

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

PRÁVNICKÁ FAKULTA

Martina Bacíková

**Zneužití dominantního postavení a pojem
relevantního trhu**

Diplomová práce

Vedoucí práce: JUDr. Mgr. Vít Horáček Ph.D.

Katedra: obchodního práva

Datum uzavření rukopisu: 12. prosince 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány a práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Praha dne 12. prosince 2011

.....
Martina Bacíková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala mému vedoucímu diplomové práce JUDr. Mgr. Vítu Horáčkovi Ph.D., za cenné rady a připomínky poskytnuté během uskutečněných konzultací.

Obsah

Obsah	Strana
Použité zkratky	6
1 Úvod	7
2 Hospodářská soutěž a její právní úprava	9
2.1 Pojem hospodářské soutěže	9
2.2 Hospodářská soutěž podle právní úpravy ČR	10
2.3 Právo na ochranu hospodářské soutěže	10
2.3.1 Pojem antimonopolního respektive kartelového práva	13
2.4 Počátky vývoje soutěžního práva	13
2.4.1 Vývoj soutěžního práva v ČR	13
2.4.2 Vývoj evropského soutěžního práva	15
2.5 Současná úprava evropského soutěžního práva	16
2.6 Omezování a narušování hospodářské soutěže	17
3 Subjekty hospodářské soutěže	18
3.1 Soutěžitel jako účastník hospodářské soutěže	18
3.2 Pojem podniku v soutěžním právu	19
3.3 Vztah mezi pojmy soutěžitele a podniku	22
4 Kontrolní orgány pro dodržování pravidel hospodářské soutěže	22
4.1 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže a jeho úloha na půdě soutěžního práva	23
4.2 Evropská Komise a jej úloha na půdě soutěžního práva	24
5 Dominantní postavení na trhu	25
5.1 Základní ukazatele dominantního postavení na trhu	26
5.1.1 Tržní podíl	26
5.1.2 Tržní síla	27
5.1.3 Překážky vstupu na trh	28
5.2 Zvláštní odpovědnost dominantních podniků	29
5.3 Kolektivní dominance	29
6 Zneužití dominantního postavení jako součást soutěžního práva	32
6.1 Zneužití dominantního postavení v českém právu	33

6.2	Evropská úprava zneužití dominantního postavení	35
6.3	Zneužití dominantního postavení v judikatuře ESD	36
6.4	Způsoby zneužití dominance	38
6.4.1	Vynucování nepřiměřených podmínek.....	38
6.4.2	Vázané obchody.....	39
6.4.3	Diskriminace	40
6.4.4	Zastavení nebo omezení výroby, výzkumu a vývoje.....	41
6.4.5	Nepřiměřeně nízké ceny resp. predátorské ceny	42
6.4.6	Excesivní ceny	44
6.4.7	Essential facilities	45
6.5	Zneužití kolektivní dominance.....	47
7	Relevantní trh a jeho funkce v soutěžním právu	48
7.1	Pojem relevantního trhu v českém právu.....	48
7.2	Pojem relevantního trhu v evropské úpravě.....	49
7.2.1	Relevantní trh v rozhodovací praxi Komise	49
7.3	Definiční znaky relevantního trhu.....	49
7.3.1	Věcné vymezení relevantního trhu	50
7.3.2	Geografické vymezení relevantního trhu.....	51
7.3.3	Časové vymezení relevantního trhu.....	51
7.4	Postupy při vymezení relevantního trhu	52
7.4.1	Postup při vymezení výrobního trhu	53
7.4.2	Postup při vymezení geografického trhu	53
7.5	Relevantní trh ve vztahu k dominantnímu postavení.....	54
8	Případová studie – Student Agency.....	57
8.1	Ekonomické analýzy	58
8.2	Vymezení relevantního trhu.....	59
8.3	Predátorské jednání	60
9	Závěr.....	63
10	Résumé	64
11	Abstract - Abuse of a dominant position and the concept of relevant market	65
12	Literatura	67

Použité zkratky

EAEC – European Atomic Energy Community, Euratom

ECSC – European Coal and Steel Community, Evropské společenství uhlí a oceli

EEC – European Economic Community, Evropské hospodářské společenství

ESD – Evropský soudní dvůr

Komise – Evropská komise, European Commission

Obchodní zákoník – zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

SFEU – Smlouva o fungování Evropské Unie

SES – Smlouva o Evropském společenství

Úřad – Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Zákon na ochranu hospodářské soutěže – zákon č. 143/2001 Sb., zákon na ochranu hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů

1 Úvod

Předmětem mé diplomové práce je vymezení zneužití dominantního postavení na trhu jako nedovoleného jednání, které má za následek narušení či omezení hospodářské soutěže a společně s ním pak nastínit pojem relevantního trhu, který je stěžejním faktorem při posuzování takového zneužití.

Vzhledem k tomu, že téma hospodářské soutěže a její narušování či omezování obsahuje jak aspekty ekonomické tak právní, rozhodla jsem se zaměřit se víceméně na právní hlediska a regulaci nedovoleného jednání směřujícího proti harmonickému fungování hospodářské soutěže za využití právních předpisů, jejich výkladu a judikatury.

Problematika zneužívání dominantního postavení na trhu jako součást soutěžního práva představuje velice dynamicky se rozvíjející právní odvětví, které je čím dál více konkretizováno prostřednictvím výkladu rozhodovací praxe Evropské komise, Evropského soudního dvora, Soudu první instance a vnitrostátními kontrolními orgány, které u nás představuje Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Právě z tohoto důvodu bych chtěla vysvětlit potenciálním čtenářům pojem zneužití dominantního postavení na základě vývoje soutěžního práva jak na evropské úrovni zejména prostřednictvím významných rozhodnutí evropských institucí, tak i na úrovni vnitrostátní.

Co se týče problematiky a vymezení samotného pojmu relevantního trhu, chtěla bych poukázat zejména na jeho výklad v rozhodovací praxi a výskyt v právním prostředí. Vzhledem k tématu mé práce se budu snažit nepříliš zabředávat do složitých ekonomických analýz, ekonomických postupů, výpočtů, které jsou využívány až při nutnosti jeho bližšího zkoumání a vymezení v konkrétním rozhodovaném případě a k samotnému obecnému pojmu relevantního trhu jako takového moc nenapovídají.

Cílem mé práce je zejména popis daného tématu za pomoci právně relevantních pramenů a na základě získaných informací poukázat na jejich následné využití i v konkrétních případech, proto bych se ráda zaměřila nejen na obecné otázky a způsoby zneužití dominance a pojmu relevantního trhu, ale i na jejich praktickou

aplikaci, na kterou bych chtěla příkladmo poukázat rozbořem významného právě probíhajícího případu, kdy Úřad pro ochranu hospodářské soutěže spatřuje naplnění skutkové podstaty protiprávního jednání spočívající v úmyslném zneužití dominantního postavení na trhu prostřednictvím využívání predátorského jednání s cílem vystrnadit z trhu ostatní konkurenty.

2 Hospodářská soutěž a její právní úprava

Pro účely této práce, efektivního zařazení a vymezení dominantního postavení soutěžitele¹ na trhu bude třeba vyložit si nejprve řadu neurčitých právních pojmů, které jsou pro problematiku dominantního postavení stěžejními.²

Hospodářská soutěž je spojena se vznikem obchodu jako takového, kde je patrná právě soutěživost jako biologicko-sociologický jev. Pojmy soutěž a soutěživost velice se často vyskytují v ekonomickém prostředí a jsou považovány za jedny z nejdůležitějších veličin hospodářského systému.³

2.1 Pojem hospodářské soutěže

Hospodářská soutěž (v nejobecnějším slova smyslu může být chápána i jako konkurence nebo rivalita mezi subjekty, která má za cíl získat zákazníky a maximalizovat svůj zisk⁴) představuje „*souběžné usilování několika osob o tutéž věc, o dosažení co nejlepšího výsledku, pokud jde o uspokojení jejich zájmů v dané oblasti společenských vztahů.*“⁵ Zejména pak na trhu určitého druhu zboží nebo služeb, jejichž cílem je dosažení určitých výhod před ostatními v oblasti hospodářských užitků, popř. výsledků, a jež vzájemně ovlivňuje jejich hospodářskou činnost. V hospodářské sféře probíhá soupeření soutěžních subjektů jak na straně nabídky, tak i na straně poptávky. Jelikož však v praxi většinou převládá

¹ Definice pojmu soutěžitel a podniku viz níže.

² MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 159.

³ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. s.283.

⁴ WHISH, R. Competition law. Šesté vydání. Oxford: Oxford University Press, 2009, s. 3 - takto hospodářskou soutěž definuje UK Competition Commission a dále pro srovnání Merger References: Competition Commission Guidelines (June 2003, CC 2), para 1.20 - „The competition as „a process of rivalry between the firms....seeking to win customers...”“

⁵ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 3.

nabídka nad poptávkou, je hospodářská soutěž na straně nabídky jevem častějším.⁶

V ekonomické literatuře⁷ se pak dále hovoří o tzv. dokonalé soutěži, která představuje tu situaci, kdy žádný výrobce ani žádný kupující nemůže jakýmkoli svým jednáním působit na tržní cenu. Opačným případem pak je ta situace, kdy jednotlivý subjekt na trhu figurující může tržní cenu kontrolovat nebo dokonce omezovat, tyto případy pak lze označit jako soutěž nedokonalou.

2.2 Hospodářská soutěž podle právní úpravy ČR

V zákoně definici hospodářské soutěže nenajdeme, nicméně ustanovení § 41 obchodního zákoníku⁸ stanoví, že hospodářská soutěž spočívá „v rozvíjení soutěžní činnosti v zájmu dosažení hospodářského prospěchu.“

Podstata hospodářské soutěže tedy závisí na takovém chování subjektů, které se vyznačuje tím, že více osob žádá nebo nabízí totéž a zároveň mezi sebou navzájem zápasí o předmět soutěže.⁹

2.3 Právo na ochranu hospodářské soutěže

Antimonopolní politika státu představuje jednu z nejvýznamnějších plošných intervencí¹⁰ státu do ekonomiky a proto existence práva na ochranu hospodářské soutěže je víceméně chápána jako nutnost pro udržení rovnováhy mezi navzájem si konkurujícími zájmy jednotlivých

⁶ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. s. 284; a MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 3.

⁷ KINDLEBERGER, Ch. P. Světová ekonomika. Praha: academia, 1978, s. 153.

⁸ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

⁹ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. s. 285.

¹⁰ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. s. 406.

soutěžitelů v prostředí tržní ekonomiky. Regulace a striktní podmínky stanovené na půdě soutěžního práva jsou chápány jako *ultima ratio*¹¹ napomáhající k fungování soutěžitelů a spotřebitelů na trhu a zároveň chování mezi nimi navzájem.

Pojem práva na ochranu hospodářské soutěže (respektive soutěžního práva¹²) lze v nejširším slova smyslu vymezit jakožto soubor právních norem upravujících soutěžní vztahy mezi podnikateli působícími na trhu a vstupujícími do soutěžních vztahů.¹³

Právo na ochranu hospodářské soutěže představuje zejména tu oblast práva, kde se výrazným způsobem společně prolíná právo a ekonomie. Proto rozhodování soutěžně-právního orgánu bude mít zásadní vliv na ekonomické prostředí a tedy na samotné soutěžitele¹⁴, a to je nepochybně jedním z faktorů, které toto prostředí přímo tvoří a ovlivňují.¹⁵

V obecném pohledu jde zejména o úpravu podmínek, za nichž se subjekty účastní soutěžních vztahů. Tyto podmínky jsou vymezeny jak pozitivně tak i negativně. Pozitivní vyjádření spočívá v definicích toho, co je dovolené jednání, negativní pak vytýká určitá jednání jako nenáležitá, zakazuje je a překročení těchto zákazů postihuje sankcemi. Soutěžní právo má tedy deliktovní povahu, a to buď deliktů správních, nebo civilních.¹⁶

K diferenciaci soutěžního práva dochází v okamžiku, kdy se začne rozlišovat, který konkrétní zájem, jenž je předmětem ochrany, převažuje v daném soutěžním vztahu. Pokud se bude jednat o zájem jednotlivých soutěžitelů, půjde především o ochranu ve vztazích mezi soutěžiteli

¹¹ ŠEMORA, V. Nad zneužitím dominantního postavení. Právní Rozhledy 20/2006. s. 731.

¹² MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 4; Soutěžní právo jako vyjádření zákonodárcových představ o významu a funkci soutěže pro ekonomiku dané země, které se zpravidla opírají o poznatky ekonomické vědy.

¹³ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 23.

¹⁴ ŠILHÁN, J. Ekonomický přístup v soutěžním právu. Časopis pro právní vědu a praxi, Brno: Masarykova Univerzita, 2006, č. 3, s. 233-242.

¹⁵ BEJČEK, J. Cílové konflikty v soutěžním právu. Právník, 2007, č. 6.

¹⁶ MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 3.

navzájem, tedy o ochranu na horizontální úrovni. Anebo naopak, zda půjde o ochranu zájmu státu na existenci a fungování hospodářské soutěže.¹⁷

Normy soutěžního práva je tedy možno rozdělit na dva velké a vůči sobě značně autonomní okruhy. A to na okruh norem upravujících problematiku nekalé soutěže, kde převládají prvky soukromého práva a jejichž účelem je zabránit deformaci soutěžních pravidel. Naproti němu pak stojí normy kartelového práva, které mají povahu veřejnoprávní i zde je ovšem možné narazit na některé soukromoprávní prvky. V tomto ohledu podporuje výše zmíněné rozdělení soutěžního práva i obchodní zákoník a to konkrétně ve svém ustanovení § 42, které se zabývá vymezením zneužití účasti v hospodářské soutěži, konkrétně říká, že „*zneužitím účasti je nekalé soutěžní jednání*“, jenž je pak dále upravené v následujících ustanovení obchodního zákoníku, a „*nedovolené omezování hospodářské soutěže*“, které je blíže upraveno v zákoně č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že základním rozdílem mezi nekalou soutěží a zneužíváním hospodářské soutěže je, že nekalá soutěž se odehrává v mezích hospodářské soutěže, zatímco zneužívání hospodářské soutěže se přičií soutěži jako takové, a zejména pak jejím základům. Ochrana proti nekalé soutěži má za cíl ochránit jednání jednotlivých soutěžitelů v soutěži, zabránit takovému jejich jednání, které by mohlo přivodit újmu jiným soutěžitelům či spotřebitelům.¹⁸

Účelem norem práva proti omezování hospodářské soutěže je zabránit zejména jednáním usilujícím o omezení nebo vyloučení subjektů figurujících na půdě hospodářské soutěže a která současně směřují proti existenci hospodářské soutěže jako takové.¹⁹

¹⁷ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 25, 26.

¹⁸ Mgr. Marek Doleček v článku Hospodářská soutěž ze dne 7.6.2010 na [www.businessinfo.cz viz http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/hospodarska-soutez-opu/1000818/47329/](http://www.businessinfo.cz/viz/http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/hospodarska-soutez-opu/1000818/47329/)

¹⁹ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. s. 286.

2.3.1 Pojem antimonopolního respektive kartelového práva

Právní normy, které chrání samotnou existenci soutěže, označujeme jako právo proti omezování soutěže, respektive právo antimonopolní nebo kartelové²⁰. Tyto pojmy představují synonyma k pojmu soutěžního práva v užším smyslu, proto nezáleží, který z nich je pak v konkrétní literatuře používán.

2.4 Počátky vývoje soutěžního práva

Významnější tendence směřující k regulaci tržních aktivit prostřednictvím závazných pravidel a předpisů se objevovaly zejména v období kapitalismu 19. století ovšem v historické literatuře²¹ se můžeme setkat i s mnohem staršími pokusy, ať už půjde o přímou nebo nepřímou regulaci trhu (například v pozdní římské, byzantcké, či staročínské říši).

