

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

PRÁVNICKÁ FAKULTA

Kateřina Topinková

Právní aspekty dominantního postavení

Diplomová práce

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

Katedra obchodního práva

Datum uzavření rukopisu: 29. února 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou práci vypracovala samostatně a že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

.....
Kateřina Topinková

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat JUDr. Mgr. Vítu Horáčkovi, Ph.D. za vedení mé práce, cenné rady a připomínky. Rovněž děkuji svým rodičům za celkovou podporu ve studiu.

Obsah

1	Úvod	6
2	Vznik a vývoj soutěžního práva	8
2.1	Raná historie.....	8
2.2	Moderní historie	9
3	Dominantní postavení - úvod.....	12
3.1	Rozlišení českého a komunitárního práva.....	12
4	Úprava v České republice	14
4.1	Určení relevantního trhu.....	15
4.1.1	Relevantní věcný trh.....	16
4.1.2	Relevantní zeměpisný trh.....	18
4.1.3	Relevantní časový trh.....	20
4.2	Vymezení dominantního postavení v české úpravě.....	20
4.2.1	Pojem soutěžitel	23
4.2.2	Tržní podíl.....	23
4.2.3	Další faktory	25
4.3	Shrnutí.....	27
5	Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže	28
5.1	Rozhodnutí ve věci narušení § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže společností ŠKODA AUTO, a.s.....	28
5.2	Porušení § 11 odst. 1 zákona o ochraně hospodářské soutěže společností STUDENT AGENCY, s.r.o.....	31
6	Úprava v Evropské unii	34
6.1	Vymezení relevantního trhu v evropské úpravě.....	37
6.1.1	Relevantní výrobní trh.....	38
6.1.2	Relevantní zeměpisný trh.....	39
6.1.3	Relevantní časový trh.....	40
6.2	Vymezení dominantního postavení v EU	40
6.2.1	Tržní podíl.....	42
6.2.2	Další faktory	43
6.3	Shrnutí.....	44
7	Úprava ve Spojených státech amerických	46
7.1	Shermanův antitrustový zákon	46
7.2	Claytonův zákon a Federal Trade Commission Act	48
7.3	Vymezení relevantního trhu v USA.....	50
7.4	Vymezení dominantního postavení.....	54

7.5	Shrnutí.....	57
8	Závěr	58
9	Resumé	59
9.1	Klíčová slova	60
10	Abstract – Legal Aspects of Dominant Position.....	61
10.1	Key words.....	62
11	Literatura	63
	Použité zkratky	67

1 Úvod

Diplomová práce má za cíl zkoumání dominantního postavení jako klíčového pojmu soutěžního práva. Bez definování dominantního postavení na trhu je část antimonopolního zákonodárství prakticky neuchopitelná. Soutěžní právo má ze svého charakteru ochraňovat hospodářskou soutěž, protože soutěžitelé dosahující velké tržní síly mohou narušovat přirozené fungování tohoto prostředí. Tato práce si dává za úkol kriticky se zamyslet nad samotným definováním dominantního postavení a s ním úzce provázanou problematikou vymezení relevantního trhu.

Práce je rozdělena na větší celky věnující se vymezení dominantního postavení v České republice s důrazem na ústřední zákon o ochraně hospodářské soutěže¹ a jeho výklad, Evropské unii představující komunitární úpravu zejména ve formě primárního práva a významných judikátů, a nakonec ve Spojených státech amerických jakožto zakladateli moderního soutěžního práva. Komparativní metodou jsou srovnávány právní úpravy a úvaha nad teleologickým prvkem úprav. Nastíněn je také historický kontext vývoje soutěžního práva se zaměřením na antitrust pro lepší pochopení souvislostí a prvotního účelu vzniku právní úpravy. Apelováno je rovněž na neexistenci jasných analýz spočívajících v zaměnitelnosti výrobků a služeb, podle nichž by měly orgány rozhodovat.

V praktické části práce se věnuji rozboru vybraných dvou případů řešených Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže, kde bylo vymezení relevantního trhu a následné určení dominantního postavení sporné, či významně ovlivnilo rozhodnutí Úřadu. Na těchto případech jsou diskutovány problémy a mezery úpravy a rozhodovací praxe úřadů. Právě nejasné definování dominantního postavení a relevantního trhu může mít za následek ukládání sankcí s rozsáhlými následky jak pro účastníky, tak celkově pro složení trhu. Na příkladech lze také dobře sledovat provázanost antitrustového odvětví práva s ekonomikou.

¹ Zákon č.143/2001 Sb., zákon o ochraně hospodářské soutěže a změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), In: *Sbírka zákonů*. 27. 4. 2001.

V závěru práce jsou porovnávány přístupy ve zkoumaných právních systémech, zdůrazněny nejvýraznější rozdíly, s poukazem obecný přístup aktuálně v antitrustovém právu využívány; nastíněn je i možný budoucí vývoj.

2 Vznik a vývoj soutěžního práva

Na úvod a pro lepší pochopení soutěžního práva a problematiky dominantního postavení je stručně představena historie úpravy jak na americkém, tak na evropském kontinentu. Pozdní vývoj, který je i dnes stále účinnou právní úpravou, je poté blíže rozebrán v následujícím textu práce.

2.1 Raná historie

První známky vzniku odvětví práva soutěžního můžeme v dílčích izolovaných aspektech pozorovat již ve starověkém Římě. Zde je nutné zdůraznit, že se nejedná o kroky k ochraně hospodářské soutěže v dnešním slova smyslu. Původní iniciální význam nařízení byl mnohdy odlišný od ochrany tržních podmínek, tak jak je známe dnes. Právě ve starověkém Římě byla publikována nařízení dotýkající se ochrany a stabilizace trhu. Jednalo se například o tresty pro ty, kteří zamezovali průjezdu lodí s obilím nebo za zneužívání nedostatku určitého zboží a jeho následné skupování. Již roku 483 našeho letopočtu císař Zenon svým výnosem zakázal provázání monopolů, a to jak státních, tak soukromých. Poté císař Justinián I. doplnil zákonodárství o nařízení o platech úředníků spravující monopoly.

Další prvky vývoje lze nalézt až v 11. století v Anglii v důsledku ekonomických a společenských změn v období středověku. Jednalo se o nařízení Eduarda Vyznavače, kterým zakazoval skupování potravin s úmyslem zvýšit jejich tržní cenu. Další panovník Jindřich III. vydal opatření, které upravovalo cenu chleba a piva. Ta měla být závislá na ceně obilí, jakožto jejich základní ingredience. Na našem území se v období raného středověku setkáváme např. se souborem *Ius Regale Montanorum*, kodifikací horního práva vydanou roku 1300 Václavem II. Toto nařízení zakazovalo ujednání velkoobchodníků vytvořené za účelem snížení ceny.

Pro středověk byly typické cechy, které představovaly v době středověku omezení soutěžní politiky. Cechy představovaly sdružení výrobců s v podstatě monopolními právy k provozování určitého řemesla v dané lokalitě. Cechy postupně zajistily vyloučení vstupu nezávislých soutěžitelů na trh, jelikož členství se stalo povinným. I když se regulace někdy zdá být pro období středověku příznivá, vedla díky své přísnosti ke zbytečnému zaostávání z důvodu omezení iniciativy a konkurence.

Dále byla ve středověku vydávána různorodá místní opatření sloužící k momentálním potřebám panovníků. Významným bodem v historii soutěžního práva byl precedent Case of Monopolies z Anglie, který říká, že vydávání výhradních práva je nezákonné z důvodu nepodporování dalších soutěžitelů v podnikání. Soud si uvědomoval, že důsledkem ubývání konkurence bude vzrůstat cena a snižovat se kvalita zboží, což neprospívá spotřebitelům. V 18. století došlo k zákazu dohod omezujících obchod. I přes uskutečněná opatření v Anglii monopoly neubývaly.²

2.2 Moderní historie

Kolébkou moderního soutěžního práva byly koncem 19. století Spojené státy americké, kde byl roku 1890 vydán dnes stále využívaný tzv. Shermanův antitrustový zákon³. Potřeba předpisu tohoto rázu byla dána rychlým rozvojem průmyslu, zejména se dařilo železnicím, telegrafním a telefonním službám. V této době vznikaly velké společnosti plně využívající úspor z rozsahu. Rovněž docházelo k velkým investicím do odvětví a vytvoření kapitálových trhů spolu s najímáním profesionálních manažerů vlastníky podniků k řízení chodu firem. V kontextu snižování nákladů na dopravu a komunikaci nastal prostor pro snižování cen, kdy se setkáváme s cenovými válkami. S těmi se rozšiřovaly i dohody mezi společnostmi o společné cenové politice a udržení si výše zisku. Vyšší ceny poškozovaly kromě spotřebitelů i výrobce, zemědělce a drobné průmyslníky. A právě díky síle a vlivu zemědělců a drobných průmyslníků vznikaly v USA první anti-trustové zákony. V této době rovněž vyšel další významný akt: Claytonův zákon z roku 1914 z důvodu nedostatečnosti úpravy pouze Shermanovým aktem. Tento předpis nově obsahoval i problematiku slučování podniků. I když v období mezi světovými válkami zaznamenáváme útlum v zavádění soutěžních opatřeních, roku 1936 byl vyhlášen Robinson-Patmanův zákon upravující cenovou diskriminaci mezi malými obchodníky a velkými řetězci. Následující 40. – 70. léta jsou charakteristická velkou aktivitou na poli antitrustové politiky, zejména v podobně soudních rozhodnutí. V této době docházelo k vysoké regulaci velkým

² Švanda, M.; Vrána, F. Historie soutěžního práva od počátků ke dnešku. In Chalupa, K.; Vrána, F.; Švanda, M.; Ištvanová, I. (ed.). Úřad pro ochranu hospodářské soutěže: *Historie, fakta, svědectví*. Brno: Metoda, spol. s r.o., 2008, s. 33-111. ISBN 978-80-254-2242-7. str. 33 – 37.

³ V Rakousku-Uhersku touto dobou sice vznikl tzv. koaliční zákon, který se nicméně soutěžního práva dotýká jen okrajově. O rok rychlejší než USA byla Kanada, u které úprava neměla zdaleka takový efekt jako Shermanův zákon.

společností, která se často mýjela účinkem upevňování zdravé hospodářské soutěže. Zakázán byl *per se* vázaný prodej výrobků, exkluzivní teritoriální dodatky smluv i samotné dominantní postavení bez usilování o jeho dosažení. V oblasti spojování podniků byl přístup podobný a přikláněl se k užší definici relevantního trhu. K převratu došlo až za vlády Ronalda Reagana, který zastával přístup zanechání pracování tržních sil bez zásahu státní moci.⁴

V Evropě se se soutěžně-právní úpravou setkáváme opožděně, v podstatě až po druhé světové válce. Evropská soutěžní politika v čele s Německem, které obecně představuje vývoj v celé centrální Evropě, následovala recept Spojených států. Roku 1923 Německo přijalo z důvodu přesvědčení o vzniku hyperinflace kvůli cenovým dohodám mezi podniky první protikartelový předpis.⁵ Dalším inovátorem v Evropě byla Velká Británie, která roku 1919 přijala tzv. Profiteering Act také z důvodu čelení nárůstu cenové hladiny.⁶ Poválečná evropská úprava vycházela z přístupu ekonomického směru *ordoliberalismu*, který přispěl k vytvoření sociálně tržního hospodářství. Ordoliberalismus je charakterizován tím, že pro něj nejsou důležité jen maximalizace ekonomického prospěchu a co nejefektivnější alokace zdrojů, ale i humánní a sociální aspekty. V návaznosti na výše zmiňované hodnoty získalo soutěžní právo úlohu kontroly soukromé hospodářské moci a jejich možných neblahých následků.

K rozvoji soutěžního práva v určité míře přispěla Smlouva o založení Společenství uhlí a oceli z roku 1951 a další dokumenty primárního práva, které měly pomoci k vytvoření společného trhu. Významným přínosem byl zákaz dohod z důvody předchozí zkušenosti s kartely, současně se zákazem zneužívání dominantního postavení. Významným institutem byl ve vývoji i Evropský soudní dvůr, který svými rozsudky doplňoval a vykládal legislativu. Od této doby vývoj ve své podstatě navazuje na dnes platné a účinné soutěžní právo ve smyslu hmotněprávních pramenů. V oblasti procesněprávní nastává v roce 2004 tzv. Modernizace, se kterou se systém

⁴ Motta, Massimo. *Competition policy: Theory and Practice*. 8th ed. New York: Cambridge University Press. 2007. ISBN 978-0-521-01691-93- 9. str. 9 – 11.

⁵ Švanda, M.; Vrána, F. *op.cit.* str.71.

⁶ Motta, M. *op.cit.* str. 11.

více decentralizuje, mění se aplikace soutěžního práva jak na úrovni komunitární, tak národní.⁷

⁷ Petr, Michal. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. vyd. 1. V Praze: C. H. Beck, 2010, xvii. ISBN 978-80-7400-307-3. str. 9 – 16.

3 Dominantní postavení - úvod

Každý podnikatel se snaží produkovat s co nejnižšími náklady a maximalizovat svůj zisk, a získat tak mezi konkurenty určité postavení. Právě díky tomuto procesu, kdy konkurenti mezi sebou bojují o zákazníky např. snížením cen nebo zkvalitňováním nabízených statků, vzniká soutěžní prostředí, které je obecně považováno za žádoucí. Někteří soutěžitelé nicméně svým přístupem vybudují speciální pozici, která jim následně dovoluje zneužít tržních prostředků a soutěžní prostředí oslabit. Tento stav, kdy soutěžitel zaujímá tzv. dominantní postavení, poté neodpovídá obecně prospěšnému hospodářskému prostředí s ideální alokací zdrojů a výhodami pro spotřebitele. Právní úprava a problematika tohoto jevu je nastíněna v následující části práce.

3.1 Rozlišení českého a komunitárního práva

Soutěžní právo České republiky sice stojí na stejných základech jako evropské, nicméně rozlišení je možné zejména s ohledem na jejich objekt. Objektem správního deliktu v pojetí českého práva je porušení soutěžního práva a právě k ochraně tohoto zájmu je určena soutěžně právní materie. Poté je objektem správního deliktu podle zákona o ochraně hospodářské soutěže *pouze* zájem na ochraně hospodářské soutěže. U komunitárního práva jde vedle ochrany soutěžního prostředí též o zájem na fungování volného trhu mezi členskými státy a vytvoření možných překážek. Při nejmenším právě rozdílný objekt a potažmo následek jednání odlišují tyto dva systémy.⁸

Koncept „dvojitě bariéry“ byl doplněn o zásadu respektování právní jistoty a ekvity (tj. sankce uložené vnitrostátními orgány budou zohledněny u komunitárních orgánů a naopak) s principem přednosti komunitárního práva^{9, 10}.

⁸ Petr, M., Vavříček, V. K paralelní aplikaci českého a komunitárního soutěžního práva. *Právní rozhledy* 11/2006. str. 396.

⁹ V případě konfliktu právních řádů jsou národní orgány povinny neaplikovat vnitrostátní předpisy a národní předpisy se použijí, pokud nebrání uplatnění komunitárního práva.

¹⁰ Běhan, Petr. *Dominantní postavení na trhu a jeho zneužití: právní úprava ES a v ČR*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 188 s. ISBN 80-7175-112-x.

Tento fakt spolu s možností paralelní aplikace národní a komunitární soutěžního práva a další důvody vyplývající z rozdělení literatury mě vedl k rozdělení práce na právní úpravu České republiky a zvláště Evropské unie, i když se v mnoha směrech prolínají.

