTHBARD, MURRAY NEWTON, ŠÍMA, JOSEF, ED. *Ekonomie státních zásahů*. Praha: Liberální institut, 2001. ISBN 80-86389-10-3.
- SLANÝ, ANTONÍN. *Makroekonomická analýza a hospodářská politika*. Praha: C.H. Beck, 2003. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-738-3.
- SLANÝ, ANTONÍN A ŽÁK, MILAN. *Hospodářská politika*. Praha: C.H. Beck, 1999. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7179-237-3.
- ŠEVELA, MARCEL. *Mikroekonomie I: úvodní kurz*. 2., přeprac. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 2012. ISBN 9788073756147.
- URBAN, JAN. *Teorie národního hospodářství*. 3., dopl. a rozš. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-579-3.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže: historie, fakta, svědectví*. Brno: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, 2008. ISBN 978-80-254-2242-7.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže / Zakázané dohody a zneužití dominance* [online]. [cit. 2017-01-03]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/zakazane-dohody-a-zneuziti-dominance.html>.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S0091/16) [cit. 2016-05-23]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-13659.html>.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S209/03) [cit. 2016-05-23]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-4242.html>.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S360/14) [cit. 2016-05-23]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-12464.html>.

- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S0761/2016) [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-14566.html>.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S0056/2017) [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-14737.html>.
- ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE. *Sbírky rozhodnutí* [online]. (S0090/2017) [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: <http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-14762.html>
- VON MISES, LUDWIG. *Liberalismus*. Praha: Ekopress, 1998. ISBN 80-86119-08-4.
- ŽÁK, MILAN. *Učebnice hospodářské politiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2000. ISBN 80-245-0028-0.