2.4.1 Vývoj soutěžního práva v ČR

Na problematiku kartelů na konci 19. století bylo pohlíženo zejména z ekonomického hlediska. Kartely proto vesměs nespádaly pod žádnou konkrétní právní úpravu, daly se ovšem podřadit pod tehdejší obecná ustanovení²² zneplatňující dohody, jež se přičily dobrým mravům nebo zákonnému zákazu určitého jednání.

Problematika kartelů v českých zemích byla vůbec poprvé upravena v prvním protikartelovém předpisu, který představoval rakouský koaliční zákon č. 43 z roku 1870 a který ve svém

²⁰ V USA je používán pro soutěžní právo pojem anti-trust law. „*Anti-trust law, is law that promotes or maintains market competition by regulating anti-competitive conduct by companies.*“

²¹ Např. BALÍK, St. Monopoly v Byzanci. AUC-Iuridica, 1977, č. 4, s. 297 an., aj.

²² Srov. 879 OZO (obecného zákoníku občanského z roku 1811).

ustanovení § 4 stanovil, že úmluvy živnostníků, které byly uzavřeny s cílem zvýšit ceny zboží v neprospěch obyvatelstva, neměly právní účinnost.

Po vzniku Československé republiky došlo k první systematické úpravě práva proti omezování soutěže. Ve své původní podobě, v té době označováno jako právo kartelové²³, bylo soutěžní právo²⁴ v Československu právně regulováno od roku 1933, kdy nabyl účinnosti zákon č. 141/1933 Sb. o kartelech a soukromých monopolech. Na rozdíl od současné koncepce však tento zákon vycházel ve shodě s tehdy převládajícím evropským pojetím z přípustnosti sjednávání kartelových dohod a pouze reproboval jejich zneužití.

V poválečném období nebyl zákon o kartelech a soukromých monopolech výslovně zrušen, ale během prvních dvou let po skončení druhé světové války nedošlo k jeho uplatnění a pak jej prakticky zbavilo účinnosti společensko-ekonomické zřízení, nastolené v tehdejší ČSR po únoru 1948. Možnost zneužití dominantního postavení hospodářských jednotek v záměrně monopolisticky organizovaném hospodářství a potřeba předpisu působícího proti této možnosti zanikla ve zdůrazňování předností plánovitého řízení národního hospodářství, pro nějž jako adekvátní stimulátor rozvoje byl namísto trhu a soutěže vytvořen institut spolupráce socialistických organizací.²⁵

²³ Pojem kartelové právo viz kapitola 2.3.1.

²⁴ Pro úplnost ještě doplnění vývoje práva nekalé soutěže: První právní úprava a regulace problematiky nekalé soutěže se objevuje v Pařížské unijní úmluvě, která zavazovala i tehdejší československý stát k upravení podmínek a zákazu nekalé-soutěžního jednání od roku 1919. Toto bylo splněno prostřednictvím přijetí zákona proti nekalé soutěži č. 111/1927 Sb., který platil na území Československa až do roku 1950. Následně byl nahrazen přidáním ustanovení § 352 do občanského zákoníku č. 141/1950 Sb., přičemž tímto krokem získal povahu generální klauzule a zakazujícího jednání rozporného s dobrými mravy soutěžního jednání a hospodářské soutěže jako takové. Tato úprava byla vzhledem k politicko-ekonomické situaci využívána jen minimálně. Později novela Hospodářského zákoníku č. 103/1990 Sb. upravila problematiku nekalé soutěže poněkud detailněji, byla však zanedlouho nahrazena úpravou stávajícího obchodního zákoníku.

²⁵ Viz <http://www.compet.cz/o-uradu/historie-uradu/>.

Situace se výrazně změnila až roku 1991, kdy došlo k přijetí zákona o ochraně hospodářské soutěže č. 63/1991. Tento zákon měl víceméně smíšenou povahu, protože vedle obsahu soutěžních předpisů vymezoval navíc ještě určitý vztah úpravy k probíhající transformaci ekonomiky.²⁶ Snaha a později i povinnost harmonizovat české soutěžní právo s právem komunitárním se projevila v přijetí zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže²⁷ s účinností od 1. července 2001, jež je postaven na koncepci v podstatě úplné zrcadlové úpravy s úpravou evropskou.²⁸

2.4.2 Vývoj evropského soutěžního práva

Vývoj evropské hospodářské integrace začal uzavřením Smlouvy o založení Evropského společenství uhlí a oceli (ECSC²⁹). V roce 1957 pak byla uzavřena tzv. Římská smlouva o založení Evropského hospodářského společenství (EES³⁰) a dále bylo založeno Evropské atomové společenství (EUROATOM³¹). V roce 1986 byl přijat závazek vytvořit do roku 1992 evropský vnitřní trh s volným pohybem zboží, osob a služeb. Díky odstranění obchodních bariér a otevření národních trhů byly nepřímo národní státy donuceny k vytvoření soutěžního prostředí a k řízení ekonomiky prostřednictvím hospodářské soutěže.³²

²⁶ BEJČEK, J. Kartelové právo. Brno: Masarykova univerzita, 1995. s. 45 – 50.

²⁷ Dále jen zákon o ochraně hospodářské soutěže.

²⁸ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006. s.39.

²⁹ European Coal and Steel Community (ECSC).

³⁰ European Economic Community (EEC).

³¹ European Atomic Energy Community (EAEC or Euratom).

³² ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. s.534 a násl.

2.5 Současná úprava evropského soutěžního práva

Hlavní funkcí evropského soutěžního práva³³ je udržení otevřeného a jednotného trhu při zachování jeho konkurenční struktury a zabránit vzniku nových překážek obchodu (jako například dohody mezi podniky, popřípadě snaha členských států podporovat svou výrobu, čímž by došlo k zabránění dovozu) a tím tak urychlit evropskou integraci, jejíž úspěšnost pak závisí na úspěšnosti hospodářské soutěže.³⁴

Ochrana hospodářské soutěže podporuje základní cíle Společenství, jimiž jsou například trvalý a udržitelný růst, podpora stability, zvyšování životní úrovně a především vytvoření jednotného vnitřního trhu, neboť nutí podnikatelské subjekty ke zvyšování efektivnosti, zkvalitňování vyráběné produkce a snižování cen pro konečné spotřebitele.³⁵

S normami soutěžního práva je možno se setkat jak v primárním právu EU, které představuje zejména Smlouva o fungování Evropské unie, tak i v sekundárním právu v různých nařízeních, směrnicích aj. (například nařízení upravující skupinové blokové výjimky, procesní předpisy či kontrolu koncentrací). Pro úplnost je třeba k výše uvedenému zmínit i tzv. soft law³⁶ (např. různá stanoviska a rozhodnutí Evropské komise). Do okruhu norem soutěžního práva ES se z věcného hlediska řadí jednak právní úprava kartelového práva (čl. 101 a 102 SFEU), jednak předpisy o kontrole o spojování podniků, detailněji upraveno v nařízení Rady č. 139/2004/ES, dále pak předpisy o veřejných podporách (čl. 107 a násl. SFEU) a konečně i předpisy o veřejných zakázkách, ačkoliv tato

³³ Evropským soutěžním právem je zde myšleno právo na ochranu hospodářské soutěže přijaté orgány EU, tedy právo vyplývající ze Smlouvy o Evropské unii a Smlouvy o fungování Evropské unie.

³⁴ TICHÝ, L., ARNOLD, R., SVOBODA, P., ZEMÁNEK, J., KRÁL, R. Evropské právo. 3. Vydání. Praha: C.H.Beck, 2006. s. 537.

³⁵ K tomu blíže Hospodářská soutěž. Dostupný z: <http://www.cebrecz.cz/nastope/cz/podrobne-informace/show-8/>.

³⁶ Soft law je termín používaný zejména pro taková opatření EU, jako jsou prohlášení, pokyny, stanoviska, která na rozdíl od směrnic, nařízení a rozhodnutí nejsou závazná pro své adresáty. Je však možné aby soft law působilo také určité právní účinky.

problematika se zpravidla zabývá zejména volným pohybem zboží a služeb.

2.6 Omezování a narušování hospodářské soutěže

K omezování nebo narušování hospodářské soutěže může dojít buď v důsledku nedovolených dohod mezi soutěžiteli navzájem, spojování soutěžitelů nebo v důsledku zneužívání své tržní síly na úkor jiných soutěžitelů. Ochrana před těmito formami zneužití účasti v hospodářské soutěži je uskutečňována prostřednictvím zákonných restrikcí v podobě zákazu uzavírání takových dohod, jejichž účelem je narušení fungování hospodářské soutěže (kartelových dohod), resp. zákazu zneužívání dominantního postavení s cílem vytlačit ostatní soutěžitele z trhu. Dále k omezování soutěže dochází také v důsledku nedovoleného spojování podniků (podnikových koncentrací, fúzí), jejichž výsledkem je větší tržní síla takto vzniklého podniku a také úbytek konkurentů na trhu. Spojování podniků jako takové zakázáno není, nicméně za určitých podmínek bude ke koncentraci soutěžitelů vyžadováno povolení.

Tyto tři výše zmíněné skutkové podstaty představují základní pilíře soutěžního práva v užším smyslu a preventivní nástroj ochrany hospodářské soutěže. Problematika nedovoleného omezování nebo narušování hospodářské soutěže je upravena společně v jediném zákoně, a to v zákoně č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon vychází především z úpravy soutěžně-právních ustanovení obsažených ve Smlouvě o fungování Evropské unie.

Objektem ochrany před nedovoleným omezováním a narušováním hospodářské soutěže je zejména udržení stabilní, funkční soutěže, její rozvoj do budoucna a zábrana všem praktikám, které by její existenci a další potenciální rozvoj narušily.³⁷

³⁷ RAUS, D., NERUDA, R. Hospodářská soutěž po vstupu ČR do EU. 1. vydání. CP Books, a.s., 2005, s. 4.

3 Subjekty hospodářské soutěže

Subjekty hospodářské soutěže můžeme též označit jako adresáty soutěžně-právních norem. Co se subjektů týče, je zde patrná určitá odlišnost mezi oběma úpravami, která spočívá zejména v koncepci adresátů normy. Komunitární právo operuje s pojmem podniku jako adresáta normy, kdežto zákon o ochraně hospodářské soutěže, až do své novely provedené zákonem č. 361/2005 Sb., zásadně používal termín soutěžitel. Nyní se i v českém soutěžním právu můžeme setkat s pojmem podniku.

3.1 Soutěžitel jako účastník hospodářské soutěže

Za soutěžitele³⁸ označuje jak obchodní zákoník, tak zákon o ochraně hospodářské soutěže, účastníka hospodářské soutěže. Soutěžitelem je každá fyzická osoba a právnická osoba, která se účastní hospodářské soutěže. Ustanovení § 2³⁹ zákona o ochraně hospodářské soutěže k soutěžitelům řadí také sdružení právnických a fyzických osob, sdružení těchto sdružení a jiné formy seskupení, a to i v případě, že toto sdružení a seskupení nejsou právnickými osobami (např. sdružení podle občanského zákoníku), pokud jejich činnost může ovlivňovat hospodářskou soutěž. Zákonem není stanoveno, že by soutěžitel musel být zároveň i podnikatelem. Co však zákon vyžaduje, je skutečnost, že tyto osoby se účastní hospodářské soutěže nebo ji mohou svým jednáním ovlivňovat. Nelze však ztotožňovat pojem soutěžitele s užším pojmem konkurent, i když ve většině případů soutěžitelé budou vůči sobě v postavení konkurentů. Pod pojem soutěžitel tak lze zahrnout zejména následující osoby:

³⁸ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 69..

³⁹ § 2 zákona č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže: „Soutěžiteli podle tohoto zákona se rozumí fyzické a právnické osoby, jejich sdružení, sdružení těchto sdružení a jiné formy seskupování, a to i v případě, že tato sdružení a seskupení nejsou právnickými osobami, pokud se účastní hospodářské soutěže nebo ji mohou svou činností ovlivňovat, i když nejsou podnikateli.“

- individuální podnikatelé, tedy fyzické osoby, které patří zejména mezi subjekty živnostenského podnikání⁴⁰;
- obchodní společnosti, družstva a další právnické osoby;
- subjekty veřejného práva;
- sdružení individuálních soutěžitelů a to bez ohledu na existenci jejich právní subjektivity;
- profesní komory atd.⁴¹

3.2 Pojem podniku v soutěžním právu

Pro účely soutěžního práva je třeba rozlišovat objektivní pojetí podniku⁴², jak jej vymezuje obchodní zákoník ve svém ustanovení § 5 odst. 1 a to jako „soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání“, v odst. 2 pak dále podnik jako *věc hromadná*, od pojmu podniku jak jej zná soutěžní právo. Podnik jako předmět právních vztahů byl charakterizován dále jako nehmotný statek jehož podstatou je tzv. klientela⁴³.

Evropské soutěžní právo pojem „podnik“ („undertaking“)⁴⁴ využívá celkem běžně, ačkoli jeho legální definici v primárním ani sekundárním právu ES nenalezneme. Podnik podle soutěžně-právních předpisů ES je vymezen jakožto „(relativně) trvalá ekonomická jednotka zabývající se obchodní nebo hospodářskou činností, bez ohledu na svou velikost a bez ohledu na svou právní formu, charakterizovaná účelem své existence a funkcemi, které plní v rámci celku, jehož je součástí“.⁴⁵ Pojem podniku je

⁴⁰ Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů.

⁴¹ Jak uvádí Marek Doleček, článek na BusinessInfo.cz ze dne 07.06.2010 viz <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/hospodarska-soutez-opu/1000818/47329/>.

⁴² Podnik dále může být vymezen jako subjekt, který podniká za cílem dosažení zisku.

⁴³ PELIKÁNOVÁ, I. Pojem podniku, soutěžní právo a přičitatelnost odpovědnosti (český a komunitární aspekt), Antitrust, 2009, s. 4 – 8.

⁴⁴ WHISH, R. Competition law. 6. vydání. Oxford: Oxford University Press, 2009, s. 82.

⁴⁵ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006 s. 43.

takto jednotně používán pro celé soutěžní právo ES, kde mu příslušné orgány ve své činnosti přisuzují konzistentní význam, jenž byl postupně vymezen judikaturou ES, která vychází v souladu s odbornou literaturou zejména z funkcionálního pojetí⁴⁶ podniku. Nicméně i zde je třeba brát v úvahu požadavek určité míry právní a ekonomické samostatnosti. Mezi významná rozhodnutí, která napomohla k bližšímu vymezení pojmu podniku, bylo rozhodnutí ESD Mannesmann⁴⁷, podle kterého „*podnikem je každý autonomní právní subjekt, kterému je podřízen soubor osobních, hmotných a nehmotných prvků, a který trvale sleduje konkrétní hospodářský cíl.*“

Podrobnější definici podniku vymezuje Soud první instance a to podnik jako adresáta norem soutěžního práva např. v rozhodnutí Shell⁴⁸, které považuje za podnik právě takovou „*hospodářskou jednotku, která pozůstává v jednotné organizaci osobních, hmotných a nehmotných prostředků, a která trvale sleduje určitý hospodářský cíl a může se podílet na protiprávním jednání ve smyslu čl. 81⁴⁹ Smlouvy ES.*“ Tato definice spojuje pojetí podniku v objektivním smyslu jako věci s určitým subjektem, který může být účastníkem dohody a jemuž také mohou být uloženy určité povinnosti v souvislosti s odstraněním porušování normy, jejímž je pak také adresátem.

Z výše uvedených vymezení lze také odvodit rozhodující znaky, které se nepochybně váží k pojmu podniku. Jsou jimi především hospodářská činnost, její (více méně) trvalý charakter, ale také hospodářská nezávislost, která podniku umožňuje samostatné hospodářské chování na trhu a tudíž i přičitatelnost za porušení soutěžně-právních předpisů. Rozhodujícím

⁴⁶ Funkcionální pojetí tomuto pojmu podřazuje i jednotky bez právní subjektivity nebo také veřejnoprávní instituce (vymezení veřejnoprávní instituce můžeme najít například v ustanovení článku 2 Směrnice EP a Rady č.2003/98 ze dne 17. listopadu 2003) nezávisle na právní formě a způsobu financování.