4 Úprava v České republice

Právo hospodářské soutěže se v České republice dělí na dva základní celky: právo proti omezování soutěže a právo proti zkruslování výsledků soutěže, tj. právo proti nekalé soutěži. Úprava dominantního postavení a jeho zneužívání spadá do odvětví práva proti omezování soutěže spolu s kartelovými dohodami, spojováním soutěžitelů a poskytováním veřejných podpor. Od roku 1991 je soutěžní právo upraveno zejména v zákoně o ochraně hospodářské soutěže¹¹ a respektuje při tom připojení k Evropské unii a její právní úpravu. Právě příprava na připojení se k EU byla jedním z důvodů novelizace zákona o ochraně hospodářské soutěže v roce 2001 a měla vycházet z koncepčních hledisek plně vyhovujícím komunitárnímu právu.¹²

Po formální stránce je ustanovení § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže¹³ chápáno jako generální klauzule pro naplnění pojmu zneužití dominantního postavení, koncepčně navazující na definici v dominantního postavení v § 10 odst. 1, a pro naplnění její skutkové podstaty je nutno splnit tři základní kritéria:

- existence dominantního postavení,
- zneužívající jednání,
- možnost tímto jednáním negativně ovlivnit hospodářskou soutěž.¹⁴

Takové jednání jakožto protiprávní je výslovně v ustanovení zakázáno. Z generální klauzule je nutné dovodit, že příjemcem normy jsou obecně všichni soutěžitelé¹⁵ na trhu, jak je definuje judikatura Evropského soudního dvora¹⁶, které musí představovat samostatné právní a ekonomické subjekty a samostatně určovat své tržní chování. Zároveň je hledisko narušení hospodářské soutěže klíčové při určování naplnění „zneužívání“ nebo jednorázového „zneužití“ a je nutné posoudit okolnosti

¹¹ Dnes novelizován zákonem č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže.

¹² Petr, Michal. *op.cit.* str.10.

¹³ Obdobně v evropské úpravě v čl. 102 SFEU.

¹⁴ Munková, Jindřiška, Svoboda, Pavel, Kindl, Jiří. *Soutěžní právo*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2012, xxvi, 619 str. ISBN 978-80-7400-424-7.

¹⁵ Soutěžitel ve významu § 2 odst. 1 zákona 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 právními osobami, pokud se účastní hospodářské soutěže nebo ji mohou svou činností ovlivňovat, i když nejsou podnikateli.”

¹⁶ Podrobněji v následujícím textu práce věnující se úpravě v EU.

jednotlivého případu a dílčí skutkové podstaty vymezené demonstrativním výčtem v § 11 odst. 1 písm. a) až f) výše zmíněného zákona, kterých se týká.¹⁷

4.1 Určení relevantního trhu

S určením dominantního postavení se neodmyslitelně pojí vymezení relevantního trhu, které stanovení dominance předchází, protože dominantní postavení neexistuje samo o sobě, ale jen na relevantním trhu. Jednání soutěžitele je třeba hodnotit ve vztahu k relevantnímu trhu, na němž dochází nebo může docházet k narušení hospodářské soutěže, nikoliv na jiných, pro danou situaci, nerelevantních trzích, a to z pohledu formálního i materiálního.¹⁸ Právě vymezení abstraktního pojmu relevantní trh umožňuje následně zjistit tržní podíly soutěžitelů, které jsou důležité při stanovování tržní síly. Určení tržní síly je *defacto* hlavním cílem vymezení relevantního trhu, což jde ruku v ruce se současným trendem Evropské komise přistupovat k hospodářské soutěži více ekonomicky¹⁹ a tento jev je implementován i do české úpravy, která odráží evropskou úpravu šetřenou v následující části práce, zaměřenou více na klíčové judikáty využívané podpůrně i českými orgány. Zjištění těchto tržních podílů lze až po vymezení relevantního výrobního a místního trhu v čase.

Relevantní trh je vymezen v § 2 odst. 2 zákona o ochraně hospodářské soutěže jako „trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území“. Toto ustanovení je inspirováno činností orgánů Evropské unie, konkrétně jejího Sdělení o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže z roku 1997²⁰ a zároveň částečně naplnilo požadavek odborné veřejnosti pro jeho vymezení od doby prvního zákona o ochraně hospodářské soutěže z roku 1991. Nicméně ani tato

¹⁷ Munková, Jindřiška. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009, XIV, 681 s. ISBN 978-80-7400-173-4.

¹⁸ Munková, J., Svoboda, P., Kindl, J. *op.cit.* str. 276.

¹⁹ Petr, M. *op.cit.* str. 117.

²⁰ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství OJ 1997 C 372/5, Úřední věstník, Zvl. vyd. 2004, 08/sv. 1, str. 155.

definice není dle odborníků zcela dostačující ve srovnání s původním Sdělením.²¹ Z mého pohledu je toto ustanovení velice vágní a je zde přikládána velká diskrece orgánům provádějící šetření. Pokud není ustanovení doplněno vhodným výkladem soudu nebo konstantním rozhodováním orgánu, je tu hrozba, že úřady mohou tuto pravomoc lehce zneužít např. podle toho, jakým způsobem je úřad věnující se dané problematice hodnocen na venek.

4.1.1 Relevantní věcný trh

S podrobněji rozebranou problematikou relevantního trhu je snazší se setkat v originálním evropském měřítku; vymezení z hlediska práva České republiky je dle mé zkušenosti v literatuře mnohem méně diskutované.

V ústředí pro stanovení věcného relevantního trhu je konečný spotřebitel, jak je tomu obecně u evropské právní úpravy. Právě spotřebitel určuje, jaké výrobky jsou za sebe substituovatelné a má se za to, že statky, které jsou zaměnitelné jen částečně, nejsou součástí relevantního trhu²². Za relevantní výrobek jsou považovány dle Sdělení²³ „všechny výrobky nebo služby, které jsou ze strany spotřebitelů považovány za zaměnitelné nebo substituovatelné z hlediska jejich vlastností, ceny a zamýšleného užití“. Právě možnost spotřebitele přejít k užívání jiného obdobného statku zaručuje fungující hospodářskou soutěž a snižuje se tak šance, že jeden soutěžitel zneužije svého postavení. Cílem tohoto procesu je najít produkty, které je spotřebitel ochoten vyměnit za šetřený statek bez snížení jeho užitku. Nejlepší postup je takový, kdy se zkoumá jeden výrobek nebo služba a individuálně se zjišťuje se, zda představuje zastupitelný statek za statek šetřený. Proces se opakuje do té doby, než jsou nalezeny všechny substituty.²⁴ Proto se při posuzování statku hledí zejména na následující faktory:

- *Obecná charakteristika výrobku a zamýšlené použití*

²¹ Munková, J. *op.cit.* str. 29 – 30.

²² Argument plné zastupitelnosti je diskutován v praktické části práce na případu STUDENT AGENCY.

²³ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství. *op.cit.* sub. 19 odst. 7.

²⁴ Neruda, R. Relevantní trh a otázky související v teorii a praxi soutěžního práva (první část). *Právní rozhledy* 2004, č. 12, str. 452 – 453.

Statky, které patří pod jeden produktový trh, mají mít stejné charakteristické znaky a stejný okruh zákazníků.²⁵

- *Cena*

Cena představuje klíčový faktor při stanovování a využívá se zde tzv. SSNIP²⁶ test. Tento test byl poprvé představen Ministerstvem spravedlnosti USA a poté se celosvětově rozšířil.²⁷ Při stanovování sortimentu, který spotřebitel považuje za substituovatelný, se zjišťuje spekulativním experimentem předpokládající malou, ale trvalou změnu relativních cen a následně se zjišťuje reakce zákazníků.²⁸ Tento experiment testuje, zda hypotetické malé trvalé zvýšení relativních cen výrobku o 5% až 10% na stanoveném trhu odradí zákazníky dominantní společnosti a přejdou ke spotřebě substitutu nebo k jinému dodavateli. V případě, že by zvýšení cen bylo tak velké, že by vedlo k neziskovosti díky ztrátám z prodeje, zahrnou se do relevantního trhu i další výrobky. Tento postup by se opakoval tak dlouho, až by malá, ale stálá zvýšení ceny způsobila zisk. Cena, která má být brána v úvahu, je obvyklá tržní cena, ale je třeba vzít v potaz její zkreslení při nedostatečné konkurenci na trhu.²⁹

Petr, M.³⁰ upozorňuje na mylné výsledky testu v praxi. Jedná se zejména o případy, kdy soutěžitel použije monopolní ceny a poté je podrobován testu. Dostává se tak na úroveň ceny, kde lze namítat zastupitelnost s jinými výrobky a širší relevantní trh. Tato situace by ovšem při nastavení konkurenční ceny nenastala a tento jev označuje za tzv. celofánový klam, který vychází z judikátu *United States v E. I. Du Pont de Nemours and Co*³¹, podrobněji rozebraným v následující části práce. Přístup dominantní společnosti je založen na strategii, kdy společnost maximalizující svůj zisk bude nastavovat ceny v rozmezí, kde je poptávka elastická. Za takových okolností se výrobky budou zdát jako substituty, ale za konkurenčních cen by

²⁵ Van Bael, I., Bellis, J. - F. *Competition Law of the European Community*. 4th ed. The Hague: Kluwer Law International, 2004. ISBN 978-9041123091. str. 135.

²⁶ Zavedená zkratka pro *small but significant non-transitory increase in price*.

²⁷ Motta, M. *op.cit.* str. 102.

²⁸ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, *op.cit.* čl. 15.

²⁹ *tamtéž*, čl. 17, 18.

³⁰ Petr, M. *op.cit.* str. 134.

³¹ *United States v E. I. Du Pont de Nemours and Co*, 351 US, 337 (1957).

k zaměnitelnosti nedošlo.³² Předmětem zkoumání nutně nemusí být celá množina konečných spotřebitelů. Účel testu bude dosažen, i když se test zaměří jen na jeden druh spotřebitele – *marginálního* neboli *mezního*. U tohoto spotřebitele je velice pravděpodobné, že při jakékoliv změně ceny začne poptávat výrobek levnější. Analýza by měla být zaměřena právě na tyto marginální spotřebitele, protože na druhé straně existují i takoví spotřebitelé, kteří zůstanou věrni svému původnímu statku i přes veškeré zvýšení ceny, ale pro výrobce jsou klíčoví právě mezní spotřebitelé představující největší ztráty.³³

Analogickým postupem lze zjistit i zastupitelnost na straně nabídky. Ta se využívá u případů, kdy je její vliv na ekvivalentní substituci poptávky ve smyslu *účinnosti a bezprostřednosti*, což znamená, že dodavatelé jsou schopni přesunout dostatečně rychle a současně za nízkých nákladů.

Využívá se i třetí metoda vymezení produktového trhu, tzv. řetězová zastupitelnost.³⁴ Sdělení Komise³⁵ uvádí jako příklad situaci, kdy výrobek B je substitutem A i C na straně poptávky. I přesto mohou být A a C na stejném produktovém trhu, jelikož jejich ceny mohou být ovlivněny zavedením náhrady statkem B. U stanovování substitučního řetězce je nutné shromáždit další důkazy, jako například závislost cen na okraji řetězce, aby mohlo případně dojít k rozšíření relevantního trhu.

4.1.2 Relevantní zeměpisný trh

Význam vymezení zeměpisného trhu je určení, které podniky v jiné oblasti než vyšetřovaná společnost, mohou být charakterizovány jako konkurenční soutěžitelé. Relevantní zeměpisný trh je definován ve Sdělení Komise o definici relevantního trhu následovně: „...*oblast, ve které se dotyčné podniky účastní dodávky a poptávky výrobků nebo služeb, kde jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně stejnorodé a*

³² Bavasso, A. *Communications in EU Antitrust Law: Market Power and Public Interest*. Hague: Kluwer Law International, 2003. ISBN 90-411-1974-4. str. 109.

³³ Neruda, R. *op.cit.* s. 453.

³⁴ Van Bael, I., Bellis, J.-F. *op.cit.* s. 137 – 139.

³⁵ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, *op.cit.* čl. 57 – 59.

kerá může být odlišena od sousedních zeměpisných oblastí, protože zejména podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech zjevně odlišné“.³⁶ Koncepčně je vymezení relevantního geografického trhu podobné jako u produktového a lze využít SSNIP test při zkoumání zastupitelnosti ze strany poptávky nebo nabídky.³⁷

Sdělení Komise o definici relevantního trhu klade důraz na charakteristiku poptávky v jednotlivých regionech Evropské unie jako místní zvyklosti spotřebitelů a jejich preferencí nebo odlišení výrobků. Cíl porovnání je stanovit, zda výrobky nebo služby prošetřovaných společností představují skutečné alternativní zdroje nabídky. Důkazy, které Evropská komise považuje za významné při vymezení relevantního zeměpisného trhu, zahrnují kategorie jako důkazy o přesměrování zakázek do jiných oblastí v minulosti, základní charakteristiky poptávky, názory zákazníků a konkurenčních soutěžitelích, zeměpisné schéma uvažovaných nákupů v daném období, obchodní toky, překážky a náklady spojené s přesměrováním zakázek na společnosti sídlící v jiných oblastech. Vyjmenované kategorie ale neznamenají, že v každém jednotlivém případě bude nutné získat důkaz a hodnotit všechny uvedené faktory, ale je nutno přistupovat ke každému případu individuálně. Na základě těchto důkazů lze poté vymezit geografický trh od místního po světový.³⁸ Právě důraz na další okolnosti případu je dle mého názoru důležitý, i když jeho praktické provedení může být složité.

V praxi Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže přetrvává vymezení relevantního geografického trhu buď jako celorepublikový, nebo jako místní, i když takový postup nemá v zákoně oporu.³⁹ Zde mám ze svého šetření za to, že Úřad při svém vymezení zbytečně často využívá celorepublikové měřítko a otázkou zeměpisného trhu se nezabývá dostatečně podrobně. Co se týče otázky, zda Úřad může vymezit geografický trh širěji než na území České republiky, se ztotožňuji s názorem, že širší vymezení možné je, jelikož zákon tento postup nevyvrací.

³⁶ *tamtéž*, čl. 8.

³⁷ Van Bael, I., Bellis, J.-F. *op.cit.* str. 141- 142.

³⁸ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, *op.cit.*, čl. 29, 44.

³⁹ Neruda, R. *op.cit.* str. 448.

4.1.3 Relevantní časový trh

Někdy je v literatuře uváděn i třetí rozměr vymezení relevantního trhu – jeho časové hledisko. Důraz je kladen na to, aby případ nebyl hodnocen staticky, ale jako určitý časový jev, který je třeba zhodnotit. V rozhodovací praxi Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, tak i Evropské komise je dle Nerudy⁴⁰ viděn určitý odklon od samostatného vytyčování časového trhu a časové vymezení hodnotí jako s relativně nižší významem⁴¹, než vymezení věcné a zeměpisné. Pro samostatné vymezení časové trhu nenacházíme žádnou oporu v právních předpisech jak českých, tak komunitárních.

4.2 Vymezení dominantního postavení v české úpravě

Klíčovým ustanovením je v definování dominantního postavení v České republice § 10 odst. 1 zákona o ochraně hospodářské soutěže, který zní následovně:

„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.“⁴²

Obecně jsou rozeznávány čtyři koncepty dominantního postavení. První představuje přístup pomocí *významné⁴³ tržní síly* založený na ekonomické bázi a je dnes využíván v české i v evropské úpravě následující prvořadou ochranu spotřebitele. Druhý vychází při stanovení dominance z *obchodní síly*. Třetí přístup definuje dominantní postavení jako *sílu vyloučit konkurenty* s cílem utřít sílu zvýšit ceny a omezit výstupy. Poslední přístup chápe dominanci jako čistě *jurisdikční záležitost*, zda se aplikuje ustanovení zákona, či ne.⁴⁴ Právě různé přístupy ke stanovení dominantní postavení mohou porušovat právní jistotu v čase – příkladem může být stále často

⁴⁰ *tamtéž*, str. 449.

⁴¹ Význam časového trhu se jeví zejména u sezónních a periodicky se opakujících jevů. Následující část práce s evropskou úpravou se zabývá známým případem nahraditelnosti banánů, kde je právě vymezení časového trhu podstatné.

⁴² Zákon o ochraně hospodářské soutěže, *op.cit.*, § 10 odst.

⁴³ Dále je využíván pojem *výrazná tržní síla*, ale po několik let se využívá jen ve spojení s elektronickými komunikacemi.

⁴⁴ Petr, M. *op.cit.* str. 238 – 239.

citovaný rozsudek *United Brands*⁴⁵, který byl posuzován na základě dřívějšího konceptu obchodní síly, ale pokud by byl hodnocen podle stávajícího přístupu významné tržní síly, výsledek by mohl být jiný.