⁴⁷ 19/61, Mannesmann AG v. High Authority of the European Coal and Steel Community (1962).

⁴⁸ T-11/89 Shell International Chemical Company Ltd v. Komise (1992).

⁴⁹ Změněn na čl. 101 SFEU, nicméně v rozhodnutí bylo použito předchozí číslování.

znakem podniku naopak není jeho právní forma, v níž vystupuje na trhu, a ani jeho právní subjektivita nebo sídlo.⁵⁰

Všechny podniky, které se na identickém trhu účastní hospodářské soutěže, mají vesměs společný cíl, kterým je maximalizace jejich prospěchu a výnosu. Prospěch je tím větší, čím menší je konkurence na trhu. Proto je pochopitelné, že se podnik ve své přirozenosti snaží své konkurenty co nejvíce oslabit, znemožnit jim snadný přístup a fungování na trhu, a v ideálním případě své konkurenty úplně zlikvidovat, co se jejich existence na trhu týče. Existuje celá řada metod, jak tohoto dosáhnout, patří sem například:

- vzestup kvality,
- snížení ceny,
- širší nabídka zboží a služeb,
- zavádění inovací,
- zefektivnění výroby atd.

Všechny tyto výše uvedené metody vedou k legitimnímu zisku tržní síly⁵¹. Vedlejším produktem tohoto boje proti konkurentům, je nemalý prospěch zákazníků, spočívající nejčastěji v nižších cenách a vyšší kvalitě.

Ve svém rozsudku ve věci Hydrotherm⁵², definoval ESD podnik jako „ekonomickou jednotku [...] i když po právní stránce taková ekonomická jednotka sestává z několika osob, ať již fyzických či právnických“.

⁵⁰ srov. článek http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=156&typ=r&levelid=EU_191.HTM

⁵¹ srov. Competition discussion paper on the application of Article 102 of the Treaty to exclusionary abuses, obdobně i bod 11 Sdělení Komise-Pokyny k prioritám Komise v oblasti prosazování práva při používání čl. 102 SES na zneužívající chování dominantních podniků vylučující ostatní soutěžitele. Více k tržní síle viz níže pod bodem 5.1.2.

⁵² Rozsudek ESD 170/83, Hydrotherm. Citováno z PETR, M.: Z rozhodovací praxe Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Antitrust, 2009, s. 22.

3.3 Vztah mezi pojmy soutěžitele a podniku

Vzhledem k tomu, že pro pojem podniku v evropském soutěžním právu platí, že je postaven zejména na funkčním a dynamickém pojetí, a pro vymezení jeho hranic platí tzv. koncept jedné hospodářské jednotky, je možno říci, že stejné závěry budou platit ve vztahu k pojmu soutěžitel, který je definován poměrně široce a umožňuje proto takový výklad.⁵³ Stejný názor, že se jedná o identický koncept, vyslovil i NSS, který ve svém rozsudku⁵⁴ říká, že „... *pro řešený případ je podstatná interpretace pojmu ‚soutěžitel‘ použitého v zákoně č.j. 143/2001 Sb., který odpovídá pojmu ‚podnik‘ v SFEU.*“

4 Kontrolní orgány pro dodržování pravidel hospodářské soutěže

Na vnitrostátní úrovni kontroly a udělování sankcí za porušování pravidel pro fungování hospodářské soutěže operují především národní správní orgány ve spolupráci s lokálními soudy, které pak zajišťují soudní kontrolu rozhodnutí těmito orgány/úřady vydaná. Na evropské úrovni pak figuruje Evropská komise, která má co se evropské soutěžní politiky týče široké pravomoci. Aby zamezila jednání, které omezují hospodářskou soutěž na celém území Evropské unie, je Evropská komise zmocněna činit rozhodnutí vynutitelná pomocí pokut a má výhradní pravomoc udělovat výjimky, včetně blokových⁵⁵. Národní soudy mohou interpretovat a aplikovat blokové výjimky, ale nesmí být zmírňovat standardy Evropské komise.

Kromě ukládání pokut může Evropská komise v součinnosti s domácími antimonopolními úřady provádět přepadové kontroly. Při vyšetřování si může od

⁵³ KINDL, J.: Podnik nebo soutěžitel ... záleží na tom?, Právní Rozhledy 5/2006, s.161.

⁵⁴ Rozsudek Nejvyššího správního soudu sp. zn. 5 As 61/2005 (Česká rafinérská).

⁵⁵ Blokové výjimky jsou vydávány Komisí ve formě nařízení, která jednoznačně definují kategorie smluv považované automaticky za vyjmuté v souladu s ustanovením čl. 101 odst. 3 SFEU. Pokud dohoda splňuje podmínky, které nařízení stanoví, není třeba ji notifikovat Komisi a může být bez dalšího implementována.

vlád členských zemí vyžádat nezbytné informace nebo požádat domácí antimonopolní úřad o vedení šetření. Tento postup se v důsledku přetíženosti a omezených zdrojů Evropská komise čas od času používá.

Aby nedocházelo k duplicitnímu řízení, byl zaveden institut vzájemného oznamování případů. Funguje i mezi Evropskou komisí a českým Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže.⁵⁶

4.1 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže a jeho úloha na půdě soutěžního práva

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže je ústředním orgánem státní správy České republiky s pravomocemi v oblasti ochrany hospodářské soutěže, dohledu nad zadáváním veřejných zakázek a v monitoringu a koordinaci veřejné podpory. Úřad je řízen předsedou, který je jmenován prezidentem republiky na šestileté funkční období.

Zákon České národní rady č. 173/1991 Sb. ze dne 26. dubna 1991 zřídil Český úřad pro hospodářskou soutěž, který zahájil činnost k 1. červenci 1991. Sídlem Úřadu se nestala Praha, jako centrum všech orgánů státní správy, ale Brno, což mělo deklarovat nezávislost rozhodování. V roce 1992 byl tento úřad nahrazen Ministerstvem pro hospodářskou soutěž. Tato změna byla odůvodněna tehdy probíhající ekonomickou transformací a především úlohou, kterou plnilo Ministerstvo v privatizačním procesu.

V současné době je ochrana hospodářské soutěže v České republice institucionálně zajišťována Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže se sídlem v Brně. Úřad začal pod tímto názvem fungovat od 1. listopadu 1996, přičemž navázal na činnost dřívějšího ministerstva. Působnost Úřadu je vymezena zákonem č. 273/1996 Sb., ve znění zákona č. 187/1999 Sb. Úřadu přísluší vytvářet podmínky pro podporu a ochranu hospodářské

⁵⁶ K tomu blíže článek Evropská soutěžní politika ze dne 30.5.2009 na www.businessinfo.cz, konkrétně pak <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/politiky-eu/evropska-soutezni-politika/1000521/6071/>.

soutěže, vykonávat dohled při zadávání veřejných zakázek a veřejné podpory. V oblasti veřejné podpory rozhodoval Úřad v letech 2000-2004 o slučitelnosti poskytování veřejné podpory s právem ES. Tato pravomoc přešla od 1.5.2004 plně na Evropskou komisi. Úřad je poradenským, monitorovacím a konzultačním orgánem. Od února 2010 vykonává Úřad také roli orgánu dohledu nad dodržováním zákona o významné tržní síle a jejím zneužití.⁵⁷

4.2 Evropská Komise a jej úloha na půdě soutěžního práva

Evropská komise společně s antimonopolními úřady členských zemí přímo vymáhá dodržování předpisů EU na ochranu hospodářské soutěže (články 101 až 109 Smlouvy o fungování EU – SFEU). Zajišťováním rovné a spravedlivé soutěže pro všechny firmy tak přispívá k lepšímu fungování evropských trhů, což je přínosem pro spotřebitele, podniky i evropské hospodářství jako celek.

V Komisi za tuto agendu odpovídá především generální ředitelství pro hospodářskou soutěž. Jeho pravomoci mají ovšem striktně vymezené hranice. Může konat pouze v případě, že má důkazy o porušení předpisů, a proti jeho rozhodnutím se lze odvolat k Soudnímu dvoru Evropské unie. Generální ředitelství pro hospodářskou soutěž se tak liší od ostatních útvarů Komise v tom, že těžiště jeho činnosti není v předkládání legislativních návrhů, nýbrž v zákrocích proti firmám či členským státům, o nichž se domnívá, že porušují předpisy.⁵⁸

⁵⁷ Převzato z <http://www.compet.cz/o-uradu/historie-uradu/>

⁵⁸ Převzato z http://ec.europa.eu/dgs/competition/index_cs.htm

5 Dominantní postavení na trhu

Definici dominantního postavení uvádí zákon o ochraně hospodářské soutěže ve svém ustanovení § 10 odst. 1 tak, že „*dominantní postavení na trhu má soutěžitel nebo společně více soutěžitelů (společná dominance), kterým jejich tržní síla umožňuje chovat se ve značné míře nezávisle na jiných soutěžitelích nebo spotřebitelích.*“⁵⁹ Dominantní postavení je tedy takové postavení na trhu, při kterém má soutěžitel díky své tržní síle možnost chovat se ve větší míře nezávisle na jiných soutěžitelích či spotřebitelích. Jde o podnik v takovém postavení, kdy má po delší dobu výraznou ekonomickou sílu na trhu vůči zákazníkům či dodavatelům. „*Dominant není totiž vystaven podstatné soutěži, což mu umožňuje chovat se značně nezávisle jak ve vztahu ke spotřebitelům, tak ve vztahu ke svým konkurentům*“⁶⁰.

I když se určitý podnik nachází na trhu v dominantním postavení, nevyplývá z toho žádný závěr, že nese odpovědnost za strukturu trhu nebo životaschopnost konkurence.⁶¹

Dominantní postavení na trhu může samozřejmě existovat jak na straně nabídky, tak i na straně poptávky, v případě dominance na straně poptávky se pak bude jednat o zneužití tzv. kupní síly (buyer power).⁶²

Podle předchozího zákona č. 63/1991 Sb., který byl platný do 30. června 2001, byla upravena i ohlašovací povinnost, kterou měli soutěžitelé vůči Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže při dosažení monopolního či dominantního postavení. Podle současné úpravy je tato povinnost ze zákona o ochraně hospodářské soutěže vypuštěna, čímž dochází k tomu, že dominantní postavení jako takové není protiprávní.

⁵⁹ Ustanovení § 10 Zákona o ochraně hospodářské soutěže.

⁶⁰ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007, s. 448.

⁶¹ MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 104 a násl.

⁶² BEDNÁŘ, J., Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi. Z rozhodovací praxe Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora. Praha C. H. Beck, 2005, s. 303.

Na nepostižitelnost samotné existence nebo dosažení dominantního postavení poukazoval ESD ve svém rozsudku Michelin⁶³, kde uvádí „...zjištění, že podnik má dominantní postavení, samo o sobě není obviněním, ale prostým konstatováním, a to bez ohledu na prostředky, za kterých tento podnik takového postavení dosáhl...“.

5.1 Základní ukazatele dominantního postavení na trhu

Jedním ze základních znaků dominantního postavení je především možnost soutěžitele při volbě svého soutěžního chování, vystupování a tržní strategie jednat zcela nebo zčásti bez ohledu na reakce okolní konkurence nebo svých zákazníků. Příkladem může být výrazné zvýšení ceny beze strachu ztráty tržních pozic a zisků. Subjekt, který libovolně kontroluje své ceny, aniž by se cítil omezen negativními reakcemi, je velmi pravděpodobně v dominantním postavení.⁶⁴

Zákon⁶⁵ tedy stanoví, že „*nebude-li pomocí ukazatelů (tržní podíl, hospodářská a finanční síla, překážky vstupu, stupeň vertikální integrace soutěžitelů a struktura trhu) prokázán opak, má se za to, že dominantní postavení nezaujímá soutěžitel nebo soutěžitelé se společnou dominancí, kteří ve zkoumaném období dosáhli na trhu menší než 40% tržní podíl.*“

5.1.1 Tržní podíl

Jedním z nejvýznamnějších ukazatelů dominantního postavení je tržní podíl, sám o sobě ale pro kompletní vyhodnocení dominantního postavení nepostačí⁶⁶. Tržní podíl v zásadě

⁶³ 322/81, NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Komise, (1983).

⁶⁴ RAUS, D., NERUDA, R. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář a souvisící české i komunitární předpisy. 2. vydání. Praha : Linde Praha, 2006, s. 155.

⁶⁵ Ustanovení § 10 odst. 3 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

⁶⁶ Nicméně tržní podíl mezi 70 – 80% na relevantním trhu je sám o sobě jasnou známkou existence dominantního postavení viz rozhodnutí Soudu první instance T-30/89, Hilti AG v Komise.

představuje hodnotové vyjádření objemu dodávek nebo nákupu na trhu daného zboží soutěžitelem, jehož jednání je pak posuzováno, ve zkoumaném období.⁶⁷ Dominantní postavení je výsledkem souběhu více faktorů, z nichž žádný sám o sobě k jeho vymezení vést nemusí.⁶⁸ Mezi tyto faktory patří mimo tržního podílu také například poměr mezi samotnými podíly na trhu podniků a jeho konkurentů navzájem, technologický náskok před konkurenty, distribuční síť, finanční síla, elasticita poptávky, překážky vstupu na trh, atd. Pro určení dominantního postavení tedy vždy potřeba provést odbornou ekonomickou analýzu výše zmíněných faktorů a jejich vzájemných vztahů a na základě toho stanovit, zda se podnik v dominantním postavení bude nacházet, či nikoli. Uvedené faktory pak dohromady určují tržní sílu podniku.

5.1.2 Tržní síla

Tržní síla podniku závisí zejména na tom, zda je schopen své postavení na trhu udržet i navzdory překážkám⁶⁹ (bariérám) vstupu na trh, které by potenciální konkurenti museli překonávat.⁷⁰

Tržní sílu pak posuzuje podle různých měřítek Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Vymezení pojmu tržní síly můžeme nalézt v ustanovení § 10 odst. 2 ZOHS: *„Tržní sílu podle odstavce 1 Úřad posuzuje podle hodnotového vyjádření zjištěného objemu dodávek nebo nákupu na trhu daného zboží (tržní podíl) dosaženého soutěžitelem nebo soutěžiteli se společnou dominancí v období, které je zkoumáno podle tohoto zákona a podle dalších ukazatelů, zejména podle hospodářské a finanční síly soutěžitelů,*

⁶⁷ Blíže viz ustanovení § 10 odst. 2 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

⁶⁸ C-333/94P, Tetra Pak International SA v. Komise (1996).

⁶⁹ Překážkami (resp. bariéry) vstupu jsou specifické vlastnosti trhu, které poskytují na trhu již fungujícím podnikům výhody nad na trh nově přichozími soutěžiteli.

⁷⁰ PETR, M. a kol. Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2010, s. 119.

právních nebo jiných překážek vstupu na trh pro další soutěžitele, stupně vertikální integrace soutěžitelů, struktury trhu a velikosti tržních podílů nejbližších konkurentů.“ Posuzován je ale stále především tržní podíl dosažený soutěžitelem nebo soutěžiteli se společnou dominancí⁷¹ (*oligopol*⁷²) v období, které je zkoumáno, dále je posuzována hospodářská a finanční síla soutěžitelů, právní nebo jiné překážky vstupu na trh pro další soutěžitele, stupeň vertikální integrace soutěžitelů, strukturu trhu a velikosti tržních podílů nejbližších konkurentů.

5.1.3 Překážky vstupu na trh

Překážky vstupu na trh způsobují potencionálním soutěžitelům především znesnadnění zapojení se do hospodářské soutěže a odrazují je tak od vstupu na trh. Mohou být právní nebo i jiné. Častou překážkou může být zejména technologická převaha a technické prostředky, které nelze snadno získat, a které znamenají pro ostatní podniky značnou nevýhodu v soutěžním prostředí. Pro upřesnění je třeba odkázat na případ Hoffmann-La Roche⁷³, kdy tato společnost byla nejsilnějším farmaceutickým podnikem díky své vedoucí pozici v procesu inovace a vývoje nových technologií, na základě čehož tedy bezesporu dosáhla dominantního postavení na tomto trhu. Dalším příkladem může být společnost United Brands⁷⁴, která bránila dalším soutěžitelům ke vstupu na trh nastavením takových překážek, jako jsou investování do vytvoření a lepšího chodu banánových plantáží, zvýšení zdroje nabídky, aby se vyhnuli důsledku nemoci ovoce a špatnému počasí, zajištění

⁷¹ Viz kapitola 5.3 o kolektivní dominanci.

⁷² Výklad pojmu: tržní struktura na straně nabídky, která je charakteristická existencí malého počtu firem v odvětví, přičemž alespoň některé firmy mohou ovlivňovat celkovou cenu odvětví, resp. alespoň některé firmy jsou tvůrci ceny.

⁷³ 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Evropská komise, (1979).

⁷⁴ 27/76 United Brands Company and United Brands Continentaal BV v. Komise (1978).

vhodného distribučního systému, což bylo pro zboží, které velmi rychle podléhá zkáze stěžejním krokem a v neposlední řadě i zvýšení nákladů na reklamu.

5.2 Zvláštní odpovědnost dominantních podniků

Komunitární praxe dominantním podnikům přiřkla vyšší, zvláštní odpovědnost a tuto speciální odpovědnost konstatoval ESD ve svém rozsudku Michaelin⁷⁵ takto „...*fakt, že podnik má dominantní postavení na trhu, jednoduše znamená, že bez ohledu na důvody existence takového dominantního postavení má dotčený podnik zvláštní odpovědnost nepřipustit, aby jeho jednání narušilo existující soutěž na společném trhu...*“. Tato speciální odpovědnost platí i pro české soutěžitele s tím, že je třeba dodržovat zákonný zákaz zneužívání takového postavení na trhu. Vyšší neboli zvláštní odpovědnost implikuje, že dominantní podnik nemá ve své obchodní strategii zcela volné ruce a musí brát větší ohled na potenciální dopady svého jednání, než podnik s menší tržní mocí. Dosah této zvláštní odpovědnosti je třeba posoudit vždy podle okolností daného případu, vzhledem k přiměřenosti a legitimitě.⁷⁶ Jde tedy o další z řady pojmů s nejasným, neexaktním obsahem.

5.3 Kolektivní dominance

Jde o případy, kdy je postavení na trhu zneužito několika podniky, které mají dominantní postavení společné.⁷⁷

Podmínky pro existenci kolektivní dominance však budou splněny i v případech neexistence kontraktuálních či strukturálních vazeb. V rozsudku

⁷⁵ 322/81 NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Komise, (1983).

⁷⁶ MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha : C.H.Beck, 2009, s. 117.

⁷⁷ Zde je třeba odlišovat od koncernu/holdingu, který tvoří jedinou ekonomickou jednotku.

případu Gencor⁷⁸ soud konstatoval, že „dostatečné ekonomické vazby mohou být dány i strukturou relevantního trhu“. Taková situace nejčastěji nastává zejména u oligopolu s velmi malým počtem firem, zde jsou si podniky dobře vědomy své vzájemné závislosti, podobných zájmů a cílů, v důsledku těchto vlastností daného trhu mají silný motiv synchronizovat své tržní chování a maximalizovat tak svůj společný zisk. Každý z podniků počítá s tím, že jakékoliv jeho konkurenční jednání za účelem zvýšení svého podílu na trhu nebo zisku, musí nutně vyvolat podobnou reakci ze strany konkurenta, což má za následek eliminaci případných výnosů z jeho původního jednání, tato situace může vést k obecnému snížení cen.

Obecně se za faktory příznivé ke vzniku oligopolu, a tedy i kolektivní dominance, považují následující vlastnosti trhu: podstatná koncentrace na nabídkové straně, symetrie, transparentnost trhu, roztržitěná strany poptávky, statická nebo klesající poptávka, standardizovaný či homogenní produkt, netrvanlivý produkt, možnost rychlé změny cen, cenová konkurence je důležitější než konkurence necenová, neelastická poptávka při konkurenční ceně, vysoký podíl fixních nákladů ve vztahu k variabilním nákladům, podobná nákladová struktura a výrobní procesy, zdlouhavý vstup nových konkurentů na trh, lokální charakter trhu, praktiky spolupráce a historie dohod narušujících soutěž v daném odvětví.⁷⁹

Postupem času byly rozhodovací praxí formulovány tři podmínky pro existenci oligopolu:

- „každý člen oligopolu musí mít možnost zjistit, jak se jak se chovají jeho členové, aby si mohl ověřit, zda skutečně praktikují společnou strategii;
- situace tiché kooperace musí být udržitelná v čase, tzn. že u všech účastníků musí existovat motivace k zachování společné strategie;

⁷⁸ T-102/96 Gencor Ltd. v Komise (1999).

⁷⁹ K tomu blíže článek HLADKÁ, L. Kolektivní dominance, ze dne 17.4. 2009 <http://www.epravo.cz/top/clanky/kolektivni-dominance-55792.html>.

- *skutečnost, že předvídatelné reakce existujících a budoucích možných konkurentů neohrozí výsledky očekávané od společné strategie.*“⁸⁰

Klíčovým ustanovením, na kterém je koncept kolektivní dominance založen, je článek 102 SFEU, který říká, že: *„jakékoli zneužití dominantního postavení na společném trhu nebo jeho podstatné části jedním nebo více podniky je zakázáno jako neslučitelné se společným trhem, pokud je způsobilé ovlivnit obchod mezi členskými státy.“*

Původně soudy nebyly myšlenky použití článku 102 na více než jeden samostatný a nezávislý podnik nakloněny. Byla tu ovšem zdůrazňována potřeba rozlišovat mezi jednáním ve vzájemné shodě („*concerted practices*“⁸¹) podle článku 101 jako společným jednáním a zneužitím dominantního postavení jako jednostranným úkonem podle článku 102⁸². Koncept kolektivní dominance byl uznán až v rozhodnutí případu Italian Flat Glass⁸³.

Postata dominance jednoho podniku i kolektivní dominance je identická a spočívá v podmínce *„aby byl podnik dominantní, musí mít tržní sílu, která mu umožňuje jednat v podstatném rozsahu nezávisle na konkurentech, zákaznících a spotřebitelích a bránit efektivní soutěži a aby skupina podniků byla společně dominantní, musí se dostat do podobné pozice jako samostatně dominantní podnik.“*⁸⁴

⁸⁰ MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha : C.H.Beck, 2009, s. 108.

⁸¹ WHISH, R. Competition law. 6. vydání. Oxford: Oxford University Press, 2009, s. 104 – *„conduct which is not attributable to an agreement or a decision may nevertheless amount to an infringement“*.

⁸² K tomu blíže viz rozhodnutí 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Komise (1979) a 172/80 Gerhard Züchner v Bayerische Vereinsbank AG v. Komise (1981).

⁸³ Spojené případy T - 68/89, T - 77/89, T 78/89 Societa Italiana Vetro v Komise (Italian Flat Glass), (1992): *„...Neexistuje v principu nic, co by bránilo tomu, aby dvě nebo více nezávislých ekonomických entit, na určitém trhu, spojených takovými ekonomickými vazbami („economic links“) v důsledku této skutečnosti, měly kolektivně dominantní postavení ve vztahu k ostatním podnikatelům na stejném trhu.“*

⁸⁴ K tomu blíže článek HLADKÁ, L. Kolektivní dominance, ze dne 17.4. 2009 <http://www.epravo.cz/top/clanky/kolektivni-dominance-55792.html>

6 Zneužití dominantního postavení jako součást soutěžního práva

Zneužití dominantního postavení je jedním ze tří základních pilířů soutěžního práva v užším smyslu. Stojí tak vedle dohod narušujících soutěž a kontroly spojování podniků (tzv. joint-ventures). Vedle dohod přímo určujících cenové podmínky (tzv. hardcore cartels⁸⁵) je pak zneužití dominantního postavení nejtěžším deliktem proti hospodářské soutěži.⁸⁶ Na rozdíl od kontroly spojování podniků, kde dochází ke státní ingerenci pro účinnou ochranu hospodářské soutěže, v oblasti ochrany proti zneužití dominantního postavení dochází až ke kontrole následné⁸⁷; na rozdíl od dohod omezujících soutěž, které představují dvou a vícestranné jednání mezi soutěžiteli za účelem uzavření soutěž narušující dohody. Naopak zneužití dominantního postavení je jednáním jednostranným.

K narušení účinné soutěže dojde v případě, kdy se určitému podniku podaří své konkurenty vyloučit z trhu, anebo je nadměrně omezovat, popřípadě zabránit jim ke vstupu na trh. K této situaci dochází zejména tehdy, kdy určitý soutěžitel získá na trhu dominantní postavení, jež zneužije na úkor ostatních konkurentů na trhu a rezignuje tak na hospodářskou soutěž, kde figuruje. Tímto jsou postiženy nejen další soutěžitelé, ale také spotřebitelé. Obecně totiž platí, že čím silnější jsou jednotlivé podniky na trhu způsobilé jej ovládat, tím slabší je soutěžní intenzita, a čím slabší je hospodářská soutěž, o to snadněji jsou soutěžitelé v dominantních postaveních schopni ovládnout trh, zajistit si nejvýhodnější rozdělování a užívání existujících zdrojů. Tímto se pak oslabuje i motivace dominantního podniku ke zvyšování kvality, technickým vylepšením, výkonnosti, snižování nákladů a k dalším inovacím nebo také schopnost optimalizovat nabídku vůči spotřebiteli.

⁸⁵ U hard-core kartelů jde především o způsobilost přímého narušení hospodářské soutěže, které vyplývá už z jeho podstaty (by its own nature). Viz definice: „A hardcore cartel means agreement on market division and on quantity restriction which hamper competition directly.“

⁸⁶ RAUS, D., NERUDA, R. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář a souvisící české i komunitární předpisy. 2. vydání. Praha : Linde Praha, 2006, s. 151.

⁸⁷ ŠILHÁN, J. Dominantní postavení a jeho zneužití cenovými praktikami. Brno, 2009. Disertace (PhD.). Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Katedra obchodního práva. Dostupná z http://is.muni.cz/th/53649/pravf_d, s. 28.

Dominantní postavení na trhu je způsobilé oslabovat přirozené fungování soutěže a soutěžní iniciativu a tyto škodlivé následky se pak projevují i na spotřebitelích.⁸⁸

Racionální chování soutěžitelů v dominantní pozici vede k ochraně vlastních obchodních zájmů, k tomu jim musí být ponechána možnost zajistit svou tyto zájmy a efektivitu příslušnými kroky. Ze své podstaty tak hospodářská soutěž může vést k vyloučení méně efektivních soutěžitelů z trhu. Dominantní podniky proto mohou soutěžit jen prostřednictvím své vyšší efektivity nad méně efektivními konkurenty.

Samotný pojem zneužití dominantního postavení není definován právem, ale judikaturou⁸⁹. Rozhodná kritéria pro určení, zda soutěžní chování je či není zneužitím dominantního postavení, budou specifické podmínky daného případu, jako například jeho ekonomická podstata nebo konkrétní účinky daného chování na trhu a nikoli pouze jeho forma. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že některé soutěžní chování, které na jednom trhu v určitých souvislostech působí zcela neškodně, může být na jiném trhu považováno za poněkud problematické. Měřítkem pro posouzení, zda je konkrétní jednání zneužitím dominantního postavení, lze odvodit od hlavního cíle ochrany hospodářské soutěže – příslušné jednání nesmí z dlouhodobého hlediska přímo nebo nepřímo snižovat prospěch spotřebitele.

6.1 Zneužití dominantního postavení v českém právu

Česká právní úprava v ustanovení § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže přímo zakazuje takové jednání soutěžitele, které spočívá ve zneužívání dominantního postavení na trhu na úkor jiných soutěžitelů anebo spotřebitelů. Pouhé dosažení dominantního postavení na trhu (na rozdíl od právní úpravy některých jiných států) není zakázané, zákaz se týká pouze zneužívání tohoto postavení, tedy že v případě dosažení takového postavení dojde k jeho úmyslnému zneužití se záměrem zlepšení

⁸⁸ ONDREJOVÁ, D. Národní šampioni a hospodářská soutěž. Praha: Linde Praha, a. s. 2007, s. 209.

⁸⁹ 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Evropská komise, (1979).

své pozice na trhu a likvidace či oslabení konkurence. Zákon nedefinuje, co se rozumí pod pojmem zneužívání dominantního postavení na trhu, ale uvádí demonstrativní výčet chování, které je podřazováno pod zneužívání dominance. Toto jednání samo o sobě nemusí být nikterak závadné, a pokud se ho dopustí nedominantní soutěžitel, nebude hodnoceno jako jednání narušující soutěž. Pokud se ho však dopustí soutěžitel s dominantním postavením, bude se jednat o protiprávní jednání. Jako zneužitím dominantního postavení zákon o ochraně hospodářské soutěže demonstrativně uvádí:

- *přímé nebo nepřímé vynucování nepřiměřených podmínek ve smlouvách s jinými účastníky trhu*
- *vázání souhlasu s uzavřením smlouvy na podmínku odebrání i dalšího plnění druhou stranou, které s požadovaným předmětem smlouvy nesouvisí*
- *uplatňování rozdílných podmínek při stejném či podobném plnění vůči jednotlivým účastníkům trhu, jimiž jsou tyto účastníci v hospodářské soutěži znevýhodňováni – tzv. diskriminační chování*
- *zastavení nebo omezení výroby, odbytu nebo výzkumu a vývoje na úkor spotřebitelů*
- *dlouhodobé nabízení a prodej zboží za nepřiměřeně nízké ceny, které má nebo může mít za následek narušení hospodářské soutěže*
- *odmítnutí poskytnout jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu přístup k vlastním přenosovým sítím nebo obdobným rozvodným a jiným infrastrukturním zařízením, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud jiní soutěžitelé z právních nebo jiných důvodů nemohou bez spoluužívání takového zařízení působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé, kteří přitom neprokáží, že takové spoluužívání není z provozních nebo jiných důvodů možné anebo je od nich nelze spravedlivě požadovat; totéž přiměřeně platí pro*

odmítnutí přístupu jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu k využití duševního vlastnictví nebo přístupu k sítím, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud je takové využití nezbytné pro účast v hospodářské soutěži na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé nebo na jiném trhu.⁹⁰

Obecně lze říci, že toto zneužití představuje určitý druh chování, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a které má za následek určitou poruchu na relevantním trhu.

6.2 Evropská úprava zneužití dominantního postavení

Základ evropské úpravy zneužití dominantního postavení je obsažen od 1. prosince 2009 ve Smlouvě o fungování Evropské unie⁹¹, konkrétně v jejím čl. 102 (doslovně přejatý čl. 82 Smlouvy o založení Evropského společenství/SES)⁹². Mezi prameny sekundárního práva patří například nařízení Rady č. 1/2003⁹³, o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 101 a 102 Smlouvy o fungování Evropské unie. V únoru 2009 publikovala Evropská komise své sdělení nazvané Pokyny k prioritám Komise v oblasti prosazování práva při používání čl. 102 SFEU na zneužívající chování dominantních podniků vylučující ostatní soutěžitele⁹⁴ v Úředním věstníku (pod č. 2009 C 45/7)⁹⁵

Článek 102 SFEU tedy přímo stanoví, že „s vnitřním trhem je neslučitelné, a proto zakázané, pokud to může ovlivnit obchod mezi členskými státy, aby

⁹⁰ Ustanovení § 11 odst. 1 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

⁹¹ Dále jen SFEU.

⁹² V případě čl. 81 nebo 82 SES se jedná o ekvivalentní předchůdce čl. 101 a 102 SFEU, se všemi důsledky z toho plynoucími.