Z ekonomického pohledu není tržní síla chápána pozitivně. Právě její růst může na trhu způsobit ještě větší odklon od dokonalé konkurence, která sice v realitě není dosažitelná, ale je snaha se jí přiblížit. Vysoká tržní síla jednoho soutěžitele může způsobit snižování společenského blahobytu ve formě například vyšších cen nebo omezené produkce. Obecně existují dva přístupy měření tržní síly: přímý a nepřímý. Převažující nepřímý přístup se odvíjí od zjištění tržního podílu a dalších podmínek na trhu. Postupovat lze také přes kvantitativní, přesnější metody, formou přímou, nejčastěji využívanou ve formě Lernerova indexu.⁴⁶

Koncept *významná tržní síla* je také upraven v zákoně o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejich zneužití⁴⁷. Zde je v § 3 odst. 1 vymezena jako „*takové postavení odběratele vůči dodavateli, kdy se v důsledku situace na trhu stává dodavatel závislým na odběrateli ve vztahu k možnosti dodávat své zboží spotřebitelům a kdy si odběratel vůči dodavateli může vynutit jednostranně výhodné obchodní podmínky.*” V následujícím odstavci předpisu jsou taktéž určeny další faktory, které mají být zhodnoceny. Důvodová zpráva⁴⁸ uvádí, že zákon o ochraně hospodářské soutěže neposkytuje ochranu jednotlivým soutěžitelům, ale jenom v rámci ochrany hospodářské soutěže jako systému, rovněž nechrání před zneužíváním významné síly jiným soutěžitelem. Vysvětluje, že tento zákon je ve vztahu speciality k zákonu o ochraně hospodářské soutěže, kdy by měl postihovat zneužívání významné tržní síly vůči jiným soutěžitelům, kdy jim tato síla umožňuje právě dosahování jednostranně výhodnějších podmínek. Důležitý rozdíl mezi dominantním postavením a zneužíváním významné tržní síly dle zákona č. 395/2009 Sb. je koncept relativnosti. Významná tržní síla je totiž chápána jako vztah vznikající

⁴⁵ *United Brands Continental v. Komise*, 27/76 (1978).

⁴⁶ Nejezchleb, Kamil; Hajná, Zuzana; Bejček, Josef. *Ekonomické metody v soutěžním právu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014. 299 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia, sv. č. 504. ISBN 978-80-210-7701-0. str. 74.

⁴⁷ Zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití. In: *Sbírka zákonů*. 9. 9. 2009.

⁴⁸ Důvodová zpráva k zákonu č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití, bod 1 a 2.

mezi určitými subjekty.⁴⁹ O přínosu zákona o významné tržní síle a jeho využití se však vedou diskuze.⁵⁰

Dominantní postavení jakožto speciální postavení soutěžitele je charakteristické tím, že dominantní soutěžitel⁵¹ není vystaven podstatné hospodářské soutěži a to mu umožňuje chovat se nezávisle na svých konkurentech a spotřebitelích.⁵² Termín *tržní síla* ve výše zmíněném ustanovení představuje určitou modifikaci od originální praxe Soudního dvora Evropské unie, který se drží výrazu *ekonomická síla*. I když jsou tyto dva termín velice podobné, je tu určitá niance. Nicméně se zdá, že praxe úřadů i odborná literatura nevnímá tento rozdíl jako významný nebo snažící se odlišit od evropské úpravy, ale jen jako nepřesnost. Dalším významným rozdílem mezi evropskou a českou úpravou je, že zákon neobsahuje podmínku ohrožení efektivní soutěže, i přesto se toto hledisko zohledňuje při aplikaci § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

Samotného vymezování dominantního postavení se týká odstavec 2⁵³, kde je uveden postup, vycházející zpětně z postupu praxe úřadů, ve formě demonstrativního výčtu zjišťování a vymezování abstraktního pojmu významná tržní síla. Obdobně jak je tomu u úpravy Evropské unie se vychází při stanovování z tradičně nejvýznamnějšího tržního podílu a následně dalších faktorů.⁵⁴ Z ustanovení nepřímo vyplývá, že by bylo teoreticky vhodné tržní sílu vyjadřovat pomocí určitých „prahů“⁵⁵ a zjistit, zda jdou určité stupně tržní síly nějak kvantifikovat, což hodnotím jako zajímavý přístup příklánějící se více k ekonomickému přístupu a odrážející přístup k procentuálnímu vymezení tržních podílů.

⁴⁹ Petr, M. *op.cit.* str. 379.

⁵⁰ Zákonu je například vytýkáno, že zasahuje do soukromé sféry, kde to není nutné. S kritikou přístupu se ztotožňují, přinese komplikace mezi obchodníky.

⁵¹ Popř. více soutěžitelů v případě kolektivní dominance, které ustanovení také zahrnuje.

⁵² Eliáš, K., Bejček, J. a kol. *Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo*, 5. vydání, Praha: C. H. Beck, 2007. s. 448.

⁵³ § 10 odst. 2 zákona o ochraně hospodářské soutěže.

⁵⁴ Peták, Šimon. *Zneužití dominantního postavení v právu České republiky a evropském právu*. Praha, 2012. Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta. Disertační práce. Vedoucí práce Stanislava Černá. str. 139 - 145.

⁵⁵ Tento přístup je navrhnout v Nejezchleb, K.; Hajná, Z.; Bejček, J. *op.cit.* str. 71.

V praxi se dominantní postavení určuje multikriteriálně. V první řadě se vychází ze zjištěného tržního podílu, který je nejsilnějším vodítkem při šetření, nicméně žádné z kritérií nelze posuzovat absolutně a ani vysoký tržní podíl nemusí znamenat nutně dominanci, i když je to směrodatný indikátor. Zjišťování závisí vždy na individuálních okolnostech případu a vymezeném relevantním trhu a váha jednotlivých kritérií se může případ od případu lišit.⁵⁶ Dle mého šetření, i jak bude dále rozebráno v praktické části práce, Úřad dostatečně nešetří ostatní faktory případu a využívání relativně snadného stanovení tržního podílu, což může vést k zavádějícím závěrům.

4.2.1 Pojem soutěžitel

Ještě než bude detailně představena problematika určování dominantního postavení podle tržního podílu a dalších měřítek, je nutné zmínit, na koho se vůbec tato ustanovení uplatňují. To stanovuje § 2 odst. 2 zákona 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 právníckými osobami, pokud se účastní hospodářské soutěže nebo ji mohou svou činností ovlivňovat, i když nejsou podnikateli.“

Soutěžitel v právním řádu komunitárního práva odpovídá pojmu *undertaking*, jehož podrobnějšímu vysvětlení je věnována část v úpravě EU. Petr, M.⁵⁷ se domnívá, že v tomto ohledu je český a komunitární výklad práva identický. Zde si dovoluji vyvozovat, že česká právní úprava vykládá dle ustanovení zákona pojem dokonce extenzivněji a má ho ukotvený přímo v předpisu na rozdíl od nepřímého vyvozování výkladu termínu z méně přehledné judikatury v právu komunitárním.

4.2.2 Tržní podíl

Faktor tržního podílu je shodně Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže a Evropskou komisí hodnocen jako ústřední.

⁵⁶ Peták, Š. *op.cit.* s. 140 – 141.

⁵⁷ Petr, M. *op.cit.* str. 79.

Zákon o ochraně hospodářské soutěže v § 10 odst. 2 zdůrazňuje význam a uvádí získání jeho hodnoty. Úřad má dle dikce zákona „posuzovat tržní podíl 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...“⁵⁸. Poté následuje odst. 3 s vyvratitelnou domněnkou, že soutěžitel, nebo více soutěžitelů v případě kolektivní dominance, nezaujímá dominantní postavení, pokud je zjištěný tržní podíl menší než 40%. Zákon zde nehovoří přímo o relevantním trhu, ale o *trhu daného zboží*. Komentář⁵⁹ k danému termínu uvádí, že je nutné ho vykládat jako relevantní trh, jelikož nelze dominantní postavení v souvislosti s jeho zneužitím definovat abstraktně. To naznačuje, že statek musí být hodnocen podle požadavků výrobního trhu, popř. trhu služeb, z hlediska substituovatelnosti a uspokojování konkrétních potřeb. V této souvislosti je třeba zjišťovat také podíly konkurentů, aby bylo možné zhodnotit, jaké tržní tlaky na soutěžitele působí a nestačí posuzovat jen podíl dodávek a nákupů šetřeného dominantanta. Zde mi není zřejmé, co zákonodárce myslel označením *trhu daného zboží*, když se v této věci přejímalo zejména z komunitární legislativy, která zásadně využívá označení relevantní trh. Navíc novela zákona o ochraně hospodářské soutěže vycházela také z přípravy na vstup do EU a sladování úprav, a není tedy jasné využití odlišného nedefinovaného výrazu.

Dále je důležité určit, s jak vysokými tržními podíly bude dominantní postavení spojováno. Při určení bude záležet na daných okolnostech případu, ale evropskou judikaturou, blíže rozebranou v následující části práce věnované úpravě v Evropské unii, jsou učeny konkrétní výše tržních podílů, které napovídají dosažení dominantního postavení. Tento přístup podporuje i Komise, která se rovněž domnívá, že není vhodné mechanické aplikování teorie o tržních podílech a je důležité hledět na reálné ovlivnění hospodářské soutěže. Je si zde také vědoma možnosti, že může dojít k narušení právní jistoty.⁶⁰ I přes to, že si je Evropská komise vědoma možné široké škály řešených situací a obtížnosti postihnout je abstraktními ustanoveními předpisů, je dle mého názoru velice riskantní porušovat zásadu právní jistoty. I když je

⁵⁸ Zákon o ochraně hospodářské soutěže, *op.cit.*, § 10 odst. 2.

⁵⁹ Munková, J. *op.cit.* str. 110.

⁶⁰ Petr, M. *op.cit.* str. 244.

problematiku těžké upravit, neobcházela bych z tohoto důvodu tak významnou právní zásadu.

4.2.3 Další faktory

Odstavec druhý § 10 zákona o ochraně hospodářské soutěže při stanovení tržní síly soutěžitele pokračuje po tržním podílu dalšími faktory, které je třeba brát v úvahu. Jedná se zejména o:

- hospodářskou a finanční sílu soutěžitelů;
- právní nebo jiné překážky vstupu na trh pro další soutěžitele;
- stupeň vertikální integrace soutěžitelů;
- strukturu trhu;
- velikost tržních podílů nejbližších konkurentů.

Právě tento doplňující výčet odlišuje úpravu z roku 1991 od té dnešní, kdy dříve představoval jediné kritérium tržní podíl. Zákon nevyžaduje v každém případě zkoumání všech vyjmenovaných kritérií, protože nemusí být v každém řešeném případě důvodná.

4.2.3.1 Hospodářská a finanční síla

Finanční síla nepředstavuje přímo měřitelný pojem. Rozumí se jí především finanční zázemí soutěžitele jakožto soubor finančních a jiných prostředků, které má k dispozici a umožňují mu chovat se nezávisle na spotřebitelích nebo jiných soutěžitelích. V tomto směru jde zejména o velké nadnárodní společnosti, které právě takovými finančními prostředky disponují a mají tak lepší možnost financování pomocí jak vnitřních tak vnějších zdrojů.⁶¹ Další faktory představují např. objem investic, obrat nebo či výše a struktura majetku.

Síla hospodářská je naopak představována většinou právními a technologickými výhodami jako jsou smlouvy o převodu práv duševního vlastnictví, licence atd., které

⁶¹ Bednář, Josef. *Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi*. Z rozhodovací praxe Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora. Praha: C. H. Beck, 2005. str. 125.

představují významné výhody oproti konkurenci a je nutné je při rozhodování posoudit.⁶²

4.2.3.2 *Překážky vstupu na trh*

Překážky vstupu na trh představují obtíže při vstupu na daný trh. Platí zde obvykle přímá úměra mezi velikostí vstupních překážek a silou soutěžitele – čím vyšší jsou překážky vstupu na trh, tím silnější je postavení soutěžitele. Základní dělení⁶³ překážek vstupu na trh je na subjektivní nebo objektivní.

Subjektivní překážky nepředstavují ohrožení soutěže na trhu. Jsou představovány tzv. utopenými náklady (*sunk costs*), kdy pro vstup do odvětví je nutná vysoká prvotní investice, která se postupně, relativně pomalu, vrací. Právě k utopeným nákladům bych v případě posuzování více přihlížela, protože vstup do některých odvětví je mnohem kapitálově a technologicky náročnější než do jiných. Nicméně opět je tu problém s exaktním měřením a následným dodržováním právní jistoty. Naproti subjektivním překážkám stojí objektivní překážky, které představuje například struktura trhu.⁶⁴

4.2.3.3 *Stupeň vertikální integrace*

Stupeň vertikální integrace soutěžitelů značí zejména lepší podmínky k zásobování oproti konkurenčním soutěžitelům, nebo naopak jednodušší odbyt výrobků či služeb skrz osy výrobce. Tento faktor je úžeji spojen se strukturou trhu a otázkou dostatečné dodávky výrobky existujících společností. Výhodu může oproti ostatním představovat složení trhu z holdingových společností s navazujícími vstupy a výstupy, nebo dokonce i s vlastní distribuční sítí.⁶⁵

⁶² Komentář k zákonu o ochraně hospodářské soutěže, *op.cit.* str. 111; Munková, J. *op.cit.* str. 279 – 280.

⁶³ Jiná dělení např. na právní, ekonomické a smluvní překážky.

⁶⁴ Munková, J. *op.cit.* s. 280.

⁶⁵ Petr, M. *op.cit.* 247 -250., Munková, J. *op.cit.* 280.

4.2.3.4 *Struktura trhu*

Vyvážená tržní struktura je velice důležitým předpokladem pro svobodné fungování hospodářské soutěže a chování soutěžitelů.⁶⁶

4.3 Shrnutí

Úprava dominantního postavení a s ním souvisejícího relevantního trhu České republiky je úzce provázána s úpravou v Evropské unii, která vysvětluje zejména svou rozhodovací praxí mnoho abstraktních pojmů a má delší zkušenosti s daným právním odvětvím. Klíčový předpis představuje novelizovaný zákon o ochraně hospodářské soutěže doplněný zejména v oblasti výkladu pojmů evropskou legislativou a klíčovou judikaturou. I tak zde jsou určité rozdíly při aplikaci národní legislativy, která může být aplikována paralelně s komunitární. Z výše uvedených skutečností vyplývá, že mnoho pojmů je i tak velice neurčitých a výsledná aplikace předpisů závisí na orgánech, které mají v těchto věcech rozhodovací kompetenci.

⁶⁶ Petr, M. *op.cit.* str. 248.

5 Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže

V následující části textu jsou kriticky rozebrány vybrané případy řešené Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže, u nichž je určení relevantního trhu anebo následné určení dominantního postavení nejméně sporné a ukazují tak na vágní úpravu této problematiky.

5.1 Rozhodnutí ve věci narušení § 11 zákona o ochraně hospodářské soutěže společností ŠKODA AUTO, a.s.⁶⁷

V tomto případě se jedná o shledání společnosti ŠKODA AUTO, a.s., vyrábějící automobily, jako zneužívající svého dominantního postavení, kdy společnost uplatňovala bez objektivně ospravedlnitelného důvodu rozdílné podmínky u poskytování slev při velkoodběru osobních vozidel u tříd malých vozidel, vozidel střední třídy a vozidel střední vyšší třídy současně s tím, že odmítá uzavírat velkoodběratelské smlouvy s leasingovými společnostmi. Údajně tak porušila zákaz uvedený v § 11, odst. 1 zákona o ochraně hospodářské soutěže a zneužila tak své postavení na vymezeném relevantním trhu. Proti tomuto rozhodnutí účastník včas podal rozklad.

Námítky rozkladu rozhodnutí se mimo jiné týkaly vymezení relevantního trhu i určení samotného dominantního postavení, současně s nejasnostmi ohledně aplikace evropské úpravy.

Prvním krokem orgánu při vyšetřování je vymezení relevantního trhu po stránce věcné a geografické. V řešené kauze jednání účastníka spočívalo v dodávkách motorových vozidel. Orgán prvního stupně bez jakéhokoliv odůvodnění využil pro vymezení relevantního věcného trhu definici osobního automobilu dle § 2 odst. 1 písm. l vyhlášky č. 31/ 2003⁶⁸ bez porovnání s lehkými užitkovými vozidly s prostým konstatováním, že osobní automobil je dostatečně odlišitelný od jiných druhů automobilů. Nicméně v praxi lze z osobního automobilu získat schválení pro provoz lehkého užitkového vozidla pouze pomocí snadných úprav vozidla, např. montáží

⁶⁷ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže R059/ 2004.

⁶⁸ Vyhláška Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže č. 31/2003 Sb., o povolení obecné výjimky ze zákazu dohod narušujících soutěž v oblasti motorových vozidel, ve znění pozdějších předpisů.

mříže mezi zadní sedadlo a zavazadlový prostor. Pro určení relevantního trhu je klíčové vnímání spotřebitele, kdy je nutná analýza jeho postoje k zastupitelnosti mezi osobními automobily a lehkými užitkovými vozidly. Zde, jak podotkl i odvolací orgán, je velice pravděpodobné, že substituovatelnost mezi osobními automobily a lehkými užitkovými vozidly je pro spotřebitele snadná, což by zásadně ovlivnilo stanovení relevantního věcného trhu. Dalším problémem při určování produktového trhu byla snaha o vymezení kategorií vozidel. Orgán prvního stupně rozdělil trh s automobily na tři dílčí trhy: třída malých vozidel, třída středních vozidel a třída středních vyšších vozidel. Při jeho stanovování opět nebylo jasně dané, jakými kritérii se při jeho stanovování řídil a proč trh vymezil tak, jak je výše uvedeno. Nevyužil ani dělení na třídy A (třída mini) až G (víceúčelová a sportovní vozidla), které je relativně obvyklé. Nicméně vymezení užšího věcného trhu v průmyslu, který se snaží plně vyhovět individuálním požadavkům zákazníku, není jednoduché a rozdíly mezi klasickými kategoriemi mizí. Příklad lze uvést na vozu typu Škoda Octavia, které by pravděpodobně zapadalo do uváděné střední třídy. Pokud si ovšem klient nezvolí klasickou výbavu a požaduje její nadstandardní verzi, lze vůz řadit do vyšší třídy, což celkově relativizuje původní rozdělení. Jeden druh automobilu může být součástí více tříd díky velké variabilitě produktu, který je výrobce schopen diferenciovat. V tomto případě bude záležet na zvoleném typu motoru, karoserie a vybavení, které společnost nabízí, a rozpětí ceny u jednoho typu automobilu se pohybuje v řádech stovek tisíc korun. Navíc pokud Úřad své rozhodnutí - zde myšleno úžeji pro relevantní věcný trh - neodůvodní a nepodloží dalšími analýzami zaměnitelnosti, je jeho postoj velice jednoduše napadnutelný a relativizovatelný. Účastník řízení ve svém odporu navrhuje, aby bylo využito řazení podle hmotnosti vozidla a počtu míst k přepravě, jež se zdá být obecnější a zahrnující v sobě, z pohledu spotřebitele, zaměnitelná vozidla.

Při vymezování relevantního geografického trhu Úřad zvolil vymezení s hranicemi České republiky s odůvodněním, že na tomto území probíhá prodej nových automobilů značky ŠKODA za homogenních podmínek. Přičemž Úřad není ve vymezování omezen jen na Českou republiku a omezující nejsou ani teritoriální ustanovení v § 1, odst. 5 a 6 zákona o ochraně hospodářské soutěže. Úřad ve svém rozhodnutí nijak nevysvětlil, a nejspíše se asi ani nezabýval, vztahem stejnorodosti trhu k zahraničí. V dnešní době je ovšem běžné, že se na českých silnicích setkáváme

se zahraničními vozy. Asijské nebo americké značky jsou hojně zastoupeny i v České republice a společnost ŠKODA AUTO vyváží svou produkci do zahraničí. To dokazuje i fakt, že společnost ŠKODA AUTO je součástí koncernu Volkswagen Group a je propojen, nejméně v aspektu řízení a využití kapitálu, se zahraničními společnostmi. Úřadem také nebyla zvážena možnost pořizování vozů leasingovými společnostmi ze zahraničí. Diskutabilní je vymezení relevantního trhu i z pohledu spotřebitele, kdy se dnes na trhu neseťkáváme, alespoň na území Evropské unie, s téměř žádnými legislativními nebo obchodními bariérami. Spotřebitel tak při výběru vozu není omezen na domácí produkci a bez větších problémů může vybírat zahraniční vozy a pravděpodobně by při testování hodnotil zahraniční a tuzemské vozy jako substituovatelné. Pokud Úřad ve svém šetření nenašel podmínky, které by vyvracely homogenost trhu, měl být stanoven širěji.

Po vytyčení relevantního trhu Úřad vyhodnotil společnost ŠKODA AUTO a.s. jako zaujímající dominantní postavení, kdy k jeho stanovení využil tradičně tržní podíl a rutinní zhodnocení několika dalších faktorů.

Tržní podíly šetřené společnosti byly na trzích malých vozidel, vozidel střední třídy a vozidel střední vyšší třídy vyčísleny následovně: 55%, 66% a 33%. Podstatnost tržního podílu naznačuje ustanovení § 10 odst. 3 zákona o ochraně hospodářské soutěže, kdy stanovuje vyvratitelnou domněnku o neexistenci dominantního postavení při tržním podílu nižším než 40%, a naopak velmi vysoký tržní podíl presumuje existenci dominantního postavení⁶⁹. Výše tržních podílů může být indicií k dominantnímu postavení, nicméně je nutné prošetřit i další ukazatele pro komplexní stanovisko představující zejména strukturu trhu, celkovou finanční a hospodářskou sílu soutěžitele, vertikální propojení soutěžitelů, překážky pro vstup do odvětví, tržní podíly blízkých konkurentů, velikost vstupního kapitálu jak stanovuje § 10 odst. 2 zákona o ochraně hospodářské soutěže. Úřad sice zjišťoval některé další okolnosti, jako například podíly nejbližších konkurentů, nicméně s neodůvodněným přístupem. V této souvislosti byly srovnávány vozy Volkswagen Passat jako zástupce střední třídy a poté Audi A6 náležící do střední vyšší třídy. Následně bylo bez dalšího uvedeno, že vozy patřící do jednoho koncernu si nekonkurují. Zde účastník namítá, že

⁶⁹ *Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Komise*, 85/76 (1979).

vozy si konkurují, i když patří pod jeden koncern, v tomto případě si konkurují zejména se značkami Volkswagen, SEAT a Audi. Vhodné by bylo též prošetření substituovatelnosti s ojetými vozy. Zároveň z rozhodnutí nelze vyčíst, jakým způsobem byly výpočty provedeny a zda jsou korektní odstupy konkurentů. Na místě by dle odvolacího orgánu bylo i prošetření zaměnitelnosti pořízení vozu operativním leasingem s jinými způsoby pořízení, což se již netýká šetřené problematiky případu.

Z výše uvedených skutečností a pochybností nelze jednoznačně označit účastníka řízení, společnost ŠKODA AUTO a.s., jako zaujímající dominantní postavení na trhu. Nejasnosti přesvědčily i orgán druhého stupně, aby věc vrátil k dalšímu prošetření. Výrazné mezery v šetření a odůvodnění orgánem prvního stupně vedly k následnému přehodnocení situace. Právě vymezení relevantního trhu, jak z hlediska věcného, tak zeměpisného je zde velice pochybné a bez dostatečné analýzy substituovatelnosti poptávky a nabídky mohl přinést zavádějící výsledek. Důraz měl být kladen i na charakteristiku průmyslu, který je velice náročný na kapitál a technologii, a proto dochází celosvětově k jeho spojování do koncernů a slučování podniků. Mohl by se zdát, že prvoinstanční orgán se zde snažit uvalit sankce bez většího prošetření případu na pravděpodobně nesprávně vymezených trzích a následného dominantního postavení, které mohou mít fatální následky pro společnost.

5.2 Porušení § 11 odst. 1 zákona o ochraně hospodářské soutěže společností STUDENT AGENCY, s.r.o.⁷⁰

V dalším případě, kde je vymezení relevantního trhu a následného určení dominantního postavení sporné, je rozhodnutí ve věci společnosti STUDENT AGENCY, s.r.o. V tomto případě byla společnost STUDENT AGENCY, s.r.o. shledána zneužívající své dominantní postavení ve smyslu § 11 odst. 1 písm. e) zákona o ochraně hospodářské soutěže, kdy vůči konkurenční společnosti ASIANA spol. s r.o. nasadila na trati veřejné autobusové linky Praha – Brno, a zpět, nepřiměřeně nízké ceny⁷¹. Šetření Úřadu tedy spočívalo ve zjištění, zda společnost STUDENT AGENCY, s.r.o. uplatňovala tzv. predátorské ceny držené do

⁷⁰ Rozhodnutí ÚOHS S162/2008/DP-4490/2010/820/DBR ze dne 3. 11. 2010.; Rozhodnutí ÚOHS R169/2010/HS-2676/2011/310-PGA ze dne 18. 2. 2011.

⁷¹ Zde se poprvé Úřad vyjádřil k problému predátorských cen.

dostatečného oslabení konkurence pod průměrnými variabilními náklady. Cena jednosměrné přepravy byla u tzv. kreditových jízdenek v období mezi 2. 10. 2007 a 1. 1. 2008 pouhých 50 Kč a od 9. 12. 2007 do konce roku jen na spojích, kde paralelně službu nabízela i společnost ASIANA, spol. s r.o. Poté nastalo zdražení na 95 Kč, ale tato cena platila opět pouze v časech, kdy dopravu nabízela i společnost ASIANA, spol. s r.o., a dokonce došlo k posílení vozů na dané trati. Naproti tomu v časech, kdy společnost STUDENT AGENCY, s.r.o. nebyla ohrožována konkurencí, tuto cenovou politiku neuplatňovala.⁷²

V prvé řadě se Úřad zabýval vymezením věcného relevantního trhu. Zásadní otázkou tedy bylo, jaké jsou substituty k pravidelným autobusovým linkám na trati Praha – Brno. Při prvních úvahách pravděpodobně přijdou na mysl doprava železniční a letecká. Letecké společnosti nabízí let z Prahy do Brna a obráceně, nicméně z důvodu značného cenového rozdílu nelze z pohledu spotřebitele tuto variantu označit za relevantní. Z rozhodnutí vyplývá, že jednosměrná letenka by v době případu stála více než 2000 Kč, což je několikanásobně více, než s využitím autobusového nebo železničního spoje a navíc četnost spojení je mnohem nižší. Jako lepší náhrada se jeví doprava železniční, ale Úřad ji ve svém rozhodnutí nezhodnotil jako zaměnitelnou s autobusovou, což zavádí nejvýraznější důvod k polemice s tímto rozhodnutím. I když byly přeloženy znalecké posudky s návrhy na vymezení trhu, tato otázka je čistě právní, a tedy nenáleží znalcům, aby se k ní vyjadřovali.

Trasa mezi Prahou a Brnem je jedna z nejméně frekventovaných na území nabízí přímé jak silniční, tak železniční spojení a doba přepravy se u obou typů pohybuje okolo 3 hodin. Dle jízdních řádů společností je ale cesta vlakem časově náročnější s možnými zpožděním, které ale mohou nastat i na silnicích, kde je pravděpodobnost nehody vyšší než na železnici. Úřad při svém zjišťování tuto možnost objektivně nezohlednil a možné časové nesrovnalosti uvádí jen u dopravy železniční. Porovnávána byla také četnost spojů, kdy autobusoví dopravci nabízejí spojení výrazně častěji než vlakoví. Dalším z kritérií byla kvalita přepravy. Dopravci se snaží cestu autobusem zpříjemňovat a modernizovat pomocí např. podávání nápojů a denního tisku, asistencí

⁷² Rozbor nehodnotí rozhodnutí ÚOHS ve věci samotné, ale polemizuje se stanovením relevantního trhu a dominantního postavení, které koresponduje s tématem práce.

stevardů v ceně jízdenky, kdy vlaky v tomto ohledu zaostávají. Konkrétní nabídka záleží na dané dopravní společnosti, ale v době řízení nejkvalitnější služby poskytovala společnost STUDENT AGENCY, s.r.o. a výše uvedené služby nebyly ani u ostatních autobusových dopravců standardem. Společnost STUDENT AGENCY, s.r.o. v tomto hledu nabízela i přepravu bez výše zmiňovaných služeb za sníženou cenu jízdenky. V tomto případě se poté kompenzují na cestě po železnici služby jídelního vozu. Úřad rovněž nevzal v úvahu fakt, že vlaky nabízejí větší cestovní prostor než autobusy, který je pro mnohé cestující velice důležitý. Mít možnost projít se po voze a více prostoru na nohy je artiklem, za který jsou cestující ochotni zaplatit stejně jako za občerstvení nebo noviny. Úřad rovněž uvádí, bez jakéhokoliv odůvodnění, že vlaková doprava je obecně brána jako prestižnější než autobusová a bylo by vhodné zjistit, zda to tak opravdu je, nebo jsou již považovány za rovnocenné. V ohledu cenového srovnání dokonce Úřad provedl SSNIP test, kdy cílem bylo zjistit, zda dojde ke zvýšení cen dopravců při navýšení cen. Prováděna byla rovněž korelační analýza cen⁷³ železničních jízdenek a jízdenek autobusových, křížová elasticita poptávky a analýza stacionarity cen, kdy z celkové analýzy vyšlo, že železniční a autobusová doprava netvoří substituty. Není ovšem zcela jasné, s jakými daty Úřad pracoval a je zřejmé, že určitá manipulace s daty může mít za následek úplně jiné výsledky hypotéz. Cestující využívají při nakupování jízdenek mnoho slev a výhod vázaných na další specifické charakteristiky, kdy skoro na každého v nějaké míře aplikovatelné, a použití základních cen jízdného může být zavádějící.

Zároveň Úřad ve svém rozhodnutí zdůrazňuje, že produkty zastupitelné jen částečně, nejsou substituty. V realitě je ovšem velice málo zboží plně zastupitelné – jako plně zastupitelné si představuji např. pšenici na komoditní burze – v naprosté většině případů dochází k zastupitelnosti v určité míře a lze tak dovodit i z klasického učebnicového příkladu zastupitelnosti másla a margarínu. Tento výrok Úřadu bez dalšího zdůvodnění je velice vágní a je možné jej využít k manipulaci a přílišnému zúžení relevantního trhu při řešení sporů. Odlišná argumentace, která by mohla být stejně, nebo i více přesvědčující než odůvodnění využitá Úřadem, by teoreticky byla schopná změnit výsledek rozhodnutí, a proto není podle mě správné, že na takovýchto

⁷³ U korelační analýzy se lze často setkat s problémem odlišit korelaci a kauzalitu, což může tvořit značný problém a dle mne nelze využít např. jen tento způsob šetření.

„chatrných“ argumentech jsou společnosti penalizovány a zbytečně narušováno přirozené obchodní prostředí.

6 Úprava v Evropské unii

Dalším komplexním systémem soutěžního práva je úprava Evropskou unií. Mezi obecně nejdůležitější smlouvy v Evropské unii patří Smlouva o fungování Evropské unie a je tomu tak i u problematiky dominantního postavení, které se spolu s dalšími předpisy a klíčovými soudními rozhodnutími snaží o ochranu hospodářské soutěže na vnitřním trhu. Díky zvyšování tržní síly dominantním soutěžitelem se oslabují samoregulační tržní mechanismy. Společnost v dominantním postavení se poté dostává do situace, kdy svoji moc může zneužívat ve formě vyššího než normálního⁷⁴ zisku nebo restrikcemi dodávek zboží a služeb na trhu a svým chováním vytvářet nefunkční nebo zkreslenou tržní konkurenci.⁷⁵

Proto článek 102 Smlouvy o fungování Evropské unie⁷⁶ zní následovně:

„S vnitřním trhem je neslučitelné, a proto zakázané, pokud to může ovlivnit obchod mezi členskými státy, aby jeden nebo více podniků zneužívaly dominantního postavení na vnitřním trhu nebo jeho podstatné části.