⁹³ Toto nařízení vytváří systém souběžných pravomocí, ve kterých Komise, příslušné vnitrostátní orgány pro hospodářskou soutěž zemí Evropské unie a vnitrostátní soudy mohou používat články 101 a 102 SFEU.

⁹⁴ Bližší rozbor Pokynů viz ŠILHÁN, J. Aktuální vývoj v právu proti zneužití tržní dominance – nová aplikační metodika k čl. 82 SES, *Obchodněprávní revue*, 5/2009, s. 121 -125.

⁹⁵ Dále také jen jako Pokyny Komise.

jeden nebo více podniků zneužívaly dominantního postavení na vnitřním trhu nebo jeho podstatné části.

Takové zneužívání může zejména spočívat:

- *v přímém nebo nepřímém vynucování nepřiměřených nákupních nebo prodejních cen anebo jiných nerovných obchodních podmínek;*
- *v omezování výroby, odbytu nebo technického vývoje na úkor spotřebitelů;*
- *v uplatňování rozdílných podmínek vůči obchodním partnerům při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodňováni v hospodářské soutěži;*
- *v podmiňování uzavření smluv s tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.“*

Článek 102 SFEU má na vztahy mezi subjekty soutěžního práva bezprostřední účinek, což konstatoval ESD ve svém rozsudku ve věci *Br t v. Sabam*⁹⁶, navíc se tomuto pravidlu dostalo přímého vyjádření i v nařízení Rady č. 1/2003, přesněji v jeho čl. 5 a 6. A v případě vzájemně neslučitelných ustanovení vyžaduje obecná zásada přednosti práva EU, aby vnitrostátní soudy nepoužily jakékoli ustanovení vnitrostátního práva, které porušuje pravidlo EU, a to bez ohledu na to, zda takové ustanovení vnitrostátního práva bylo přijato před pravidlem EU nebo po něm.

6.3 Zneužití dominantního postavení v judikatuře ESD

Předmětem posuzování zneužití dominantního postavení není jakýkoli subjektivní vztah podniku v dominantním postavení k jeho omezujícímu či narušujícímu chování. S postavením dominantního podniku je spojena

⁹⁶ Viz rozhodnutí 127/73 *Br t v. Sabam*, (1974), kde ESD konstatoval, že zákazy vyplývající z ustanovení čl. 81 a 82 mají bezprostřední účinek na vztahy mezi subjekty soutěžního práva a zakládají a práva povinnosti, jejichž ochranu a uplatnění musí národní soudy zajistit.

zejména speciální odpovědnost, která se projevuje ve zvláštní, nedominantním soutěžitelům neuložené, povinnosti předcházet takovému jednání které by spočívalo v úmyslném zneužití své dominantní pozice na trhu, tedy povinnost nezneužívat své postavení.⁹⁷ To hlavně proto, že toto jeho postavení je natolik výrazné, že samo o sobě ovlivňuje strukturu trhu, a hospodářská soutěž na tomto trhu, resp. její úroveň, je již samotnou existencí dominantního soutěžitele značně oslabena (o čemž se hovoří i v rozsudku ESD ohledně Hoffman-La Roche).⁹⁸ Přesný rozsah zvláštní odpovědnosti je však vždy třeba posuzovat s ohledem na všechny okolnosti konkrétního případu, jak uvedl Soud první instance ve svém rozsudku ve věci *Compagnie Maritime Belge Transports v. Komise*.⁹⁹

Ke zneužití dominantního postavení může ale dojít i na jiném trhu, než na kterém má podnik dominantní postavení, a to v případě, kdy „*dominant ve značné míře ovlivňuje situaci na tomto „jiném“ trhu*“ (případ *Tetrapak II*).¹⁰⁰ Často se jedná o tzv. výrobkově sousedící trhy, tedy sousední trhy, na nichž k podobnému protiprávnímu jednání nedošlo, ale přesto je zde patrný negativní vliv takového jednání (rozhodnutí ESD ve věci *RTT*¹⁰¹).

Další odlišností od ostatních pilířů soutěžního práva spočívá v tom, že předmětem reprobace není, jak již bylo zmíněno výše, pouhá existence dominantního postavení, bylo-li takového postavení dosaženo v poctivém konkurenčním boji a v souladu s dobrými mravy¹⁰², není nezákonná, jak ostatně vyplývá z rozsudku ESD ve věci *Michelin*.¹⁰³ Naproti tomu je zákaz uzavírání kartelových dohod bezprostředně směřován na omezení soutěže formou koordinace soutěžního chování se samostatných soutěžitelů na trhu, respektive na samotnou legalitu a existenci takové kartelové

⁹⁷ 322/81, *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v. Komise*, (1983).

⁹⁸ 85/76 *Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Komise*, (1979).

⁹⁹ T 24/93, *Compagnie Maritime Belge Transports v. Komise*, (1996).

¹⁰⁰ C-333/94P, *Tetra Pak International SA v. Komise* (1996).

¹⁰¹ C-18/88 *RTT vs. GB-Inno-BM*, (1991).

¹⁰² Obdobný výrok uvádí i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, např. v rozhodnutí č. j. S 36/99, LOM PRAHA.

¹⁰³ 322/81, *NV Nederlandsche Banden Industrie Michaelin v. Komise*, (1983).

dohody.¹⁰⁴ Nezbytným předpokladem zneužití dominantního postavení je bezesporu samotná existence dominantní pozice na trhu. Ačkoliv má určité jednání soutěžitele povahu zakázaného jednání ve formě zneužití dominance, pokud nebude činěno z pozice samotného dominanta, nelze takové jednání podřadit pod zákaz zneužití dominantního postavení (viz rozhodnutí ESD v případě *Alsatel v. Novasam*).¹⁰⁵

6.4 Způsoby zneužití dominance

Na základě chování podniku v dominantním postavení může k jeho zneužití dojít buď formou využití své tržní moci k eliminaci hospodářské soutěže, zde se pak bude jednat o zabraňovací soutěž, nebo formou uplatnění své převahy nad ostatními slabšími konkurenčními podniky, toto chování pak nazýváme vykořisťovací soutěží.¹⁰⁶ Článek 102 SFEU¹⁰⁷ demonstrativně vypočítává několik skutkových podstat zneužití dominantního postavení. Zneužití může mít podobu několika různých forem.

6.4.1 Vynucování nepřiměřených podmínek

Podle ustanovení § 11 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně hospodářské soutěže toto jednání spočívá zejména v *„přímém nebo nepřímém vynucování nepřiměřených podmínek ve smlouvách s jinými účastníky trhu, zvláště vynucování plnění, jež je v době uzavření smlouvy v nápadném nepoměru k*

¹⁰⁴ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 158.

¹⁰⁵ C 247/86 *Société alsacienne et lorraine de télécommunications et d'électronique (Alsatel) v SA Novasam*, (1988).

¹⁰⁶ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 174-175.

¹⁰⁷ Český zákonodárce převzal od počátku tento výčet skutkových podstat ale oproti znění článku 102 SFEU je rozšířil o další dvě skutkové podstaty, a to: i) prodeje zboží za nepřiměřeně nízké ceny a ii) odmítnutí poskytnout jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu přístup k přenosovým sítím nebo jiným infrastrukturním zařízením a tito nemohou bez spoluzívání takového zařízení působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitel - viz ustanovení § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

poskytovanému protiplnění.“ Zrcadlově je skutková podstata vynucování nepřiměřených podmínek upravena v článku 102 SFEU, a to jako „*přímé nebo nepřímé vynucování nepřiměřených nákupních nebo prodejních cen anebo jiných nerovných obchodních podmínek.*“ Tato skutková podstata uvádí jak neodůvodněně vysoké ceny (unfairly high prices), které jsou považovány za nadměrné ve vztahu k ekonomické hodnotě obchodovaného zboží, popřípadě různé ceny za totéž zboží na různých relevantních trzích v členských státech, tak i nepřiměřenost obchodních/ smluvních podmínek. Nepřiměřenost cen se může týkat obchodních rozpětí i různých forem rabatů¹⁰⁸, které je pak možno rozdělit na věrnostní a cílové.¹⁰⁹ Toto jednání může být namířeno jak směrem ke konkurentům tak směrem ke spotřebitelům.¹¹⁰

6.4.2 Vázané obchody

Další jednání, při němž dochází ke zneužívání dominantního postavení, představuje „*vázání souhlasu s uzavřením smlouvy na podmínku, že druhá smluvní strana odebere i další plnění, které s požadovaným předmětem smlouvy věcně ani podle obchodních zvyklostí nesouvisí.*“¹¹¹ Vázané obchody (junktivy) mohou být i nástrojem rozšíření trhu a posílení dominantního postavení. V evropské úpravě jsou vázané obchody definovány jako *podmiňování uzavření smluv tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.*¹¹² Typickou ukázkou

¹⁰⁸ Rabaty znamenají jisté formy slevy při odběru určitého množství zboží.

¹⁰⁹ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 175.

¹¹⁰ Rozhodnutí předsedy Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže č.j. R 1/2000 ve věci Jihomoravská plynárenská, k dispozici na www.compet.cz.

¹¹¹ Ustanovení § 11 odst. 1 písm. b) zákona o ochraně hospodářské soutěže.

¹¹² Ustanovení článku 102 písm. d) SFEU.

zneužití dominantního postavení formou uzavření vázaného obchodu byl případ Hilti¹¹³, kde šlo o dominantního výrobce nastřelovacích pistolí a příslušenství k nim, který na základě požadavku odběru pistolí pro nástřel hřebíků současně s vlastními nastřelovacími hřeby a zásobníky narušoval trh s tímto příslušenstvím. Společnost Hilti se bránila argumentem, že vázala prodej nastřelovacích pistolí s příslušenstvím z bezpečnostních důvodů, neboť ostatní výrobci daného příslušenství nebyli schopni dosáhnout takových standardů jako Hilti. Komise toto jednání však uznala jako vázání odběru výrobků na odběr příslušenství.

6.4.3 Diskriminace

Článek 102 písmeno (c) SFEU zakazuje stanovování *rozdílných podmínek vůči obchodním partnerům při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodňováni v hospodářské soutěži.*

Uplatňování rozdílných podmínek pokud je objektivně ospravedlnitelné nepředstavuje porušení soutěžních pravidel. Ovšem chování dominantních podniků, které spočívá v uplatňování nestejných podmínek na obdobné transakce s rozdílnými obchodními partnery tím, že je znevýhodňuje v soutěži, znamená zneužití dominantního postavení¹¹⁴, jak je uvedeno v rozhodnutí ESD případu United Brands, kdy dominantní podnik dodával banány totožné kvality do různých členských států Unie za rozdílnou cenu. Na svou obranu dominant uvedl, že rozdíly v cenách byly rozumně ospravedlnitelné rozdílnými tržními podmínkami, zejména sezónními výkyvy poptávky. Soud s tímto nesouhlasil, jelikož bylo prokázáno, že identické banány se prodávaly na tomtéž místě za rozdílné ceny.

¹¹³ Rozsudek ESD č.j. C-53/92 P., Hilti AG v. Komise (1994).

¹¹⁴ 27/76, United Brands Company and United Brands Continentaal BV v. Komise (1978).

Diskriminace je tedy možná v případech, kdy podnik v dominantním postavení má vliv na různé skupiny svých zákazníků s různou elasticitou poptávky, a zároveň mezi těmito zákazníky není možná jiná domluva.

Diskriminace tak v sobě zahrnuje velké množství praktik jako třeba cenová diskriminace, kterou je schopen uplatňovat podnik s velkou tržní silou, aby mohl takové ceny účtovat. Například v rozhodnutí Soudu první instance ve věci Tetra Pak¹¹⁵ tato společnost stanovovala v různých členských státech rozdílné ceny pro svá zařízení na balení mléka a kartonů, diskriminovala tak na základě geografické polohy. Soud k tomu dodal, že tyto rozdíly v cenách nemohou být přisuzovány objektivním tržním podmínkám. Připustil ovšem možnost ospravedlnění při stanovení rozdílných cen na základě regionálních podmínek. Nicméně objektivní způsob ospravedlnění pro cenovou diskriminaci mezi členskými státy evropské unie bude velmi složité prokazovat, zejména z důvodu posuzování jednotného zeměpisného trhu.¹¹⁶

Cenová diskriminace bývá nejčastěji definována jako situace, kdy dva stejné produkty, které mají stejné mezní náklady na svoji produkci, jsou soutěžiteli nabízeny respektive prodávány za rozdílné ceny v důsledku čehož jsou konkurenti znevýhodňováni.¹¹⁷

6.4.4 Zastavení nebo omezení výroby, výzkumu a vývoje

Zastavení nebo omezení výroby, odbytu nebo výzkumu a vývoje na úkor spotřebitelů jako jeden ze způsobů zneužití dominantního

¹¹⁵ T-83/91, Tetra Pak Rausing v. Komise (1994) ECR II-755, (1997).

¹¹⁶ FAULL, J., NIKPAY, A. The EC Law of Competition, Oxford University Press, 1999.

¹¹⁷ BROUČEK, M. Cenová diskriminace – opravdu takové zlo?, Antitrust, 1/2011, s. 10 – 15.

postavení na trhu je uvedeno v ustanovení § 11 odst. 1 písm. d) ZOHS, resp. v článku 102 písm. b) SFEU.

Toto jednání ze strany dominantního podniku může být motivováno různými cíli, ovšem ne všechny tyto cíle lze považovat a priori za nelegitimní. Vývoj a inovace postupem času vedou k omezení či úplnému zastavení výroby a dochází tak k jejich nahrazení novou produkcí, toto jednání však nelze považovat za nelegitimní, byť je praktikuje podnik v dominantním postavení. Protiprávním se toto chování na trhu stává ve chvíli, kdy takové jednání zahrnuje i zneužívající praktiky, např. pokud se bude jednat o svévolné rozhodnutí již nevyrábět náhradní díly pro určité zboží v situaci, kdy toto zboží je stále v oběhu.¹¹⁸

6.4.5 Nepřiměřeně nízké ceny resp. predátorské ceny

„Predátorské jednání je charakteristické úmyslnou akceptací ztrát v důsledku nastolení nepřiměřených cen za účelem vyloučení konkrétních soutěžitelů.“¹¹⁹

Zákonná úprava je obsažena v ustanovení § 11 odst. 1 písm. e) zákona o ochraně hospodářské soutěže, které přímo stanoví, že zneužívání dominantního postavení na trhu může spočívat v *„dlouhodobém nabízení a prodeji zboží za nepřiměřeně nízké ceny, které má nebo může mít za následek narušení hospodářské soutěže.“*

Predátorské ceny (dravé ceny¹²⁰, predatory prices) představují takovou obchodní strategii, kdy dominantní podnik nejprve stlačí ceny co nejvíce dolů tak, aby odstranil konkurenty z trhu, kteří při

¹¹⁸ Jak uvádí ESD ve svém rozhodnutí ve věci C-238/87 Volvo v. Veng (1988).

¹¹⁹ TONAROVÁ, Z. Zakázané nepřiměřeně nízké ceny, Obchodní právo 6/2010, s. 19 – 28.

¹²⁰ J. BEJČEK používá vedle zažitého termínu „predátorské ceny“ také termín „dravé ceny“. BEJČEK, J. in ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007, s. 455.

takto nízkých cenách nejsou schopni fungovat, a poté ztrátu vyrovnává tak, že ceny opět zvedne. Celkovou ztrátu z tohoto jednání tedy překonává prostřednictvím dlouhodobého monopolního zisku. Predátorské ceny jsou nastaveny tak, že mají konkurenty ze soutěže vyloučit, zbrzdit je, nebo alespoň citelně oslabit, a to za cenu přerozdělení bohatství směrem od soutěžitele v dominantním postavení ke spotřebitelům, kteří z nízkých cen po dobu jejich uplatnění bezesporu profitují.¹²¹

Nízké ceny a tlak na ně jsou jedním z hlavních pozitivních efektů soutěže. Hospodářská soutěž brání podnikům zvedat ceny nad soutěžní úroveň, nízké ceny by tedy měly mít víceméně pozitivní přínos. V případě predátorských cen jsou ale ceny tak nízké, že soutěž poškozují, než aby jí prospívaly.¹²²

Je mimořádně obtížné rozlišit nízké ceny jako produkt soutěže a nízké ceny namířené na poškození soutěže. V rámci toho je nutné respektovat rozdíl mezi poškozením soutěže a poškozením konkurentů. Poškozování konkurentů je nutnou podmínkou soutěže, není tedy možné pouze poukázat na fakt, že konkurenti ztrácejí tržní podíly kvůli nízkým cenám určitého podniku.¹²³ Hlavním ukazatelem tedy bude právě úmysl vystrnadit veškerou konkurenci ze soutěžního prostředí. Z tohoto důvodu pouhé prokázání existence cen nízkých tak, že konkurenti nejsou schopni nadále fungovat a opustí trh, není dostatečným prokázáním existence predátorských cen s úmyslem zbavit se konkurence. Při posuzování takového jednání je třeba ohlížet se na to, aby

¹²¹ ŠILHÁN, J. Dominantní postavení a jeho zneužití cenovými praktikami. Brno, 2009. Disertace (PhD.). Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Katedra obchodního práva. Dostupná z http://is.muni.cz/th/53649/pravf_d, s. 109.

¹²² BISHOP, S., WALKER, M. Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. London : Sweet & Maxwell, 2002, s. 218.

¹²³ BISHOP, S., WALKER, M. Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. London : Sweet & Maxwell, 2002, s. 218.

přehnaná aktivita v oblasti potlačování dravých cen nevedla nakonec k vyloučení cenové soutěže ku prospěchu spotřebitelů.

Predátorské ceny tedy mohou být definovány jako úmyslné omezení výnosů v krátkodobém horizontu s očekávaným zvýšením zisků po odchodu konkurentů z trhu. Základní pomůckou při odhalování dravých cen je nákladová analýza, neboť soutěžní ceny by měly krýt alespoň variabilní náklady podnikatele (detailněji viz dále). Jinak je poskytování předmětné služby ztrátové. Jedním z důvodů, proč operovat se ztrátovými cenami, je politika predátorských cen zaměřená na vytlačení rivalů z trhu. Jde o mimosoutěžní souboj spočívající v převaze finanční síly, neboť zásadním faktorem je schopnost přestát období finančních ztrát.¹²⁴

6.4.6 Excesivní ceny

Naproti nepřiměřeně nízkým cenám stojí tzv. excesivní ceny, které lze chápat jako ceny až nespravedlivě vysoké. Tyto ceny jsou bezdůvodně vyšší než ty, které se přirozeně vytvořily za běžných soutěžních podmínek, a jsou spotřebiteli často vnímány jako monopolní ceny. Tuto zneužívající praktiku však soutěžní orgány postihují velmi zřídka a to hlavně z důvodu samoregulační síly trhu, která se s nimi daleko efektivněji vypořádá sama než antimonopolní zákonodárství.

Zdrženlivý přístup k zásahům proti excesivním cenám je zaujímán veřejnou mocí zejména ze tří důvodů. První z nich spočívá v tom, že zákaz vysokých cen by mohl odradit soutěžitele od nových inovací, které často vedou ke zlepšení a rozvoji trhu. Druhým důvodem je fakt, že stanovit rozmezí spravedlivě vysoké ceny je

¹²⁴ ŠILHÁN, J. Dominantní postavení a jeho zneužití cenovými praktikami. Brno, 2009. Disertace (PhD.). Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Katedra obchodního práva. Dostupná z http://is.muni.cz/th/53649/pravf_d, s. 110.

poněkud obtížné, vysoká cena totiž povětšinou bude odrážet úspěšné podnikatelské snažení a může plynout ze zavedených inovací a investic. Posledním argumentem proti zasahování do excesivních cen je ten, že vysoké monopolní zisky mohou mít za následek lákání nových soutěžitelů na trh a dochází tak k vytvoření většího konkurenčního prostředí.¹²⁵

Vůbec poprvé byla excesivní cena konstatována v rozhodnutí ESD ve věci General motors¹²⁶ a to jako cena výrazně převyšující ekonomickou hodnotu nabízeného produktu.

6.4.7 Essential facilities

Poslední skutkovou podstatu z příkladného výčtu uvádí ZOHS v ustanovení § 11 odst. 1 písm. f) jako *„odmítnutí poskytnout jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu přístup k vlastním přenosovým sítím nebo obdobným rozvodným a jiným infrastrukturním zařízením, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud jiní soutěžitelé z právních nebo jiných důvodů nemohou bez spoluh užívání takového zařízení působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé, kteří přitom neprokáží, že takové spoluh užívání není z provozních nebo jiných důvodů možné anebo je od nich nelze spravedlivě požadovat; totéž přiměřeně platí pro odmítnutí přístupu jiným soutěžitelům za přiměřenou úhradu k využití duševního vlastnictví nebo přístupu k sítím, které soutěžitel v dominantním postavení vlastní nebo využívá na základě jiného právního důvodu, pokud je takové využití nezbytné pro účast v hospodářské soutěži na stejném trhu jako dominantní soutěžitelé nebo na jiném trhu.“* Prostřednictvím tohoto ustanovení je do

¹²⁵ PETR, M., TONAROVÁ, Z. Soutěžní právo, dominance a regulace „příliš vysokých“ cen, Právní rozhledy, 12/2010, s. 419 – 424.

¹²⁶ 26/75 General Motors Continental NV v Komise (1975).

zákona inkorporována na základě komunitární judikatury doktrína „essential facilities“¹²⁷, která představuje povinnost vlastníka popřípadě výhradního uživatele tzv. podstatných zařízení¹²⁸ za určitých podmínek umožnit přístup k těmto zařízení jiným skutečným či potenciálním soutěžitelům, kteří jimi nedisponují, avšak nezbytně je potřebují, aby mohli působit na stejném trhu jako dominantní soutěžitel.

Problematickým se ovšem v tomto případě zneužití dominantního postavení může stát fakt, že odmítnutí přístupu k zařízení není samo o sobě neoprávněným jednáním a tudíž poskytnutí součinnosti od vlastníka nebo výhradního uživatele nelze spravedlivě požadovat. V tomto případě bude třeba posuzovat, zda takové jednání ze strany dominanta má nebo nemá za účel buď:

- zamezení přístupu na trh jiným konkurentům;
- znesnadnění fungování konkurentů na trhu;
- poškození hospodářské soutěže; atd.

Stěžejním příkladem odmítnutí přístupu k podstatným zařízením je nepochybně rozsudek ESD ve věci Bronner¹²⁹, kde je vymezen pojem podstatného zařízení. Takováto zařízení jsou definována jako zařízení nebo infrastruktura nezbytná k přístupu k zákazníkům nebo k podnikání konkurence, která nemůže být nijak rozumně nahrazena. Rozsudek Soudu první instance ve věci

¹²⁷ Tato doktrína má původ v judikatuře USA a to konkrétně v rozsudku Nejvyššího soudu USA z roku 1912, jímž bylo uloženo sdružení provozovatelů železnic poskytnout přístup k železniční síti jiným železničním společnostem, které se jinak bez využití železničních sítí nemohly podílet na hospodářské soutěži.

¹²⁸ Podstatná zařízení mohou být například infrastrukturní síť nebo jiná rozvodná či přenosová zařízení. Viz MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 124.

¹²⁹ C-7/97, Oscar Bronner GmbH & Co. KG v Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft mbH & Co. KG a Mediaprint Anzeigengesellschaft mbH & Co. KG (1998).

Coe Clerici Logistics SpA¹³⁰ pak následuje tento zavedený rozhodovací postup.

6.5 Zneužití kolektivní dominance

Jakýkoli podnik v dominantní pozici má „speciální odpovědnost nedovolit, aby jeho chování narušilo skutečnou neporušenou soutěž na společném trhu.“¹³¹ V rozhodnutí Soudu první instance ve věci Tetrapak se říká, že „rozsah této speciální odpovědnosti uložené dominantnímu podniku musí být posuzován ve světle specifických okolností každého případu, který ukazuje, že soutěž byla oslabena.“¹³² V případě, kdy půjde o kolektivní dominanci, mají tedy podniky, které jsou kolektivně dominantní, solidární odpovědnost vůči soutěžnímu okolí, kterou by měl samostatně dominantní podnik, a to i přesto, že samostatně nemají dostatečnou tržní sílu, aby se mohly chovat na trhu nezávisle a narušit efektivní soutěž.

¹³⁰ T-52/00, Coe Clerici Logistics SpA v. Komise (2002).

¹³¹ Tento požadavek potvrdil také ESD v odvolání proti rozhodnutí v případě C-413/06 P Bertelsmann AG and Sony Corporation of America v Independent Music Publishers and Labels Association (2008) (Impala), kde zdůraznil, že „...je nezbytné se vyhnout mechanickému přístupu zahrnujícímu oddělené ověřování každého z Airtours kritérií bez toho, aby byl brán v úvahu zastřešující ekonomický mechanismus hypotetické tiché koordinace.“

¹³² T-333/94 Tetra Pak International SA v. Komise (1996).

7 Relevantní trh a jeho funkce v soutěžním právu

Pojem relevantního trhu (popřípadě „*referenčního trhu*“¹³³) je v oblasti soutěžního práva bezesporu klíčovým pojmem a to jak na národní úrovni tak na komunitární. Za trh v nejjobecnějším slova smyslu můžeme z hlediska hospodářské praxe považovat tu oblast ekonomiky, ve které se uskutečňují transakce, kde tedy dochází k výměně zboží mezi jednotlivými subjekty.¹³⁴ Zjednodušeně se dá říci, že trh je místo, kde se střetává nabídka a poptávka. Relevantnost trhu je pak určena třemi složkami a to složkou výrobovou, místní a časovou.

7.1 Pojem relevantního trhu v českém právu

Pojem relevantního trhu je možno nalézt v zákoně o ochraně hospodářské soutěže z roku 1991, ovšem bez legální definice, ta se poprvé v české právní úpravě objevuje až v § 2 odst. 2 zákona 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže. Relevantní trh má zcela zásadní význam pro posuzování každého jednotlivého soutěžního chování a je vždy jedním prvních kroků při hodnocení kritérií, zda se bude v tom daném případě jednat o chování/jednání právem nedovolené, ať už půjde o dohody narušujících soutěž, zneužití dominantního postavení, nedovoleném spojení soutěžitelů. Vymezení relevantního trhu má bezesporu význam také při ukládání pokut za jednání narušující hospodářskou soutěž.¹³⁵ Relevantní trh je tak chápán jako „*označení pro prostorový a časový souběh (společnou interakci) nabídky a poptávky po takovém zboží, službách a výkonech, které jsou z hlediska uspokojení určitých potřeb uživatelů shodné nebo vzájemně zastupitelné.*“¹³⁶

¹³³ MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 75.

¹³⁴ VLČEK, J. Ekonomie a ekonomika, 4. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. s. 65.

¹³⁵ NERUDA, R. Relevantní trh a otázky související v teorii a praxi soutěžního práva (první část) Právní rozhledy 2004 č. 12, s 447 – 458.

¹³⁶ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007, s. 415.

7.2 Pojem relevantního trhu v evropské úpravě

Relevantní trh představuje proměnnou veličinu závisící vždy na konkrétních okolnostech případu, jejíž určení vyplyne z hodnocení řady mimoprávních faktorů. Na půdě evropského soutěžního práva pro účely vymezení relevantního trhu stěžejním dokumentem Sdělení Komise o definici relevantního trhu¹³⁷, které ve svých ustanoveních obsahuje definice relevantního trhu, jak pokud jde o výrobní trh, tak i o zeměpisný trh. Co nejpřesnější definování relevantního trhu má často rozhodující vliv na posouzení celého soutěžního případu.

7.2.1 Relevantní trh v rozhodovací praxi Komise

V počátcích aplikace soutěžního práva Komisí a ESD se většina případů týkala kartelů rozdělovajících trhy, stanovení cen a selektivních nebo exkluzivních distribučních dohod, jejichž vliv na vytváření jednotného trhu byl zřejmý. Základní kritéria pro vymezení pojmu relevantního trhu vypracovali Komise a ESD prostřednictvím svých rozhodnutí. Stěžejní význam měl pak rozsudek *Continental Can*¹³⁸, ve kterém ESD formuloval základní kritéria relevantního trhu a to jednak z hlediska jeho zastupitelnosti v souvislosti ke spotřebitelům a jednak z hlediska jeho zaměnitelnosti s výrobky jiných výrobců.

7.3 Definiční znaky relevantního trhu

Relevantním trhem se rozumí trh, kde jde z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití zboží, které je shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na konkrétním území, kde budou soutěžit

¹³⁷ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství (97/C 372/03)

¹³⁸ 6/72 *Europemballage/Continental Can v. Komise* (1975)

podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.

Klíčovým znakem je v tomto případě právě zastupitelnost a zaměnitelnost zboží za zboží jiné, které však má pro dané účely stejný význam. Pro hodnocení zaměnitelnosti jsou nejdůležitějšími faktory zejména cena, kvalita a trvanlivost. Zákon již nerozlišuje relevantní trh na místní a celostátní. Nicméně pro úplnost je třeba dodat, že celostátním trhem se rozumí celé území České republiky. Trhem místním se pak rozumí jakýkoli územní celek menší nežli trh celostátní, konkrétně potom např. území kraje, obce, ale třeba i jen určité tržiště apod.

7.3.1 Věcné vymezení relevantního trhu

Sdělení Komise o definici relevantního trhu pod bodem 7 vymezuje pojem relevantního výrobního trhu následovně: *„relevantní výrobní trh zahrnuje všechny výrobky a/nebo služby, které jsou spotřebitelem s ohledem na jejich vlastnosti, ceny a zamýšlené použití považovány za zaměnitelné nebo zastupitelné.“*

S poněkud přesnější, respektive více vypovídající, definicí přišel Vrchní soud v Olomouci, kdy ve svém rozhodnutí¹³⁹ při vyvození relevantního věcného trhu vychází z konkrétního typu výrobku, jehož relevantní trh je třeba určit. Kromě výše uvedeného zahrnuje věcný trh všechny výrobky za splnění podmínek, že s ohledem na jejich funkční vlastnosti mohou nahradit výchozí výrobek a dále mají tu vlastnost, že jestliže kterýkoli z nich zvolíme za výchozí výrobek, vymezení relevantního trhu se nezmění.

¹³⁹ Rozsudek Vrchního soudu v Olomouci ze dne 4. 1. 1999, sp. zn. 2 A 8/98. (věc Kabel Plus)

7.3.2 Geografické vymezení relevantního trhu

Nejpřesnější definici relevantního zeměpisného trhu nalezneme v bodě 8 Sdělení Komise o definici relevantního trhu. „*Zeměpisný relevantní trh zahrnuje oblast, ve které se dotyčné podniky účastní nabídky a poptávky po výrobcích nebo službách, kde jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně stejnorodé a která může být odlišena od sousedních zeměpisných oblastí, protože zejména podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech zjevně odlišné.*“

V Metodice ČTU¹⁴⁰ je pak možno nalézt konkrétnější vymezení územního relevantního trhu, kdy se jím rozumí „*území (geografický trh), na němž dotčené subjekty vystupují na straně nabídky a poptávky daného produktu, přičemž jsou na daném území soutěžní podmínky dostatečně podobné a jsou odlišitelné od soutěžních podmínek na jiném území.*“

Při územním vymezení trhu Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zohledňuje národní trh a pouze v případech, kdy konkrétní kritéria indikují odlišné (obvykle menší) geografické trhy, zvažuje vymezení jiných geografických trhů.