Takové zneužívání může zejména spočívat:

a) v přímém nebo nepřímém vynucování nepřiměřených nákupních nebo prodejních cen anebo jiných nerovných obchodních podmínek;

⁷⁴ Normální zisk představuje náklady alternativ výrobního faktoru podnikání, které jsou součástí ekonomických nákladů. Při normálním zisku je ekonomický zisk roven nule. Je-li tedy ekonomický zisk společnosti kladný, dosahuje nadnormální zisk. Urban, J. Teorie národního hospodářství [online]. 4. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-725-6. [cit. 2015-07-29]. Dostupné na: https://books.google.com/books?id=PBXpCQAAQBAJ&pg=PT152&dq=normáln%C3%AD+zisk&hl=cs&sa=X&ved=0CB0Q6AEwAGoVChMItriHnJH_xgIVRZseCh0JtA_1#v=onepage&q=normáln%C3%AD%20zisk&f=false

⁷⁵ Iversen, B., Jessen, P.W., Mortensen, B. O. G., Steinicke, M., Sorensen, K. E. Regulating Competition in the EU. 2nd ed. Copenhagen: DJOF Publishing, 2012. ISBN 978-87-574-2662-5. s. 261.

⁷⁶ Smlouva o fungování Evropské unie (konsolidované znění). In: *Úřední věstník Evropské unie C326* 26. 10. 2012., dále také jen jako SFEU.

- b) v omezování výroby, odbytu nebo technického vývoje na úkor spotřebitelů;
- c) v uplatňování rozdílných podmínek vůči obchodním partnerům při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodňováni v hospodářské soutěži;
- d) v podmiňování uzavření smluv tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.“

Pro aplikaci článku 102 SFEU je nezbytné splnit následující podmínky. V první řadě je nutné, aby došlo ke zneužití jedním nebo více podniky. V originálním znění SFEU se mluví o podniku jako o *undertaking*, jehož význam byl definován až Soudním dvorem Evropské unie. V judikátu *Hoefner & Elser a ETI et al.*⁷⁷ označuje za *undertaking* jakoukoliv osobu, jak právnickou, tak fyzickou, která vytváří ekonomickou aktivitu bez ohledu na její právní status nebo zdroj financování. V takovém definování to znamená, že není nutné, aby byla ekonomická aktivita vytvářena za účelem zisku a článek 102⁷⁸ SFEU mohou porušit i neziskové organizace. Jak soukromé, tak veřejné instituce mohou být podnikem pro účely soutěžního práva a Soudní dvůr Evropské unie nevyžaduje žádnou speciální formu podniku, a úprava tak platí i osoby samostatně výdělečně činné.⁷⁹ V případě veřejnoprávního orgánu není podstatné, zda se jedná o oddělenou právnickou osobu nebo část ústřední státní správy.⁸⁰ Nicméně jako podnik pro význam soutěžního práva nelze vzít v úvahu výkon veřejné moci jako například vybírání letových poplatků od aerolinií.⁸¹ Z uvedených definic lze usoudit, že judikatura pojem *undertaking* vykládá velice široce, zahrnující různé právní formy ekonomicky aktivních sdružení. Tento extenzivní výklad hodnotím jako nevyhnutelný, aby bylo opravdu docíleno fungující hospodářské soutěže. Pokud by některé entity byly z úpravy vyjmuty, např. veřejné subjekty nebo drobní podnikatelé, mohlo by docházet snadněji k obcházení předpisů. Přístup také usnadňuje řešení pro vyšetřující úřady, jelikož nemusí detailně zkoumat, zda se vůbec na daný subjekt úprava vztahuje. Na druhé straně, v případě složitých seskupení, vidím určitý problém v rozpoznání jednotlivých samostatných entit.⁸²

⁷⁷ *Hoefner & Elser v. Macrotron*, C-41/90 (1991), odst. 38.

⁷⁸ Stejná úprava definice platí i pro článek 101 SFEU.

⁷⁹ Iversen, B. et al. *op.cit.* s. 265.

⁸⁰ *Commission v. Italy*, 118/85, (1987) odst. 13.

⁸¹ *Eurocontrol v. SAT Fluggesellschaft*, C-364/92 (1994), odst. 30.

⁸² Tento problém lze částečně sledovat v rozebraném případě ŠKODA AUTO. Společnost ŠKODA AUTO je součástí mezinárodního koncernu a nemusí být úplně jasné, do jaké míry si jednotlivé vozy různých značek uvnitř koncernu konkurují.

Další podmínkou pro užití článku 102 SFEU je dosažení dominantního postavení soutěžitelem na podstatné části vnitřního trhu⁸³. Následně podnik musí své dominantní postavení zneužít a při zneužití je třeba, aby byl dotčen obchod mezi členskými státy Evropské unie. Tato podmínka tak omezuje rozsah působnosti ustanovení v souvislosti s vnitrostátním právem. Článek 102 SFEU má přímý účinek v národním právním řádu a může být aplikován i vnitrostátními soudy, které mají pravomoc, a dokonce i povinnost ho využít v rámci ochrany práv daných tímto ustanovením.⁸⁴ Navíc i vnitrostátní orgány na ochranu hospodářské soutěže odlišné od soudů mohou tento článek přímo aplikovat ve svých jednotlivých rozhodnutích, a jsou tak oprávněny ukládat pokuty, penále a jiné sankce stanovené vnitrostátními předpisy, požadovat ukončení protiprávního jednání, nařizovat předběžná opatření nebo přijímat závazky.⁸⁵

Úprava Evropské unie nezakazuje dosahování ani posilování dominantního postavení *per se*, jak tomu bývalo ve Spojených státech amerických, ale pouze jeho zneužití. Výjimka nicméně může nastat v případě fúze. Pokud by dominantního postavení společnost docílila pomocí fúzí, může být fúze shledána odporující právnímu řádu a potažmo i zakázána, pokud by významně zasahovala do konkurence na vnitřním trhu nebo jeho části. Například společnost v dominantním postavení může zvolit cenu za nabízející statky a služby vedoucí ke zvýšení tržního podílu do té doby, než by stanovení cen zneužívalo postavení společnosti, například ve formě predátorských cen.

Druhý odstavec článku 102 SFEU jmenuje výčet chování, které je označováno za zneužívání. Výčet je pouze demonstrativní a je doplněn dalšími způsoby možnosti zneužívání dominantního postavení dané judikaturou Soudního dvora Evropské unie. V ustanovení nejsou jmenovány žádné výjimky ze zákazu, jak je tomu u článku 101 SFEU, a pokud je chování charakterizováno jako zneužívání, bude v rozporu se zákonem za každých okolností. V případě naplnění pojmu zneužívání není podstatné,

⁸³ Podrobněji v následující části textu.

⁸⁴ *BRT II v. SABAM*, 123/73 (1974).

⁸⁵ Nařízení Rady (ES) č. 1/2003 o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy. In: *Úřední věstník Evropské Unie* L 001. 16. 12. 2002. Článek 5.

zda společnost jednala úmyslně, nebo neúmyslně. K úmyslu by se ovšem mohlo přihlídnout při ukládání sankcí.⁸⁶ Například s úpravu problematiky zavinění jsem se v české nasetkala a vůbec ji neřeší.

6.1 Vymezení relevantního trhu v evropské úpravě

První krokem ke zjištění, zda došlo k porušení článku 102 SFEU, je určení relevantního trhu, na kterém má být dominantní postavení dosaženo a zneužito. Relevantní trh se vymezuje z hlediska produktového, geografického a někdy i časového. Důvod vymezení relevantního trhu je de facto přesné vymezení konkurence pro šetřený podnik. Určuje, zda jsou tu jiní soutěžitelé, kteří v krátkodobém horizontu mohou sloužit jako alternativní zdroje nabídky pro spotřebitele jak pro produkt samotný, tak pro související služby, s ohledem na zeměpisnou lokaci.⁸⁷

Komise pro stanovení relevantního trhu vydala Sdělení o definici relevantního trhu⁸⁸, které má sloužit k jeho jednotnému určování a postupu. Jako hlavní záměr definice relevantního trhu staví zjištění systematického konkurenčního omezování, kterému čelí ostatní subjekty. Konkurenční omezování představují tři faktory: nahraditelnost nabídky, nahraditelnost poptávky a potenciální hospodářská soutěž, která se ale nebere v potaz při stanovování relevantního trhu⁸⁹. Dalším krokem je zjištění skutečných soutěžitelů dotyčných podniků, kteří jsou schopni omezovat chování ostatních a zabraňovat jim, aby jednali svobodně bez účinného soutěžního tlaku. Komise si rovněž uvědomuje, že posouzení relevantního trhu má klíčový vliv na posouzení případu.⁹⁰

Kromě výše zmiňovaného SSNIP testu Komise může využít i jiný test pro vymezení relevantního trhu a stanovení substituce poptávky, například křížovou cenovou elasticitu substituce výrobku.⁹¹

⁸⁶ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 262 – 263, 282.

⁸⁷ *tamtéž.* str. 275.

⁸⁸ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství 97/C 372/03. In *Úřední věstník C* 372. 9. 12. 1997.

⁸⁹ Nicméně by měla být využita při určování tržní síly podniku na vymezeném trhu.

⁹⁰ *tamtéž.* čl. 1-4, 13, 24.

⁹¹ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 276.

6.1.1 Relevantní výrobní trh

Relevantní produktový trh je definován jako trh zahrnující všechny výrobky a služby, které jsou spotřebitelem považovány za zaměnitelné s ohledem na charakteristiku, cenu a zamýšlené použití produktu. Evropská komise se snaží uplatňovat otevřený přístup k empirickým důkazům a využívat všechny dosažitelné informace a důkazy, které mohou napomoci k řešení případu, naopak se odklání od strnulého hierarchického hodnocení důkazů.⁹²

Hlavním ukazatelem vymezení relevantního výrobního trhu je substituce z pohledu spotřebitele. Z rozsudku Evropské komise v případě *British Sugar*⁹³ zkoumající, zda došlo ke zneužití dominantního postavení společností Bristish Sugar, kdy společnost lákala zákazníky, aby nakupovali přímo od ní a ne přes maloobchodníky, bylo přihlédnuto k tomu, že spotřebitelé nevnímají tekutý cukr a sirup jako substituty pro cukr krystal. Tekutý cukr a sirupy jsou využívány k jiným účelům než cukr krystal, stejně tak jako průmyslově vyráběné náhražky cukru, a proto nemůžou být na součásti jednoho relevantního výrobního trhu.

Význam při substituovatelnosti výrobku je dán také fyzickou srovnatelností a vlastnostmi, jak je vidět v případě *Hoffmann-La Roche*⁹⁴, kdy skupiny vitamínů vyráběné podnikem byly shledány za samostatný produktový trh. Jejich rozdílnost byla odůvodněna jejich odlišným účinkem na metabolismus jednotlivce, a nemohly tak být nahrazeny jinou skupinou vitamínů. Tento ukazatel sám o sobě nemůže vyloučit substituovatelnost nabídky, jelikož záleží na vnímání spotřebitele.

V případě *Michelin*⁹⁵ nicméně zásada substituovatelnosti nebyla využita. I když produkty byly v tomto případě nahraditelné co do charakteristiky i ceny, jsou pouze částí relativního produktového trhu za předpokladu, že je mezi nimi fungující konkurenční prostředí. V odůvodnění rozhodnutí je rovněž stanoveno, že i když pneumatiky pro například nákladní auto nelze zaměnit za pneumatiky pro autobus, nebylo využito dělení na další dílčí trhy, jelikož zde nešlo o vztah mezi společnostmi

⁹² *tamtéž*, čl. 7 a 25.

⁹³ *British Sugar*, OJ 1988 L 384/41, část 42.

⁹⁴ *Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Komise*, 85/76 (1979).

⁹⁵ *Michelin v. Komise*, 322/81(1983), část 3., písm. a), odst. i).

Michelin NV a finálním spotřebitelem. Ve Sdělení Komise o definici relevantního trhu⁹⁶ je uvedeno, že rozbor charakteristických znaků produktu a zamýšleného použití má sloužit jako prvotní krok k vymezení pole posouzení různých substitutů, ale rozhodně ho nelze využít jako definitivní řešení. Reakce poptávky může být totiž ovlivněna i jinými úvahami. Jako příklad je uveden trh s originálními součástkami pro automobily a druhý trh s náhradními díly, kde mohou působit jiná konkurenční omezení.

6.1.2 Relevantní zeměpisný trh

Při vymežování relevantního zeměpisného trhu se orgány Evropské unie drží stejného postupu a vymezení, jaký byl uveden u úpravy v České republice. I zde je největší důraz kladen na vymezení ve Sdělení komise o definici relevantního trhu.⁹⁷

Relevantní zeměpisný trh dle článku 102 SFEU často zahrnuje celý vnitřní trh Evropské unie, ale může být omezen kupříkladu na jediný členský stát, regionální⁹⁸ a místní oblast nebo *institute*⁹⁹. Pro naplnění článku 102 SFEU musí jít o významnou část vnitřního trhu.¹⁰⁰

Právě při zeměpisném vymežování může nastat situace, kdy má být aplikováno paralelně národní a komunitární soutěžní právo. Otázka paralelního aplikování dvou právní řádů je typická pro soutěžní právo, protože právní úprava komunitárního práva zásadně aplikaci národních předpisů v jiných případech zakazuje. Komunitární právo se vztahuje pouze na případy s tzv. *komunitárním prvkem*, tedy jednáním, které by mohlo ovlivnit obchod mezi členskými státy EU a mělo by znatelný dopad. Z úpravy nicméně neplyne, že jednání musí ovlivňovat obchod mezi jedním celým členským státem a celým druhým členským státem – stačí, když bude zasažena pouze část členského státu, ale dopad na obchod bude znatelný. Právě proto je vymezení relevantního zeměpisného trhu nezávislé na *dopadu na obchod* a tento pojem může být naplněn, i když je relevantní geografický trh stanoven třeba jen na regionální nebo

⁹⁶ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, *op.cit.*, čl. 36.

⁹⁷ *tamtéž*

⁹⁸ Například *Suiker Unie and Others v. Komise*, 40/73 (1975), vymezující jednotlivé části Německa.

⁹⁹ Například přístavy jako v rozsudku *Porto di Genova v. Siderurgica Gabrielli*, C-179/90 (1991).

¹⁰⁰ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 278 - 279.

národní úrovni. K paralelní aplikaci komunitárního a národního práva ve věci zneužití dominantního postavení záleží na jednotlivém státu, jestli ponechá aplikaci výlučně komunitárního práva, nebo využije paralelně národní režim. V České republice není otázka paralelní aplikace výslovně uvedena ani v zákoně o ochraně hospodářské soutěže ani v důvodové zprávě.¹⁰¹ Z mého pohledu je zde zajímavé, že se v tomto případě nehovoří o zásahu do pravidla *ne bis in idem* zakazujícího dvojí postih jednoho subjektu za totéž jednání, jelikož se nejedná o stejný objekt a následek. Na první pohled by se ale mohlo zdát, že tento přístup klasické právní zásadě odporuje.

6.1.3 Relevantní časový trh

Jak již bylo uvedeno v části s českou úpravou, v některých případech nestačí vymezit relevantní trh z hlediska věcného a zeměpisného, ale pro správné zhodnocení situace i z hlediska časového. Soutěžní a tržní podmínky se v průběhu času mohou změnit a tyto změny mohou být relevantní pro vymezení konkurenčních soutěžitelů. V různých ročních obdobích se může poptávka po výrobcích a službách měnit a je nutné posoudit, zda jiné statky mohou sloužit jako substituty.¹⁰² Tento jev nastal v případě *United Brands*¹⁰³, kdy Soudní dvůr Evropské unie vymezil relevantní trh pro banány. Banány jsou k dispozici po celý rok, a tak všechno sezónní ovoce nebylo možno považovat za jejich substituty. Nicméně ani ovoce, které je možno zakoupit po celý rok jako jablka nebo pomeranče, nebyla Soudním dvorem Evropské unie shledána jako zaměnitelná s banány pro jejich unikátní vlastnosti.

6.2 Vymezení dominantního postavení v EU

K porušení článku 102 SFEU je nutné, aby byl podnik (nebo více podniků v případě kolektivní dominance¹⁰⁴) v dominantním postavení a poté ho i zneužil v rámci vnitřního trhu nebo na jeho významné části. Termín *dominantní postavení* byl definován Soudním dvorem Evropské unie ve významném rozsudku *Hoffmann-La Roche*¹⁰⁵ jako *pozice hospodářské síly, která podniku umožňuje zabraňovat zachování*

¹⁰¹ Petr.M., Vavříček, V. *op.cit.* s. 396.