7.3.3 Časové vymezení relevantního trhu

Časový trh není v zákoně o ochraně hospodářské soutěže ani ve Sdělení Komise o definici relevantního trhu přesně definován a v literatuře bývá tento pojem také často opomíjen či vtělován do definice výrobního trhu. Obecně je možné časový trh vymežit jako dobu, po kterou dotčené podniky na trhu společně působí a

¹⁴⁰ Metodika definování relevantních trhů, analýzy relevantních trhů, posouzení významné tržní síly a určení nápravných opatření v oblasti elektronických komunikací v České republice (dále „Metodika ČTU“).

kde je důležitý časový souběh (společná interakce) nabídky a poptávky.¹⁴¹

V rozhodovací činnosti českého Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže bylo ve většině případů zvykem relevantní trh z časového hlediska definovat jako trvalý¹⁴². V dnešní době můžeme pozorovat postupný příklon k evropskému přístupu, kde se příslušné orgány časovým vymezením nezabývají buď vůbec, nebo ho zahrnují pod věcné vymezení relevantního trhu.¹⁴³

7.4 Postupy při vymezení relevantního trhu

Správné vymezení relevantního trhu má bezesporu stěžejní význam ve všech případech omezování nebo porušování hospodářské soutěže jako je posuzování spojování soutěžitelů, dohod soutěžitelů, zneužití dominantního postavení a nepochybně i při udělování sankcí za toto zakázané jednání narušující hospodářskou soutěž. Vymezení relevantního trhu je zásadním krokem pro provedení následných analýz kontrolními orgány v soutěžně-právní oblasti.

Při vymezení relevantního trhu v konkrétní věci je třeba vycházet z tzv. konkurenčních tlaků (competitive restraints). Pod konkurenční tlaky spadají následující analýzy jako je poptávková substituce (demand substitutability), nabídková substituce (supply substitutability) a potenciální konkurence (potential competition). Základem pro vymezení relevantního trhu je bezesporu analýza nabídkové substituce, která spočívá ve stanovení sortimentu zboží, které představuje pro spotřebitele zboží zastupitelné. Tento postup analýzy nabídkové substituce doprovází často

¹⁴¹ BELLAMY, Ch., CHILD, G. *European Community Law of Competition*. 6. vydání. London: Sweet & Maxwell, 2008. s. 293.

¹⁴² Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže R 70, 71/2002, Billa/Julius Meinl, „*V daném případě se jedná o trh trvalý, charakterizovaný pravidelně se opakujícími dodávkami zboží denní spotřeby určeného k maloobchodnímu prodeji spotřebitelům v průběhu celého roku.*“

¹⁴³ K tomu blíže NERUDA, R. *Vymezování relevantních trhů z pohledu českého soutěžního úřadu. Vymezení relevantních trhů a další aktuální otázky ochrany hospodářské soutěže v rozšířené Evropské unii. Česká asociace pro soutěžní právo*, 2008, s. 8.

analýza poptávkové substituce, tedy schopnosti dodavatelů převést výrobu na relevantní výrobky a v krátké době je uvést na trh bez vzniku nových nákladů a rizik.¹⁴⁴

Analýza potenciální konkurence je využívána až v další fázi procesu vymezování relevantního trhu a tehdy až když dochází k posuzování způsobilosti nedovolených jednání poškodit nebo omezit hospodářskou soutěž.

7.4.1 Postup při vymezení výrobního trhu

Postup při vymezování relevantních trhů lze podle Sdělení Komise shrnout takto: na základě dostupných předběžných informací nebo informací předložených zúčastněnými podniky bude Komise obvykle moci zhruba stanovit možné relevantní trhy, uvnitř kterých má být posouzeno například spojování podniků nebo omezování hospodářské soutěže. Obecně a pro všechny praktické účely při posuzování jednotlivých případů bude třeba rozhodnout o několika možných alternativních relevantních trzích. Například pokud jde o výrobní trh, bude často třeba stanovit, patří-li výrobek A a výrobek B na stejný výrobní trh či nikoli. Zařazení výrobku B často postačí pro odstranění veškerých obav o ohrožení hospodářské soutěže.¹⁴⁵

7.4.2 Postup při vymezení geografického trhu

Postup Komise při vymezování zeměpisného trhu lze shrnout takto: Komise si učiní předběžnou představu o rozsahu zeměpisného trhu na základě hrubých údajů o rozdělení podílů na trhu mezi jednotlivými účastníky a jejich soutěžiteli a provede

¹⁴⁴ PETR, M. Modernizace komunitárního soutěžního práva. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2008

¹⁴⁵ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství (97/C 372/03)

předběžnou analýzu stanovování cen a cenových rozdílů na vnitrostátní úrovni a úrovni Společenství nebo na úrovni EHP. Tato počáteční představa se použije hlavně jako pracovní hypotéza, která umožní Komisi zaměřit její šetření s cílem vypracovat přesnou definici zeměpisného trhu.¹⁴⁶

V případě nutnosti se dále přezkoumají faktory nabídky s cílem zjistit, nemusejí-li uvedené společnosti sídlící v různých oblastech nikde na zeměpisném trhu čelit překážkám, chtějí-li zvýšit svůj prodej za konkurenčních podmínek. Tato analýza zahrne přezkoumání požadavků pro usídlení na určitém místě s cílem v dané oblasti prodávat, podmínek přístupu k distribučním kanálům, nákladů spojených s vybudováním distribuční sítě a existenci či neexistenci regulativních překážek spojených se zadáváním veřejných zakázek, regulací cen, kvót a tarifů omezujících obchod nebo výrobu, technickými normami, monopoly, svobodou usazování, požadavky na úřední schvalování, předpisy týkajícími se balení atd. Krátce řečeno, Komise zjistí možné překážky a bariéry izolující společnosti sídlící v dané oblasti od konkurenčního tlaku ze strany společností sídlících mimo tuto oblast, s cílem stanovit přesnost výkladu trhu na vnitrostátní, evropské či světové úrovni.

7.5 Relevantní trh ve vztahu k dominantnímu postavení

Ze všech proti-soutěžních praktik má určení relevantního trhu zásadní význam právě při zneužití dominantního postavení zejména z toho důvodu, že míra dominantního postavení odráží velikost tržního podílu podniku, která má pak za následek značnou míru autonomie vůči ostatním konkurentům ve stejném tržním prostředí.

¹⁴⁶ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství (97/C 372/03)

Vzhledem k tomu, že správné vymezení relevantního trhu slouží zejména k posouzení, zda určitý podnik má schopnost bránit zachování nerušenému chodu hospodářské soutěže a možnost chovat se ve značné míře nezávisle, bude ve vztahu k dominantnímu postavení na trhu stěžejním ukazatelem.¹⁴⁷ Je nepochybné, že právě na vymezení relevantního trhu má stěžejní význam pro posouzení zda soutěžitel na tomto trhu je nebo není v dominantní pozici. V případech, kdy podnik nesouhlasí s rozhodnutím, které říká, že jde o právem nedovolené chování spočívající ve zneužití dominantního postavení, je nezbytné také vyslovit nesouhlas s vymezením relevantního trhu, právě z důvodu vzájemné propojenosti těchto dvou institutů.

Z výše uvedeného vyplývá, že bez určitosti relevantního trhu by nebylo možné posoudit správně dominantní pozice podniků a nebylo by možné určit zda tato dominance má opravdu negativní vliv na fungování hospodářské soutěže a na její účastníky. Relevantní trh bude tedy prvním měřítkem pro posouzení dominance. Je ovšem otázkou zda tato vztažnost působí i v opačném směru, tedy zda dosažení dominantní pozice může nějakým způsobem ovlivnit samotný relevantní trh. Podle mého názoru bezesporu ano, protože participace dominanta na trhu vždy nějakým způsobem ovlivní tržní prostředí anebo i ostatní konkurenty. Může také vést k motivaci ostatních soutěžitelů k vykazování lepších výsledků.

Nicméně je nutno dodat, že existuje celá řada ať už výrobových či geografických trhů, kde neexistují podniky s dominantním postavením a kde naopak jsou tržní podíly všech soutěžitelů nízké a vzájemně vyrovnané, kde jim tedy není umožněno na základě postavení trhu ovlivňovat chod soutěže a jednání konkurence. V těchto případech by při vstupu dominanta na relevantní trh pravděpodobně došlo k určitým změnám na trhu, ať už by se jednalo o zvýšení konkurenčního prostředí, kvality nabízených produktů nebo služeb.

¹⁴⁷ PETR, M. a kol. Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2010, s. 151

Na základě výše uvedeného bych shrnula, že vztah dominantního postavení a relevantního trhu je vzájemný, přičemž tato reciprocita má za následek vyšší kvalitu soutěžního prostředí. Nelze tedy s těmito pojmy pracovat odděleně, vždy bude třeba vykládat je společně s ohledem na podmínky a požadavky, které je charakterizují.

8 Případová studie – Student Agency¹⁴⁸

Na základě výše uvedeného bych se pokusila o shrnutí aktuálně probíhajícího případu ve věci penalizace jednání narušujícího hospodářskou soutěž prostřednictvím zneužití dominantního postavení ze strany společnosti Student Agency. Toto zneužití mělo spočívat podle názoru Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže v zahájení poskytování služeb ve veřejné linkové dopravě na trase Praha-Brno a zpět, kdy Student Agency zavedla na této trase formu tzv. kreditových jízdenek v časech kdy stejnou službu poskytovala konkurenční společnost zabývající se taktéž provozem veřejné autobusové dopravy. Začátkem listopadu 2010 pak Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve svém rozhodnutí uložil společnosti Student Agency, s.r.o., jak povinnost zdržet se nadále takového jednání, tak i pokutu ve výši 6.185.000 korun (resp. 5.154.000 – došlo ke její snížení v odvolacím řízení před Úřadem) , a to za zneužití dominantního postavení na trhu ve formě uplatňování nepřiměřeně nízkých, tzv. predátorských cen. Celá kauza má v České republice precedenční povahu – Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zde totiž vůbec poprvé definoval, co je predátorské resp. predační jednání.

Společnosti Student Agency je v rozhodnutí vytýkáno, že

- od 2. 10. 2007 do 1. 1. 2008 zavedla cenu jednosměrné přepravy u tzv. kreditových jízdenek ve výši 50,- Kč, kterou uplatňovala na výše uvedené trase v období od 2. 10. 2007 do 8. 12. 2007 u všech jím provozovaných spojů a v období od 9. 12. 2007 do 1. 1. 2008 u spojů v časech, v nichž realizovala své přepravní služby konkurenční společnost;
- od 2. 1. 2008 do 1. 3. 2008 zavedla cenu jednosměrné přepravy u tzv. kreditových jízdenek ve výši 95,- Kč, kterou uplatňovala na uvedené výše trase v období od 2. 1. 2008 do 1. 3. 2008 u spojů v časech, v nichž realizovala své přepravní služby konkurenční společnost;

¹⁴⁸ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ve věci č.j. S 162/08 ze dne 3.11.2010 a rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ve věci č.j. R 169/10 ze dne 18.2.2011, obě dostupné na www.compet.cz.

a současně v období od 2. 10. 2007 do 1. 3. 2008 rozšiřovala své přepravní kapacity na uvedené trase nasazováním posilových autobusů a provozovala v období od 1. 12. 2007 do 1. 3. 2008 služby veřejné linkové osobní autobusové dopravy na trase Praha, zastávka Florenc – Brno, zastávka hotel Grand a zpět za průměrné měsíční ceny přepravy nižší, než byly průměrné měsíční celkové náklady na jednoho přepraveného cestujícího na spojích, kde uplatňoval výše uvedené ceny přepravy.

8.1 Ekonomické analýzy

Jak uvádí Úřad v tomto svém rozhodnutí, pro účely správného posouzení eventuálního proti-soutěžního jednání bylo třeba provést řadu ekonomických analýz.

Za účelem zodpovězení otázky, zda vlaková a autobusová doprava patří do stejného relevantního trhu, Úřad provedl aplikaci tzv. SSNIP testu, tedy testu hypotetického monopolisty. Cílem testu je odpovědět na otázku, zda by hypotetický monopolista mohl trvale zvýšit ceny o 5 – 10 % na vymezeném trhu a dosáhnout navýšení zisku.

Úřad využil i cenově-korelační analýzu, která vychází z předpokladu, že jsou-li dva produkty substituty na stejném relevantním trhu, jejich ceny se vyvíjejí obdobně. Existuje tak mezi nimi pozitivní korelace. Tato analýza je častěji nástrojem vymezení produktů, které nejsou součástí stejného relevantního trhu, než pro určení produktů, které jsou součástí stejného relevantního trhu (rolí zde hraje především problém tzv. falešné korelace).

Dále byla použita analýza křížové elasticity, jejíž podstatou je zjištění, zda při zvýšení ceny základního produktu dochází ke zvýšení prodaného množství druhého produktu, o kterém se v rámci analýzy zjišťuje, zda je substitutem základního produktu, a patří tedy na stejný relevantní trh.

Poslední byla analýza tzv. stacionarity, při níž jsou posuzovány dlouhodobé vztahy mezi cenami výrobků a jejich změnami. Tato analýza ukazuje, zda mají relativní ceny dvou produktů tendenci vracet se ke konstantní hodnotě (čili že jsou stacionární).

8.2 Vymezení relevantního trhu

Při využití výše uvedených ekonomických analýz dospěl Úřad k dle mého názoru špatnému závěru, kdy vymezil v daném případě relevantní trh jako trh poskytování služeb veřejné linkové osobní autobusové dopravy na lince Praha – Brno a zpět.

Při geografickém vymezení došlo k uplatnění konceptu nástupní a cílové stanice, kdy místa nástupu a cílové stanice byla vzájemně zastupitelná a jak v případě železniční dopravy, tak v případě autobusové dopravy šlo o přímou trasu s ekvivalentní dobou trvání přepravy.

Nicméně při věcném vymezení relevantního trhu vyšel Úřad chybně z ekonomických analýz, ze kterých vyplynulo, že osobní železniční přeprava na trase Praha – Brno a osobní autobusová přeprava na téže trase nejsou součástí téhož relevantního trhu, přičemž jak již bylo uvedeno výše, stěžejním faktorem při vymezení relevantního trhu je právě zastupitelnost nabízených produktů. Jsem toho názoru, že železniční doprava na téže trase, při podobném čase trvání dopravy z místa A do místa B, přičemž cílové stanice jsou situovány v centru obou cílových stanic, nemůže vyplynout nic jiného, než že jde o vzájemné substituty mezi autobusovou a železniční dopravou na této trase.

Dalšími kritérii pro posuzování byla četnost spojů, čas přepravy, kvalita přepravy, cena za přepravu, které taktéž poukazovaly na vymezení relevantního trhu jiným způsobem než jako poskytování služeb veřejné linkové osobní autobusové dopravy na lince Praha – Brno a to tak, že by měla být při vymezení brána v úvahu právě železniční doprava na téže trase vzhledem ke vzájemné zastupitelnosti.

Lze si jen těžko představit z jakého důvodu dospěl Úřad právě k takovému stanovisku, toto by bylo předmětem zřejmě daleko rozsáhlejší diskuze, nicméně vzhledem a možnosti správního uvážení je nutno Úřadu ponechat prostor k posouzení celého případu. Otázkou však zůstává, zda Úřad nevybočil z mezí svého správního uvážení. Jedním z možných důvodů pro zaujetí tohoto stanoviska může být například i fakt, že Úřad v tomto případě přihlížel spíše k ekonomickému přístupu při vymezení relevantního trhu a určování dominantního postavení. Pro hodnocení souladu jednání dominantního podniku s právem na ochranu hospodářské soutěže se tedy před formálním právním posouzením dostává více do popředí ekonomická analýza případu a její následné individuální posouzení pro konkrétní případ.