¹⁰² Iversen, B. et al. *op.cit.* s. 29 – 280.

¹⁰³ *United Brands Continental v. Komise*, 27/76 (1978).

¹⁰⁴ Článek 102 SFEU se vztahuje i na zneužívání dominantního postavení kolektivního chování většího množství nezávislých právnických osob, které dohromady tvoří jednu ekonomickou entitu a která je soutěžním právem považována za jediný subjekt.

¹⁰⁵ *Hoffmann-La Roche & Co. AG v. Komise*, 85/76 (1979), odst. 38., obdobně Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, čl. 10.

*účinné hospodářské soutěže na relevantním trhu tím, že mu dává sílu chovat se do značné míry nezávisle na svých konkurentech a konečně i spotřebitelích*¹⁰⁶. Zde je rozhodujícím ukazatelem schopnost podniku chovat se do citelné míry nezávisle na svých konkurentech, zákaznících a spotřebitelích. Posouzení se poté provádí na základě ekonomických okolností vztahujících se k době údajného zneužití. Podnik by poté měl mít alespoň takovou tržní sílu, která mu umožňuje určení směřování konkurence na vymezeném trhu, nebo ji minimálně citelně ovlivňuje, a chovat se ve velké míře bez ohledu na její vývoj tak dlouho, dokud takové chování není v neprospěch podniku.¹⁰⁷ Takové postavení vzniká většinou, když podnik zaujímá velký podíl nabídky na daném trhu současně s jinými faktory, jako překážky vstupu na trh nebo možnost reakcí zákazníků.¹⁰⁸

Zda podnik dosahuje požadované tržní síly, závisí na jejím tržním podílu a dalších faktorech. Tržní síla podniku bude potom výsledkem kombinace těchto faktorů. Za situace, že podnik má významné tržní procento, bude tento poznatek významným rysem pro určení dominance. Na druhé straně, čím menší je tržní podíl, tím větší váha bude připisována jiným faktorům.¹⁰⁹ Ustanovení na ochranu hospodářské soutěže se nezabývají hospodářskou soutěží v jejím užším slova smyslu, ale mají zahrnovat i širší zájmy jako politické, sociální nebo jednotlivých odvětví průmyslu.¹¹⁰ Komunitární soutěžní právo se snaží ochraňovat konkurenční prostředí před distorzí v mnoha různých směrech jako například v rámci ochrany ekonomické svobody, podpory efektivnosti a snahy redukovat překážky v ekonomické integraci států.¹¹¹ Účel komunitárního práva nelze snadno kategorizovat, ale dal by se rozdělit do tří hlavních kategorií: politické cíle, ekonomické cíle a nakonec socioekonomické cíle.¹¹² Právě proto je nutné zvážit různé aspekty, které mohou ovlivňovat tržní sílu podniku,

¹⁰⁶ „a position of economic strength enjoyed by an undertaking which enables it to prevent effective competition being maintained on the relevant market by affording it the power to behave to an appreciable extent independently of its competitors, its customers and ultimately of the consumers“, v překladu Petra, M.

¹⁰⁷ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 265 - 266.

¹⁰⁸ Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, *op.cit.*, čl. 10.

¹⁰⁹ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 266.

¹¹⁰ Jebsen, P., Stevens, R. Assumption, Goals and Dominant Undertakings: The Regulation of Competition under Article 86 of the European Union. 64 *Antitrust Law Journal*, 1996. str. 443 – 446.

¹¹¹ Monti, G. Article 81 EC and Public Policy. 39 (5) *Common Market Law Review*, 2002. str. 1057, 1069 – 1070.

¹¹² Lovdahl Gormsen, L. *A Principled Approach to Abuse of Dominance in European Competition Law*. 1st ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-76714-9. str. 60.

aby byl naplněn celkový účel institutu. Dle mého názoru i tento argument přispívá k paralelní aplikaci národního a evropského antitrustového práva, kdy každé chrání jiné zájmy a je vhodná paralelní aplikace.

6.2.1 Tržní podíl

Soudní dvůr Evropské unie v rámci své činnosti vytvořil v tomto směru jisté hranice, které mají napomoci k rozpoznání dominantního postavení u společností. Rozdělení bylo stanoveno následovně:

- tržní podíl mezi 70% a 80% vytváří opodstatněnou domněnku dominance,
- tržní podíl vyšší než 50% vytváří důkaz existence dominantního postavení s výjimkou mimořádných okolností,
- při tržním podílu nižším než 40% není dominantní postavení pravděpodobné.¹¹³

Případem, kdy bylo rozhodnuto o dosažení dominantního postavení na základě vysokého tržního podílu, je *Tetra Pak II*¹¹⁴, kdy společnost dosahovala 90% tržního podílu, nebo případ *Hoffmann-La Roche*¹¹⁵ s dosažením dominantního postavení na trhu vitamínů s 75% tržním podílem.

Za vysoké tržní procento je dle rozdělení považován i 50% tržní podíl a zároveň postačuje k důkazu dominantního postavení soutěžitele¹¹⁶. I když je presumována tato domněnka, Soudní dvůr Evropské unie přihlíží i k dalším faktorům a toto pravidlo zakládá pouze silný předpoklad dominantního postavení.¹¹⁷ Při tržním podílu nižším než 40% je málo pravděpodobné dosažení dominantního postavení, ale za určitých okolností je možné ho na relevantním trhu dosáhnout.¹¹⁸ Pokud společnost dosahuje menšího než 10% tržního podílu, není zřejmě možné soutěžitele označit za dominantního.¹¹⁹

¹¹³ Petr, M. *op.cit.* str. 237 – 244.

¹¹⁴ *Tetra Pak II v. Komise*, T-83/91(1994).

¹¹⁵ *Hoffmann-La Roche*, *op.cit.*

¹¹⁶ př.: *Akzo Chemie B.V. v. Komise*, C-62/86. (1994). odst. 60.

¹¹⁷ Van Bael, I., Bellis, J.-F. *op.cit.* s. 109 – 110.

¹¹⁸ Iversen, B. et al. *op.cit.* s. 272.

¹¹⁹ *Metro SB-Großmärkte v. Komise*, 75/84 (1986). odst. 85, 86.

Nicméně společnosti, které nebyly shledány jako zaujímající pozici dominantního postavení, mohou stále tohoto postavení dosáhnout kolektivně s jinými soutěžiteli.

Často nelze pohlížet na tržní podíl jako absolutní číslo, ale je nutno ho porovnat s jinými soutěžiteli na relevantním trhu. Čím menšího tržního podílu dosahují konkurenti v porovnání s pozorovanou společností, tím větší bude pravděpodobnost, že šetřená společnost bude označena za dominantní.¹²⁰ Další okolnost důležitá pro objasnění situace je vývoj tržního podílu v čase.¹²¹ Pokud společnost dosahuje po delší období velkého tržního podílu, může to naznačovat získání dominantního postavení. Praxe Soudního dvora Evropské unie ani legislativa nevymezila, co přesně znamená delší časové období.¹²² Ve Sdělení Komise¹²³ bude vymezení dlouhé doby záviset na výrobku a situaci na vymezeném trhu, ale neměla by být vyšší než dva roky.

6.2.2 Další faktory

Mimo tržní podíl se při zjišťování, zda soutěžitel utržil dominantní postavení, zohledňují i další faktory, jak bylo uvedeno výše. K získání skutečné tržní síly podniku bude potřeba zjistit skutečnosti, které berou v potaz i potenciální konkurenci. *Potenciální* konkurence, na rozdíl od *skutečné*, zahrnuje i podniky, které mají pouze možnost změnit produkci na substituovatelnou k danému statku, nebo vstupu na trh.

Potenciální konkurence je omezována překážkami vstupu na trh, které dominantní společnost potřebuje k udržení své pozice a možnosti zvyšování cen nad konkurenční k získání vyššího zisku. Takový soutěžitel nečelí dostatečně silným konkurenčním tlakům, které by fungovaly na trhu se zdravou hospodářskou soutěží.¹²⁴ Zároveň je

¹²⁰ Iversen, B. et al. *op.cit.* s. 272 - 273.

¹²¹ Communication from the Commission – Guidance on the Commission’s Enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings. In *Úřední věstník* C 45/7. 24. 2. 2009. čl. 13.

¹²² Iversen, B. et al. *op.cit.* s. 273. Dle Sdělení Komise o vymezení relevantního trhu, *op.cit.*, čl. 20, je nicméně vymezeno *krátké období* jako doba, při níž není nutné v souvislosti s nahrazením nabídky upravovat stávající hmotná a nehmotná aktiva společnosti.

¹²³ Enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings, *op.cit.* čl. 11.

¹²⁴ *tamtéž*, čl. 11.

nutné posoudit, zda bariéry vstupu na trh jsou právní, nebo faktické. Takovými příklady jsou společnosti mající výsadní právo od státu vyrábět daný statek, společnosti kontrolující nezbytné zdroje pro výrobu nebo právní restrikce v podobě patentů, licencí a autorských práv. Dalšími překážkami vstupu na trh budou také konkurenční výhody a náklady, které již byly vynaloženy před úmyslem konkurenta vstoupit na trh. To může představovat případy s vysokou kapitálovou náročností a utopenými náklady, technologiemi, vybudovanou distribuční sítí a preferencemi zákazníků. Nakonec i svým chováním může společnost vytvořit bariéry vstupu představované věrnostními programy nebo exkluzivními smlouvami.¹²⁵

Pokud je společnost shledána za porušující ustanovení článku 102 SFEU, může Komise svým rozhodnutím nařídit zastavení pokračování ve zneužívání dominantního postavení a nařídit další opatření. Je oprávněna též uvalit pokutu¹²⁶ až do výše 10% obratu společnosti předcházejícího roku.¹²⁷

Právě takovéto nejasné a komplikované definování dominantního postavení a relevantního trhu je často kritizováno jako v praxi za nepoužitelné a špatně uchopitelné. Azevedo a Walker¹²⁸ hodnotí vymezení za nesprávně ukotvené bez analytického rámce. Nesnadný přístup v úpravě soutěžního práva vnímají jako nesprávně určený právní rámec bez vymezeného ekonomického významu a standardizovaného měření.

6.3 Shrnutí

Úprava dominantního postavení a jeho zneužití je upravena jak v primárním právu představovaném Smlouvou o fungování Evropské unie, tak v právu sekundárním. Klíčový význam představuje rovněž judikatura Soudního dvora Evropské unie definující mnoho pojmů neupravených legislativou. Přístup Evropské unie nezakazuje dosažení dominantního postavení jako takového ani jeho posilování do momentu, kdy

¹²⁵ Iversen, B. et al. *op.cit.* str. 274.

¹²⁶ V rozhodnutí společnosti Intel Evropská komise udělila pokutu přes 1 miliardu eur. *Intel*, COMP/C-3/37.990, odvolací řízení T-286/09 dosud bez rozhodnutí.

¹²⁷ Jones, A., Sufrin, B. *EU Competition Law: Text, Cases and Materials*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2014. ISBN 978-0-19-966032-2. str. 272 – 273.

¹²⁸ Azevedo, J.P., Walker, M. Dominance: Meaning and Measurement. *European Competition Law Review*. 2002. str. 363 – 367.

se jedná o zneužívání dominantního postavení soutěžitelem a ovlivňuje obchod mezi státy Evropské unie, jak je uvedeno v článku 102 SFEU. Podmínka ovlivnění obchodu mezi státy Evropské unie omezuje oblast působnosti komunitárního práva ve vztahu k národnímu právnímu systému a národní orgány jsou oprávněny přímo aplikovat komunitární právo. Vykládání dopadu zneužívání dominantního postavení na hospodářskou soutěž je interpretováno široce, kdy jde jak o skutečný nebo potenciální dopad, tak i o přímý nebo nepřímý, ale zároveň dopad musí být citelný. Rovněž je z evropské úpravy patrný význam ochrany spotřebitele, kdy spokojenost konečného spotřebitele je obecně spojována s fungující hospodářskou soutěží.

7 Úprava ve Spojených státech amerických

Jako poslední bude představena úprava ve Spojených státech amerických jakožto zakladateli moderního soutěžního práva.

7.1 Shermanův antitrustový zákon

Pojetí právní úpravy se základními ustanoveními Shermanova zákona¹²⁹ z roku 1890 se na první pohled může zdát relativně jednoduché. Jeho první část pojednává o koluzích, druhá o monopolizaci a dominanci na trhu. V první části jsou deklarovány jako nezákonné všechny dohody, kombinace v podobě trustů nebo slučování omezující obchod.¹³⁰

„Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among several States, or with foreign nations, is declared to be illegal...“¹³¹

Druhá část zákona zakazuje monopolizaci jakožto i pokusy o její dosažení, slučování a konspiraci k dosažení monopolního postavení.

„Every person who shall monopolize, or attempt to monopolize, or combine or conspire with any other person or persons, to monopolize any part of the trade or commerce among the several States, or with foreign nations, shall be deemed guilty...“¹³²

Porušením první nebo druhé části zákona vzniká trestný čin ve formě zločinu¹³³ s trestem uložení pokuty - v původním znění - ve výši do 10 milionů USD pro právnické osoby, pro fyzické ve výši do 350 tisíc USD a (nebo) trest odnětí svobody až na tři léta. Výše peněžité pokuty se v průběhu let měnila. Konkrétní výše částky a

¹²⁹ The Sherman Antitrust Act, 1980.

¹³⁰ Utton, M. A. Market dominance and antitrust policy. 2nd ed. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc., 2003. ISBN 1 84064 728 0. str. 44.

¹³¹ Crotti, A.F. Trading under EEC and US Antitrust Laws. London: Butterworths, 1977. ISBN 0 406 57170 8. str. 29.

¹³² Crotti, A.F. *op.cit.* str. 29.

¹³³ V originále označeno anglickým výrazem *felony*.

uložení trestu odnětí svobody záleží na diskreci soudu.¹³⁴ Sankce ve formě trestu odnětí svobody je ve srovnání s evropskou úpravou přísnější, jelikož evropská úprava tento druh trestu neumožňuje.

Shermanův antitrustový zákon jakožto jeden z klíčových právních aktů vnikl ze strachu z moci velkých národních společností a jejich možností fixovat ceny, limitovat produkci nebo rozdělování si trhu mezi sebou. V době vzniku tohoto zákona se v USA velké společnosti sdružovaly do tzv. trustů. Ty převládaly zejména v odvětví železniční dopravy a ropného průmyslu, které byly na konci 19. století na vzrůstu. Jednalo se o důležitá odvětví pro vývoj celé americké ekonomiky a vymizení konkurence mezi sdruženými společnostmi vedlo k obecným obavám. Po přijetí Shermanova antitrustového zákona docházelo k rozpouštění velkých trustů a monopolů jako například společnosti Standart Oil Company v New Jersey. Dalším důvodem byla i prevence před dalším vznikem gigantických společností ve prospěch menších obchodníků¹³⁵ a spotřebitelů.

Už při vytváření Shermanova zákona bylo zřejmé, že je nutné držet se pravidla, aby předpisy při udržování zdravého konkurenčního prostředí stále umožňovaly společnostem právo růstu. Toto právo má být vyhrazeno těm, kteří zvítězí nad svojí konkurencí legálními způsoby a právní systém je má chránit před těmi, kteří by stejného cíle dosahovaly protiprávními prostředky. Zde ale vzniká inherentní konflikt: Na jedné straně zajištění a udržování volného trhu ve své absolutní formě právním systémem tak, aby se spotřebitelům dostávalo zboží a služeb nejvyšší kvality, v nejvyšším možném množství za nejvýhodnější cenu, kdy trh má zůstat otevřený pro vstup nových společností a odchod starých neschopných se přizpůsobit. Na druhé straně zde pro správné fungování konkurenčního prostředí musejí být určitá pravidla a nelze podporovat konkurenci v její absolutní formě.¹³⁶

¹³⁴ Utton, M. A. *op.cit.* str. 44.

¹³⁵ Pokud se podíváme na příklad Velké Británie nebo Francie na jejich trh s počítači, zde naopak došlo k obětování malých společností ve prospěch velkých z důvodu vytvoření konkurence USA.

¹³⁶ Crotti, A.F. *op.cit.* str. 7 – 9.

7.2 Claytonův zákon a Federal Trade Commission Act

V roce 1914 byla ustanovení Shermanova zákona posílena a rozšířena přijetím Claytonova zákona a Federal Trade Commission Act. Claytonův zákon ustanovil další chování společností jako protiprávní. Jednalo se o zákaz cenové diskriminace, jejíž úprava byla poté modifikována Robinson-Patmanovým zákonem z roku 1936.¹³⁷ Cenovou diskriminací obecně označujeme chování obchodníka, kdy pro různé poptávající volí odlišnou cenu zboží nebo služby bez změny jejich nákladů. Dalším zakázaným jednáním byly exkluzivní smlouvy a vázané prodeje¹³⁸, kdy vázaný prodej představuje nemožnost zakoupení jednoho produktu samostatně bez druhého. První „vázájící výrobek“ je ten, který zákazník opravdu poptává a je využit obchodníkem k prodeji „vázaného produktu“, jehož koupí podmiňuje prodání prvního, aniž by spolu výrobky byly svou povahou nebo komerčně propojeny.¹³⁹ Odporující právnímu řádu byly ustanoveny také akvizice konkurenčních společností, kdy problematika byla dále roku 1950 zpřesněna Celler-Kefauverovým zákonem, a zapovězena byla rovněž prolínání se vedení společností.

Hlavním cílem Federal Trade Commission Act bylo zřídit Komisi FTC jakožto administrativní agenturu s quasi soudní pravomocí provádět slyšení osob s podezřením na porušení výše uvedených předpisů. Na základě zákona Federal Trade Commission Act byla všechna soutěžní jednání odporující předpisům protiprávní a bylo na Komisi FTC, aby toto chování přesně klasifikovala. Nicméně jurisdikce Komise FCT měla čistě civilní povahu, což byl problém u případů porušení Shermanova antitrustového zákona, kdy se jedná i o trestněprávní přesah. V praxi bylo soudy zavedeno pravidlo v návaznosti na vznik trestného činu dle Shermanova zákona, že Komisi FCT bylo umožněno podávání žalob v trestněprávním procesu. Rozdíl mezi těmito dvěma procesy je však nejasný a velmi závisí na efektivnosti spolupráce mezi Komisí FTC a antitrustovou divizí Ministerstva spravedlnosti, která podává žalobu u soudu¹⁴⁰. Naopak pokud je řízení v pravomoci Komise FTC, lze na

¹³⁷ Utton, M. A. *op.cit.* str. 46.

¹³⁸ V originále *exclusive dealing and tying contracts*.

¹³⁹ Petr, M. *op.cit.* str. 223 – 224.

¹⁴⁰ Antitrustový odbor podává žalobu k Federal District Court. Odvolací řízení se poté koná u Nejvyššího soudu.

doporučení speciálních soudců v oblasti správního práva vydat nařízení k zastavení¹⁴¹ ilegálních aktivit společností. Proti takovému nařízení je možné podat odvolání k Federální odvolacímu soudu a případně poté i k Nejvyššímu soudu.¹⁴²

Veřejnoprávní sankce jsou tedy uvalovány skrz Federální vládu a její Ministerstvo spravedlnosti nebo samostatně Komisí FTK. Pokud omezování soutěže narušuje i práva veřejnosti, je možné podat žalobu také v soukromoprávním procesu. V části čtvrté Claytonův zákon výslovně uvádí, že každý, kdo se cítí být činem jiného, kdo porušil některý z antitrustových předpisů, poškozen, jak v rámci svého podnikání, tak majetku, může podat žalobu u kteréhokoliv okresního soudu v rámci Spojených států amerických. Rovněž je stanoveno, že v případě úspěchu žaloby má být poškozený odškodněn ve výši trojnásobku vzniklé škody včetně žalobních nákladů a nákladů na advokátní pomoc.¹⁴³ I když porušení Claytonova zákona nepřináší žádné trestní právní následky, náhrady škody jsou uznávány stejně jako u Shermanova zákona. Právo na podání žaloby o náhradu škody zde bylo již od doby přijetí Shermanova zákona na konci 19. století, ale v praxi se výrazněji začalo objevovat až po druhé světové válce¹⁴⁴.

Ve Spojených státech amerických je ražena teorie, že soukromé žaloby mohou dopomoci k odhalení nezákonných praktik společností. To je také významný rozdíl s evropskou úpravou. V mnoha případech by se státní úřady ani nedozvěděly o možném porušování práva, ale případné individuální zainteresovanosti soukromé osoby pomáhají k objasnění případu. Negativa tohoto přístupu jsou případy, kdy jsou podávány neoprávněné žaloby z důvodu bezdůvodného obohacení bez závadného chování společností. V Evropě zatím k žalobám na náhradu škody ve větším množství nedochází a lidé zůstávají pasivní.¹⁴⁵

¹⁴¹ „Cease and desist“ order.

¹⁴² Utton, M. A. *op.cit.* str. 45 – 46.

¹⁴³ Crotti, A. F. *op.cit.* str. 29.

¹⁴⁴ Ve čtyřicátých letech 20. století bylo průměrně ročně podáno 221 žalob na náhradu škody; v šedesátých letech to již bylo 696. Nejvíce žalob bylo podáno v sedmdesátých letech s průměrným počtem 1313 žalob za rok.

¹⁴⁵ Utton, M. A. *op.cit.* str. 284 - 287.

7.3 Vymezení relevantního trhu v USA

S určením dominantního postavení společnosti na trhu se velice úzce pojí definování relevantního trhu, kde se následně prošetřuje dosažení dominantního postavení. Právě vymezení relevantního trhu může mít klíčový význam pro stanovení dominance.

Ze strany poptávky by teoreticky zboží a služby měly být součástí stejného relevantního trhu, pokud jsou blízkými substituty - tedy statky, kdy jsou spotřebitelé ochotni vyměnit konzumaci jednoho statku za druhý bez změny jejich užítku. Blízká substituovatelnost výrobku je obecně označována za situaci, kdy malé zvýšení ceny od ceny konkurenčního statku má za účinek významnou ztrátu tržeb zdraženého statku, jelikož spotřebitelé přestali statek nakupovat a místo toho přešly ke konkurenčnímu statku. Z definice je zřejmé, že čím větší je rozsah produktů vnímaných jako substituty, tím menší je tržní podíl společnosti na trhu a rovněž i její tržní síla. Obviněný z porušování antitrustových předpisů se bude tudíž snažit o širší pojetí relevantního trhu než užší, kde by mohl být snadněji označen za společnost s dominantním postavením.

V legislativě Spojených států amerických se otázka definice relevantního trhu objevuje v části druhé Shermanova antitrustového zákona a části sedmé Claytonova zákona.¹⁴⁶

Klasickým judikátem zahrnujícím určení relevantního trhu je tzv. celofánový případ¹⁴⁷. Celofán jakožto obalový materiál vyráběný společností Du Pont měl v padesátých letech minulého století na území USA mnoho patentů, čímž byla produkce omezena pro ostatní možné výrobce. Du Pont v tu dobu vyráběl asi tři čtvrtiny celkového spotřebovaného celofánu ve Spojených státech. Na konci roku 1947 Ministerstvo spravedlnosti zahájilo občanskoprávní řízení proti společnosti Du Pont z důvodu monopolizace, pokusu o monopolizaci a spolčení se k monopolizaci výroby a prodeje celofánu a celulózových výrobků¹⁴⁸, a tím porušení části druhé Shermanova zákona. V judikátu nejsou důležité výrobky z celulózy, jelikož Du Pont

¹⁴⁶ Utton, M.A. *op.cit.* str. 71 – 72.

¹⁴⁷ *United States v E.I. Du Pont de Nemours and Co*, 351 US, 337 (1957). *op.cit.*

¹⁴⁸ *Celulose caps and bands*.

část přestal vyrábět ještě před konáním Ministerstva. O téměř šest let později okresní soud přišel s rozsudkem případu, který byl poté potvrzen i Nejvyšším soudem. Společnost Du Pont nebyla soudem v Delaware shledána jako porušující ustanovení části Shermanova zákona s odůvodněním, že v tak konkurenčním prostředí nelze trh ovládat ani monopolizovat, a navíc se Du Pont reálně nechoval jako monopolista, ale obchodník vědomý si konkurence a neustále se snažící o lepší efektivnost výroby, modernizaci, snížení nákladů a zvýšení kvality a druhů celofánu s nadstandartními službami pro zákazníky. Celofán byl klasifikován jako balicí materiál konkurující si například s voskovým papírem, folií a pergamenovým papírem. Příklad byl důležitý i z důvodu využití křížové elasticity ve spojení s tržní silou. Tento postoj byl nicméně kritizován a překonán například článkem v *American Economic Review*¹⁴⁹, který přichází s rozsáhlou argumentací stojící proti rozhodnutí soudu a přehlédnutí mnoha faktorů. Uvádí, že Du Pont právě díky výrazné diferencovanosti celofánu utržil monopolní tržní sílu, kterou rafinovaně využíval – uvědomoval si, že může zvyšovat svoje zisky snižováním nákladů i cen svých výrobků. Rovněž v jeho prospěch může sloužit informovanost zákazníků o výhodách celofánu a pomáhání zákazníkům s jejich technickými problémy při balení produktů. Vybudoval si tak základnu odběratelů, která přesně podle jeho instrukcí věděla, jak nejlépe celofán využívat a následně ho neměnit za jiné materiály.

Výrok soudu v otázce určení relevantního trhu zvolil cestu širšího určení produktového trhu, kdy jako substituty označil celou škálu dalších možných obalů s podobným účelem a výsledkem využití. V tomto případě bylo dosažení dominantního postavení složitější než při užším vymezení, jak doporučuje zejména ekonomická kritika rozsudku, která celofán neoznačuje za zboží, které by šlo lehce vyměnit za jiné bez ztráty významných vlastností a užitku spotřebitele. Oblast, na kterou se soud mohl při svém prověřování případu více zaměřit, je poptávka a její vnímání substituovatelnosti celofánu a jiných produktů. Vnímání výrobku a jeho substituovatelnosti spotřebiteli by vždy mělo hrát zásadní roli, aby ochrana

¹⁴⁹ Stocking, G.W.; Mueller, V.F. The Cellophane Case and the New Competition [online]. *The American Economic Review*. Vol. 45, No. 1 (Mar., 1955), s. 29-63. Dostupné na: <http://www.jstor.org/stable/1811582>.

hospodářské soutěže na trhu splňovala svůj původní účel a nedocházelo ke zbytečným zásahům do ekonomiky.

Dalším důležitým judikátem v americkém antitrustovém právu v definování relevantního trhu je případ fúze mezi společnostmi Brown Shoe Co a G. K. Kinney Co¹⁵⁰. Tento případ je prvním rozhodnutím Nejvyššího soudu USA ve věci porušení Claytonova zákona a má více zajímavých prvků než jen oblast vymezení relevantního trhu, významná je též oblast vertikálních fúzí. Obě společnosti účastníci se fúze byly výrobci a maloobchodníci s botami. Fúze tedy měla jak vertikální, tak horizontální aspekt. Tržní podíl společnosti Brown byla 4% amerického trhu vyrobených bot a společnosti Kinney okolo 0,5% a celkový vliv fúze těchto společností na trh byl tedy zanedbatelný. Případ se nicméně zaměřuje na oblast následného prodeje obuvi. Zde společnost Brown Shoe Co kontrolovala přes 1230 obchodů a společnost G. K. Kinney Co, která se na maloobchod zaměřovala, asi 400 obchodů, kdy v době rozsudku bylo ve Spojených státech amerických asi 70 000 obchodů s obuví.¹⁵¹ Vláda podala žalobu na fúzující společnosti z důvodu slučování společností za účelem monopolizace trhu s výrobou, distribucí a prodejem bot jakožto porušující část sedmou Claytonova zákona.

Část sedmá Claytonova zákona byla roku 1950 doplněna Celler-Kefauverovým zákonem a byla tak rozšířena o formulaci fúze aktiv společností, kdy se nejedná pouze o hmotnou část aktiv, ale i nehmotnou ve formě patentů, ochranných známek a jistých smluvních práv. Jedním z výrazných znaků této části zákona v oblasti fúzí je nižší míra důkazního břemene při stanovení protisoutěžního chování. Fúze mohou být zakázány i v případě, že by pouze trend v oslabování konkurence mezi společnostmi byl teprve v počátcích, kdy naopak Shermanův antitrustový zákon vyžaduje evidentní důkaz poškození soutěže.¹⁵²

¹⁵⁰ *Brown Shoe v. United States*, 370 US 294 (1962).

¹⁵¹ Utton, M.A. *op.cit.* str. 73, 207.

¹⁵² Summary of Section 7 of the Clayton Act [online]. The American Antitrust Institute. Washington, D.C.: National Press Club, 2013. [vid. 2015-07-14]. Dostupné na: <http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/Section%207.pdf>.

Okresní soud¹⁵³ první instance se přiklonil k názoru Ministerstva spravedlnosti, že fúze společností může způsobit podstatné snížení konkurenčního prostředí, nicméně vyvrátil možné ohrožení trhu výroby bot. Tento rozsudek byl poté potvrzen Nejvyšším soudem. Stanovení relevantního trhu odvolacím soudem zahrnovalo jak geografický, tak produktový element. Zeměpisný trh byl určen jako množina všech měst ve Spojených státech s populací vyšší než 10 000 obyvatel a jejich bezprostřední okolí. Produktové určení trhu otevírá větší otázky. Soud opět využil křížové elasticity poptávky a zaměnitelnosti použití výrobků při jeho stanovení. Celkový trh byl poté rozdělen na tři subsložky: trh pánských, dámských a dětských bot. Nebylo využito dalšího dělení, např. ve vztahu ceny a kvality nebo věku a pohlaví s odůvodněním, že další dělení obuvi by bylo nerealistické, nezaručené a pro stanovení rozsudku nepraktické. Při šetření došel k názoru, že pánské, dámské a dětské boty jsou ve většině případů vyráběny i v úplně jiných továrnách. Soud při rozhodování bral například v úvahu i obecný trend obuvního průmyslu, kdy se výrobci snažili získat maloobchodní prodejny.

Právě na vymezených dílčích trzích mohou, dle soudu, existovat dílčí produktové trhy pro účely antitrustové ochrany. Dále uvádí, že hranice takového dílčího trhu jsou determinovány i praktickými složkami jako průmyslem nebo veřejností obecně uznávané vnímání jako oddělené ekonomické jednotky; zvláštní charakteristika nebo využití výrobku, rozdílné výrobní zařízení, odlišní zákazníci, rozdílné ceny a citlivost zákazníků na změnu ceny a v neposlední řadě i specializovaní prodejci. Jelikož Claytonův antitrustový zákon postihuje možné omezení konkurence *v jakékoliv* linii prodeje¹⁵⁴, je nutné vymezit důsledek fúze na vymezených dílčích trzích. A pokud bude nalezena možnost snížení konkurenčního prostředí na nějakém z těchto trhů, fúze se nebude moct uskutečnit. Společný objem prodeje fúzujících společností by poté převýšil 20% místního trhu dámské obuvi ve 32 městech a ve 31 městech na trhu s dětskými botami. Dle Nejvyššího soudu byl tento nálezh dostatečným k nedovolení fúze.

¹⁵³ *District Court.*

¹⁵⁴ „*Any line of commerce*“.

I zde se podobně jako u předešlého judikátu ozývá kritika ohledně rozhodnutí soudu. I když soud uvádí využití křížové elasticity výrobku, nikde není řečeno, jak velká křížová elasticita musí být pro antitrustové účely. Všechny boty jsou do určité míry mezi sebou zaměnitelné, a proto je zde nutné nějaké určité vymezení, aby nedocházelo k vykládání pojmu *blízkého substitutu* každým soudem jinak, zejména pokud není číselně vymezena ani křížová elasticita. Dalším nejasným pojmem je dílčí trh.¹⁵⁵ Schmalensee¹⁵⁶ dokonce doporučuje úplné vymazání pojmu z oblasti práva, jelikož tento pojem není ani v ekonomii užíván a nebyl definován legislativou ani soudním nálezem. Dle Uttona¹⁵⁷ soud využil geografický trh zahrnující celé území USA, aby bylo možné ho jednoduše rozdělit do tří dílčích kategorií, protože dámské, pánské a dětské boty nejsou na první pohled dobrými substituty. Není zde jasné, jak by jednoduše mohly být, řekněme, pánské boty lehce zaměnitelné za dámské nebo dětské, anebo jak by bylo zaměnitelnosti modifikací bot možné jednoduše dosáhnout. Také doporučuje vyhnout se termínu dílčího trhu a soustředit se na tržní sílu soutěžitelů a jejich schopnost ovlivňovat ceny.