8.3 Predátorské jednání

Z prohlášení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže nepřímo (důkazem měla být údajná emailová korespondence managementu společnosti) vyplývá, že společnost Student Agency uplatňovala nepřiměřeně nízké ceny na trase Praha – Brno, které měly vést k narušení hospodářské soutěže na relevantním trhu v období od prosince roku 2007 do února roku 2008, resp. do 1. 3. 2008, neboť stanovil ceny „kreditových“ jízdenek pod úroveň celkových nákladů na jedno průměrně obsazené sedadlo, v případě jízdného ve výši 50,- Kč dokonce pod úroveň variabilních nákladů, což způsobilo záporné měsíční hospodářské výsledky na spojích, u nichž uplatňovala výše uvedenou praxi, tedy pokles efektivních cen (průměrných tržeb) pod úroveň průměrných nákladů na přepraveného cestujícího. Došlo tak v kombinaci s nepřímo prokázaným úmyslem eliminace konkurenta z trhu k naplnění podmínek skutkové podstaty uplatňování predátorských cen ve smyslu zákona, judikatury ESD a potažmo i Pokynů k prioritám Komise.

Cílem predátorských cen není dosažení zisku, avšak eliminace nebo výrazné oslabení ekonomického postavení konkurenta. Úřad uvádí, že

„toto jednání obvykle zahrnuje dočasné výrazné snížení cen dominantem jako reakci na očekávaný nebo již uskutečněný vstup konkurenta na trh či na zvýšení jeho prodejů, stanovení takové úrovně cen, která není zisková, a konečně uplatňování cen s cílem vyloučení či potrestání konkrétního konkurenta.“

Na základě výše uvedeného a za předpokladu správného vymezení relevantního trhu nelze než souhlasit s tvrzením, že by se jednalo o predátorské ceny, jednalo by se přímo učebnicový příklad. Nicméně relevantní trh byl podle mého názoru vymezen v tomto případě naprosto chybně a proto se nelze s takovým závěrem ztotožnit. Vzhledem k tomu, že bez vymezení relevantního trhu nelze zcela správně pokračovat v dalším posuzování podmínek případu. Stanovisko poukazující na fakt, že by šlo o predátorské ceny, by totiž záviselo i na cenách provozovatelů železniční dopravy. A navíc dokazování úmyslu společnosti Student Agency vystrnadit konkurenta z trhu je zatím založeno pouze na nepřímých důkazech. Celý tento případ vyvolává spoustu otázek ohledně toho, z jakého důvodu se Úřad k takovému stanovisku a rozhodnutí uchýlil.

Rozhodnutí je významné zejména kvůli následujícímu:

- Úřad poprvé autoritativně deklaroval, co považuje za predátorské jednání;
- jedná se o první rozhodnutí Úřadu, plně opřené o reálnou ekonomickou analýzu, která byla použita pro vymezení trhu i hodnocení jednání;
- rozhodnutí tohoto případu bude mít bezesporu mimořádný význam i pro podniky působící v jiných sektorech;
- objevuje se celá řada nesouhlasných názorů s postupem Úřadu.

Současný stav řízení: Student Agency podala žalobu proti rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže č.j. R 169/2010 ke Krajskému soudu v Brně, kterou opírá o následující argumenty.

Podle Student Agency došlo:

- **k chybnému vymezení relevantního trhu:** celý přepravní trh mezi Prahou a Brnem ÚOHS zúžil pouze na autobusové spoje, a to pouze na jejich malou výseč, která se Úřadu hodila do jeho ekonomických analýz. Podle Úřadu si autobusy a vlaky vzájemně nekonkurují;
- **k cenové diskriminaci:** České dráhy ve zkoumané době na trase Praha – Brno nabídly ještě nižší jízdné za 35 Kč, přesto Úřad odmítl tuto cenovou nabídku vzít v potaz;
- **k sankci za úspěšnost:** podle Úřadu představuje nadstandardní kvalita služeb Student Agency problém pro volnou soutěž, neboť ztěžuje soutěžní pozici konkurence; a
- **k vytvoření precedentu cenové pastí:** Úřad svým rozhodnutím vytvořil precedent, kdy říká, že větší dopravce nemá možnost na vývoj trhu reagovat akční cenovou nabídkou – a to ani v omezeném rozsahu.¹⁴⁹

¹⁴⁹ Tisková zpráva: oficiální stanovisko Radima Jančury, zakladatele a spolumajitele Student Agency. K dispozici na <http://www.studentagency.cz/pro-media/tiskove-zpravy/Student-Agency-podala-zalobu-na-UOHS.html>.

9 Závěr

Problematika regulace hospodářské soutěže je velice dynamicky se rozvíjícím odvětvím práva, které vzhledem k rozsáhlosti výkladu rozhodovací praxe představuje poměrně sjednocenou základnu pro případné posuzování protisoutěžního jednání subjektů na daném trhu. Pojem hospodářské soutěže v sobě spojuje jak právní aspekty, které spočívají zejména v nutnosti regulace chování omezujícího či narušujícího hospodářskou soutěž tak i aspekty ekonomické, které pomáhají definovat soutěžní prostředí za pomoci ekonomických teorií a které pak také značně napomáhají ke konkrétnímu posuzování jednotlivého chování soutěžních subjektů.

Vzhledem k rozsáhlosti tématu jsem pro vymezení zneužití dominance a dominantního postavení jako takového použila víceméně právní prameny za asistence rozhodnutí ať už správních orgánů nebo orgánů soudních jak na evropské tak i na vnitrostátní úrovni.

Dominantní postavení představuje takové postavení na trhu, při kterém má soutěžitel díky své tržní síle možnost chovat se ve větší míře nezávisle na ostatních konkurentech a dokonce i nezávisle na svých spotřebitelích. Samotná dominance nepředstavuje postavení právem nedovolené a navíc se na ni už ani nevztahuje oznamovací povinnost kontrolnímu orgánu v oblasti ochrany hospodářské soutěže. Předmětem právní regulace je až jeho úmyslné zneužívání s cílem omezit nebo narušit hospodářskou soutěž a to zejména likvidací či eliminací svých konkurentů na relevantním trhu. Jak komunitární tak i česká úprava demonstrativně vypočítává, které jednání bude posuzováno jako zneužívání dominantního postavení.

Stěžejním faktorem při posuzování jednání, které má spočívat ve zneužívání relevantního trhu za účelem zlepšení svého prospěchu a eliminace konkurence je vymezení relevantního trhu. V této oblasti bývá kontrolním orgánům ponechán široký rozsah správního uvážení a je pak velice obtížné zajistit, aby určený relevantní trh byl vymezen skutečně správně.

10 Résumé

Cílem této diplomové práce bylo vymezení zneužití dominantního postavení na trhu jako jednoho z pilířů soutěžního práva (vyjma dohod narušujících soutěž a nedovoleného spojování podniků) a pojmu relevantního trhu za pomoci výkladu právní úpravy hospodářské soutěže a rozhodovací praxe Evropské komise, Soudu první instance, Evropského soudního dvora a Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

V úvodních kapitolách jsem se snažila seznámit potenciální čtenáře především s výkladem stěžejních pojmů, usnadňujících celkovou orientaci v problematice hospodářské soutěže a jejího narušování či omezování. Šlo zejména o práci s pojmy jako hospodářská soutěž, soutěžní právo, kartelové právo, soutěžitel, podnik, atd. Bez vysvětlení a výkladu těchto klíčových pojmů by bylo jen zřídka možné správně uchopit problematiku zneužití dominantního postavení na trhu.

V další části jsem zaměřila na popsání problematiky přímo předmětu mé diplomové práce a to dominantního postavení na trhu a formy jeho zneužívání. Ke komplexnímu výkladu celé problematiky značně napomáhá komunitární case-law, u kterého jsem vybrala nejstěžejnější případy objasňující zásadní otázky v oblasti pojmů soutěžního práva i konkrétně pak v případech dominance a jejího zneužívání.

Následující kapitola je zaměřena především na vymezení pojmu relevantního trhu pro účely právního výkladu ochrany hospodářské soutěže. Snažila jsem se zachytit a vysvětlit podstatu relevantního trhu, dále pak okrajově nastínit ekonomická hlediska této problematiky a popsat hlavní dělení relevantních trhů.

Vzhledem k širokému rozsahu mého tématu jsem pro ilustraci v jejím závěru pokusila připomenout možná úskalí při posuzování, zda určité chování soutěžitele na trhu představuje nedovolené jednání či nikoliv na právě probíhajícím případě udělení sankce Úřadem za zneužití dominantního postavení. Tento postup jsem zvolila zejména z důvodu významnosti tohoto rozhodnutí, které přináší v české rozhodovací praxi novoty zejména ve využívání ekonomických analýz.

11 Abstract - Abuse of a dominant position and the concept of relevant market

The main aim of this thesis was firstly to describe the definition of abuse of dominant position constitute as one of the pillars of competition law (except for agreements distorting competition and illegal merger) and secondly to define the concept of the relevant market in accordance with the interpretation of rules on competition and the case law of the European Commission, the Court of First Instance, European Court Justice and the Office for Protection of the Competition.

The introductory chapters I have tried to acquaint potential readers especially with the interpretation of key concepts, facilitating global orientation through the issue of competition and its distortion or restriction. Mainly to work with concepts such as competition, competition law, cartel law, undertaking, company, etc. Without explanation and interpretation of these key concepts could seldom be properly grasp the issue of abuse of dominant position.

In the next section, I focus on issues describe the subject of my thesis and a dominant market position and its forms of abuse. A comprehensive interpretation of the issue greatly assists the Community case-law for this purpose I chose the most significant cases clarifying fundamental questions in terms of competition law and specifically in cases of dominance and its abuse.

As the title of my thesis suggests the following chapter focuses primarily on the definition of relevant market for the purposes of legal interpretation of the competition policy. I have tried to capture and explain the concept of the relevant market, then passing to outline the economic aspects of this issue and describe the main division of the relevant markets.

Given the wide scope of my topic I illustrate in the end, there may be a difficulties in determining whether certain conduct of a competitor in the market is an illegal act or not on a current case by granting sanctions for abuse of the dominant position. I chose that advancement mainly because of the significance of this

decision, which brings in the Czech decision practice innovations especially in the use of economic analysis.

12 Literatura

Monografie

BEDNÁŘ, J. Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi. Z rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora. Praha : C. H. Beck, 2005

BEJČEK, J. Kartelové právo. Brno: Masarykova univerzita, 1995

BELLAMY, Ch., CHILD, G. European Community Law of Competition. Šesté vydání. London: Sweet & Maxwell, 2008

BISHOP, S., WALKER, M. Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement. London : Sweet & Maxwell, 2002

ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo 5. Vydání, Praha: C. H. Beck, 2007

FAULL, J., NIKPAY, A. The EC Law of Competition, Oxford University Press, 1999

JONES, A., SURFIN, B. EC Competition Law, text, cases and materials, 1. vydání, Oxford: Oxford University Press, 2001

KINDLEBERGER, Ch. P. Světová ekonomika. Praha: academia, 1978

MUNKOVÁ, J., KINDL, J. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009

MUNKOVÁ, J., SVOBODA, P., KINDL, J. Soutěžní právo. Praha: C. H. Beck, 2006

PETR, M. a kol. Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2010

PETR, M. Modernizace komunitárního soutěžního práva. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2008

RAUS, D., NERUDA, R. Hospodářská soutěž po vstupu ČR do EU, 1. vydání, CP Books, 2005

RAUS, D., NERUDA, R. Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář a související české i komunitární předpisy. 2. vydání. Praha : Linde Praha, 2006

ONDREJOVÁ, D. Národní šampioni a hospodářská soutěž. Praha: Linde Praha, a. s. 2007

TICHÝ, L., ARNOLD, R., SVOBODA, P., ZEMÁNEK, J., KRÁL, R. Evropské právo. 3. Vydání. Praha: C.H.Beck, 2006
VLČEK, J. Ekonomie a ekonomika, 4. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009
WHISH, R. Competition law. Šesté vydání. Oxford: Oxford University Press, 2009

Články

BROUČEK, M. Cenová diskriminace – opravdu takové zlo?, Antitrust, 1/2011, s. 10 – 15
KINDL, J. Podnik nebo soutěžitel ... záleží na tom?, Právní Rozhledy 5/2006, s.161 – 170
KOUKAL, P. K některým otázkám vymezení dominantního postavení soutěžitele, Antitrust, 1/2011, s. 23 – 25
LASÁK, J. Přiměřené zadostiučinění při zneužití dominantního postavení, Právní fórum 5/2009, s. 206 – 209
NERUDA, R. Sankce v decentralizovaném komunitárním soutěžním právu, Antitrust, 2009, s. 9 – 13
PELIKÁNOVÁ, I. Pojem podniku, soutěžní právo a přičitatelnost odpovědnosti (český a komunitární aspekt), Antitrust, 2009, s. 4 – 8
PETR, M., TONAROVÁ, Z. Soutěžní právo, dominance a regulace „příliš vysokých“ cen, Právní rozhledy, 12/2010, s. 419 – 424
ŠEMORA, V. Nad některými skutkovými podstatami zneužití dominantního postavení vylučovací povahy, Právní Rozhledy 2/2008, s. 43-57
ŠEMORA, V. Nad zneužitím dominantního postavení. Právní Rozhledy 20/2006, s. 731 – 735
ŠILHÁN, J. Aktuální vývoj v právu proti zneužití tržní dominance – nová aplikační metodika k čl. 82 SES, Obchodněprávní revue, 5/2009, s. 121 -125
TONAROVÁ, Z. Zakázané nepřiměřeně nízké ceny, Obchodní právo 6/2010, s. 19 – 28
ŽATECKÁ, E. Porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže v trestním zákoníku, Antitrust, 2009, 17 – 19

Seznam soudních a správních rozhodnutí

Evropská rozhodnutí

19/61, Mannesmann AG v High Authority of the European Coal and Steel Community (1962)

85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v Komise (1979)

172/80 Gerhard Züchner v Bayerische Vereinsbank AG v Komise (1981)

170/83 Hydrotherm Gerätebau GmbH v Compact del Dott. Ing. Mario Andreoli & C. Sas. (1984)

27/76 United Brands Company and United Brands Continentaal BV v Komise (1978)

322/81, NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v Komise (1983)

127/73 Belgische radio en televisie v Sabam (1974)

26/75 General Motors Continental NV v Komise (1975)

6/72 Europemballage/Continental Can v Komise (1975)

C-53/92 P., Hilti AG v Komise (1994)

C-333/94P, Tetra Pak International SA v Komise (1996)

C-18/88 RTT v GB-Inno-BM (1991)

C-247/86 Société alsacienne et lorraine de télécommunications et d'électronique (Alsatel) v SA Novasam (1988)

C-238/87 Volvo v Veng (1988)

C-7/97, Oscar Bronner GmbH & Co. KG v Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft mbH & Co. KG a Mediaprint Anzeigengesellschaft mbH & Co. KG (1998)

C-413/06 P Bertelsmann AG and Sony Corporation of America v Independent Music Publishers and Labels Association (Impala) (2008)

T-11/89 Shell International Chemical Company Ltd v Komise (1992)

T-30/89, Hilti AG v Komise (1991)

T-102/96 Gencor Ltd. v Komise (1999)

T-68/89, T-77/89, T-78/89 Societa Italiana Vetro v Komise (Italian Flat Glass) (1992)

T-24/93, Compagnie Maritime Belge Transports v Komise (1996)

T-83/91, Tetra Pak Rausing v Komise (1994)

T-52/00, Coe Clerici Logistics SpA v Komise (2002)

T-333/94 Tetra Pak International SA v Komise (1996)

Česká rozhodnutí

Rozsudek Nejvyššího správního soudu sp. zn. 5 As 61/2005 (Česká rafinérská)

Rozsudek Vrchního soudu v Olomouci ze dne 4. 1. 1999, sp. zn. 2 A 8/98. (věc Kabel Plus)

Rozhodnutí ÚOHS č.j. R 70, 71/2002, Billa/Julius Meinl,

Rozhodnutí ÚOHS č.j. S 162/08, R 169/10 Student Agency

Rozhodnutí ÚOHS č.j. R 1/2000, Jihomoravská plynárenská

Rozhodnutí ÚOHS č. j. S 36/99, LOM PRAHA

Ostatní zdroje

www.businessinfo.cz

www.compet.cz

<http://eur-lex.europa.eu>

www.epravo.cz

www.cebrecz

www.studentagency.cz