7.4 Vymezení dominantního postavení

Po vytyčení relevantního trhu nastává část určování, zda společnost dosahuje, nebo nedosahuje dominantního postavení. Vypočtení tržního podílu společností na vymezeném trhu není složité, ale samo o sobě často nestačí k rozpoznání tržní síly soutěžitele, nýmbž je nutné přihlédnout k dalším faktorům.

Významným případem v USA je v oblasti vymezení dominantního postavení judikát z přelomu třicátých a čtyřicátých let minulého století ve věci *Alcoa*¹⁵⁸, která je nejspíše nejvíce citovým a nejméně následovaným precedentem v antitrustové oblasti. Společnost Aluminium Co. of America se specializovala na produkci hliníku. Společnost dosahovala tržního podílu 90%, pokud by byl vymezen relevantní trh pouze s primárním hliníkem ingot bez sekundárního hliníku, po kterém nebyla poptávka tak velká; 64% pokud by byla zahrnuta produkce primárního i sekundárního hliníku, anebo 33% při nezapočítávání primární vyrobené produkce hliníku a

¹⁵⁵ Utton, M.A. *op.cit.* str. 74.

¹⁵⁶ Schmalensee, R. Horizontal Merger Policy: Problems and changes. *Journal of Economic Perspectives*, 1, Fall 1987. str. 41 – 54.

¹⁵⁷ Utton, M.A. *op.cit.* str. 74.

¹⁵⁸ *United States v. Aluminum Co. of America*, 148, F 2d 416 (1945).

ponechání pouze sekundární. Soudce odvolacího soudu Learned Hand musel zvolit, jaký relevantní trh využije a z jeho pohledu jednoznačně šlo o nejvyšší 90% podíl. Zároveň určil, že dosažení tržního podílu 90% je dostatečné k dosažení monopolizace trhu, 60 – 64% je pochybné dosažení monopolu a u 33% se domněnka vyvrací. Svým rozhodnutím změnil dosavadní vývoj judikatury, když označil dominantní postavení samo o sobě jako protiprávní bez ohledu na to, jak ho bylo dosaženo.¹⁵⁹ Společnost tak byla trestána i za své legální obchodní praktiky a efektivnost ve výrobě, jelikož soudce viděl jejich chování jako vytrvalou touhu po udržení kontroly nad trhem.¹⁶⁰ Dle soudu společnost Alcoa využívala své schopnosti za hranicí dovedností a prozíravosti trhu ve svůj prospěch, což by za jiných okolností bylo v souladu se zákonem.

Případ celkově dává tržní podíl do centra pozornosti při stanovování tržní síly v antitrustovém hospodářství. Tržní jednání, které může být akceptovatelné u soutěžitele s nižším tržním podílem, naopak u společnosti s vyšším tržním podílem může vypadat jako kroky k udržení dominantního postavení, a tím i porušení práva. V následující dekádě soudy další podstatné případy rozhodly obdobně a dominantní postavení bylo protiprávní *per se*. Společnosti s velkým tržním podílem byly vůči části druhé Shermanova zákona velice zranitelné, i když ve většině případů nešlo o nic jiného než běžné obchodní praktiky.

Rozsudky v sedmdesátých a osmdesátých letech minulého století naopak zmírňují postihy u dominantního postavení a jeho zneužití. Soudci se v této době začali klonit k benevolentnímu názoru, kdy je nutné podporovat tvrdou a agresivní konkurenci, která prospívá trhu a spotřebitelům, i za situace, že by tak bylo dosaženo dominantního postavení.¹⁶¹ Jedním z takových případů jsou žaloby vznesené proti společnosti IBM¹⁶², kdy jiní soutěžitelé hodnotili inovativní chování IBM jako nástroj ke zničení konkurence. Mnoho firem bylo subdavateli periferních zařízení pro

¹⁵⁹ Encyclopaedia Britannica. Learned Hand [online]. [vid. 2015-08-25]. Dostupné na: <http://www.britannica.com/biography/Learned-Hand>

¹⁶⁰ Známa část odůvodnění rozsudku případu *Alcoa (1945)*: „...but when we think of no more effective exclusion than progressively to embrace each new opportunity as it opened, and to face every newcomer with new capacity already geared into a great organization, having the advantage of experience, trade connections and the elite of personnel.“

¹⁶¹ Utton, M.A. *op.cit.* str. 144 - 145.

¹⁶² *California Computer Products Inc. v. International Business Machines Corp*, 613 F2d 727 (9 Cir. 1979), *Telex Corp. V. International Business Machines Corp*, 510 F2d 894 (10 Cir. 1979).

centrální procesovou jednotku vyráběnou společností IBM. IBM poté inovovala hlavní procesovou jednotku a periferní disky a jiné paměťové jednotky již nebyly kompatibilní s novým zařízením. Z ekonomického pohledu to může mít pro konkurenty dvě hlavní nevýhody. Jednak pokud je nový systém lepší než starší model, poptávka po starším systému bude klesat, i když nedojde ke změnám ceny. Dále výrobce nového zařízení může zvýšit ceny starého systému tak, že zdraží komponenty ke starému zařízení nebo je celkově zruší. I když výroba nového zařízení může znamenat výhody pro zákazníky a posun technologie, jindy může mít právě za cíl oslabení konkurence a je nutné rozpoznávat mezi těmito dvěma strategiemi.¹⁶³ V obou případech nebyla společnost IBM shledána jako porušující právní řád, jelikož jednání společnosti bylo shledáno jako nacházející se v mezích normálního konkurenčního chování.

Dalším obdobným případem je judikát se společností Kodak, jakožto dominantní firmou na trhu¹⁶⁴. Společnost Kodak dosahoval tržního podílu 65% na trhu s fotoaparáty ihned tisknucími snímky a 85% na trhu barevného filmu. V roce 1972 společnost představila nový druh fotoaparátu, který vyžadoval i nový druh filmu. To se nelíbilo společnosti Berkey, výrobci fotoaparátů a procesorů filmu, který z důvodu předchozího neoznámení inovací společností Kodak nemohl po dlouhou dobu vyrábět nový typ fotoaparátu a příslušného filmu. Ve své žalobě společnost Berkey uváděla, že společnost Kodak měla z důvodu svého dominantního postavení na trhu předem uvědomit ostatní soutěžitele při tak razantní inovaci. Soud nicméně tyto argumenty neuznal a uvedl, že dominantní firma nemá povinnost předem oznamovat své inovace, aby se konkurence mohla zařídit.

Jedním z kontroverzních případů je též rozsudek ve věci společnosti Microsoft¹⁶⁵ a jejího zneužití dominantního postavení, kdy společnost ovládala přes 90% trhu; při zahrnutí i Mac OS pak 80%. Společnost byla nařčena z narušování soutěže k udržení svého monopolu na trhu softwaru, když prodávala osobní počítače spolu s operačním systémem a webovým prohlížečem. Díky navázání webového prohlížeče na operační

¹⁶³ Ordoover, J. A., Willig, R.D. *An Economic Definition of Predation: Pricing and Product Innovation*. In S. Salop (ed.) *Strategy, Predation and Antitrust Analysis*, Federal Trade Commission, Washington, 1981. str. 348.

¹⁶⁴ *Berkey Photo v. Eastman Kodak*, 603 F.2d 263 (1979).

¹⁶⁵ *United States v. Microsoft Corporation*, 253 F.3d 34 (2001).

system společnost Microsoft údajně snížila konkurenční prostředí na trhu prohlížečů. Jiné webové prohlížeče bylo nutné samostatně stáhnout nebo zakoupit. Soud první instance nařídil rozdělení společnosti, ale při odvolacím řízení bylo toto opatření zrušeno, což následuje benevolentnější přístup k postihu zneužití dominantního postavení.

Soudobý trend antitrustové judikatury volí cestu mezi striktním obdobím v první polovině 20. století a mezi shovívavými osmdesátými lety.¹⁶⁶

7.5 Shrnutí

Soutěžní právo Spojených států amerických jako nejstarší, je dnes nejspíše nejpropracovanější systém¹⁶⁷ a do jisté míry inspirující pro evropskou legislativu. Americké antitrustové zákonodárství prošlo více fázemi vývoje: přes první přísnější přístup s *per se* perzekucí dominantního postavení po období velkého zmírňování. Jak je z předchozího textu vidět, i stát s více než stoletou zkušeností s antimonopolním zákonodárstvím má potíže se stanovením relevantního trhu a následného dominantního postavení. Vymezení relevantního trhu má sice jednoduchou definici, ale v praxi se obtížnost zvyšuje a význam se relativizuje. Klíčové judikáty vykazují i snahu soudců případy posuzovat z ekonomického pohledu s pomocí substituovatelnosti statků a služeb. Určování dominantního postavení nelze omezit jen na výpočet tržního podílu, který nemusí reálně vyjadřovat tržní sílu společnosti, ale je třeba zahrnout i více okolností pro vynesení rozsudku, který může mít pro obchodní společnost fatální následky. V kontrastu s evropskou úpravou je americká přísnější v podobě možnosti trestu odnětí svobody spolu s peněžitou sankcí pro narušitele právního pořádku. Rovněž je kladen důraz na náhradu škody pro osoby postižené nelegálním chováním soutěžitele, která je v Evropě teprve v počátcích.

¹⁶⁶ Motta, M. *op.cit.* str. 7-9.

¹⁶⁷ Utton, M. A. *op.cit.* str. 78.

8 Závěr

Pro celkový vývoj a účel soutěžního práva, provázející celou práci, je charakteristická ochrana hospodářské soutěže a spotřebitele. Fungující hospodářská soutěž zajistí efektivní alokaci zdrojů, nejvyšší míru společenského užitku a dává problematice ekonomický rozměr. Ochranu hospodářského prostředí se snaží zajišťovat legislativní akty šetřených právních řádů, nicméně častá nejasnost norem a neexistence jasných analýz týkající se zejména substituovatelnosti výrobků a služeb zavádí prostor pro libovůli úřadů při aplikaci práva, jak dokládá praktická část práce, zejména v oblasti vymezení relevantního trhu.

V oblasti komparace jednotlivých systémů považuji za velmi významný odlišný prvek americké úpravy od evropského přístupu trestněprávní rozměr v případě dosažení dominantního postavení, dynamičtější vývoj současně s dnes již nevyužívaným postihováním dominantního postavení *per se*. V případě rozdílů mezi evropským a českým pojetím vidím jako důležitý jiný objekt ochrany u obou systémů, který též zakládá důvod pro paralelní aplikaci komunitárního a národního antitrustového práva. Komunitární právo má vedle ochrany hospodářské soutěže též za cíl chránit volný trh mezi členskými státy. Česká úprava dominantního postavení se obecně snaží následovat komunitární vývojovou tendenci, zejména po vstupu do EU, a tomu odpovídá, jak legislativa, tak praxe úřadů a soudů.

Trendem, který se domnívám, že by mohl v českém, potažmo i celoevropském, prostředí nastat, je vzestup soukromých žalob na náhradu škody způsobených narušiteli hospodářské soutěže, jak je tomu ve Spojených státech amerických. Právě tento posun by mohl výrazně zviditelnit soutěžní právo a dát mu větší praktičnost.

9 Resumé

Smyslem práce bylo popsat a kriticky zhodnotit právní úpravu dominantního postavení a s ním úzce spojené vymezení relevantního trhu v prostředí České republiky, Evropské unie a kolébky moderního antitrustového zákonodárství Spojených států amerických. Důraz byl kladen na komparativní analýzu systémů, zejména co se týče vymezení klíčových pojmů a celkového přístupu. Nastíněn byl historický vývoj soutěžního práva se zaměřením na dominantní postavení, jehož určení může mít pro soutěžitele nepříjemné následky a nutnost větší opatrnosti. Následně byly podrobněji představeny úpravy ve vymezených systémech s ohledem na zásadní otázky stanovení dominantního postavení na trhu současně s podrobným představením vymezení relevantního trhu, kde se následně dominance určuje, přes průběžné objasňování a diskutování dalších pojmů v právních předpisech používaných. Značný prostor byl věnován problematice substituovatelnosti výrobků a služeb, který představoval základní úskalí při vymezení relevantního trhu. Při výkladu bylo pracováno zejména s právními předpisy, klíčovými rozhodnutími soudních orgánů, doplňkovými výkladovými materiály a odbornou literaturou. Práce také částečně hodnotí účelnost a funkčnost úpravy.

V praktické části práce byly rozebrány dva vzorové případy Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, u nichž bylo vymezení relevantního trhu a následného dominantního postavení přinejmenším sporné a na jejichž základě měli být soutěžitelé penalizováni. Zde se ukazuje, že stanovení dominantního postavení bez posouzení všech důležitých okolností může být nepředvídatelné a zavádějící.

V závěru práce je následně shrnuto, že stanovení relevantního trhu a dominantního postavení není i přes dosavadní vývoj a úpravu úplně jednoznačné. Uvádí taktéž propojenost úprav v oblasti ochrany spotřebitele a obecně prospěšné hospodářské soutěže, na druhé straně i rozdílnosti, zejména mezi evropským a americkým uchopením. Zaznamenán je též zvyšující se význam ekonomie při šetření a její schopnosti přivést více exaktnosti do práva. Závěr nastiňuje i možný vývoj do budoucnosti.

9.1 Klíčová slova

dominantní postavení, relevantní trh, ochrana hospodářské soutěže, soutěžní právo

10 Abstract – Legal Aspects of Dominant Position

The aim of this thesis is to describe and critically assess legislation of dominant position and its closely connected term relevant market in the Czech Republic, European Union and in the United States of America as the “cradle” of modern antitrust law. Emphasis was placed on comparative analysis of the systems, especially to introduction of the key concepts and the overall approach. The thesis outlines the historical development of competition law with focus on the dominant position, which can cause unpleasant consequences for competitors and need for greater caution when attaining it. Subsequently, legislation of selected systems is introduced with regard to major issues determining dominant position. Simultaneously with detailed presentation of defining relevant market, where the dominant position is judged, through continuous clarifying and discussing other terms used in the legislations. A considerable space was given to questions concerning the substitutability of goods and services, which represented fundamental difficulties in defining the relevant market. During the interpretation I used primarily legal regulations, leading decisions of judicial authorities, additional interpretive materials and literature. The thesis also partly assesses effectiveness and relevance of the legislations.

In the practical part of the thesis I analysed two sample cases of the Office for the Protection of Competition where the definition of relevant market and subsequent dominant position was at least questionable and due to which competitors should have been penalized. These cases show that determination of dominant position without considering all relevant circumstances can be unpredictable and misleading.

The conclusion of the thesis summarises that determination of relevant market and dominant position is not, despite its development and legislation, completely clear. It also states that there is interconnection of regulations in the field of consumer protection and generally beneficial economic competition. On the other hand, it shows differences such as diverse European and American approach. The thesis also points out increasing importance of economics during investigation and its ability to bring more exactness into law. The conclusion outlines a possible future evolution of competition law.

10.1 Key words

dominant position, relevant market, protection of competition, antitrust law

11 Literatura

Monografie

- Bavasso, A. *Communications in EU Antitrust Law: Market Power and Public Interest*. Hague: Kluwer Law International, 2003. ISBN 90-411-1974-4.
- Bednář, Josef. *Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi. Z rozhodovací praxe Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora*. Praha: C. H. Beck, 2005.
- Běhan, Petr. *Dominantní postavení na trhu a jeho zneužití: právní úprava ES a v ČR*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 188 s. ISBN 80-7175-112-x.
- Crotti, A.F. *Trading under EEC and US Antitrust Laws*. London: Butterworths, 1977. ISBN 0 406 57170 8.
- Eliáš, K., Bejček, J. a kol. *Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo*, 5. vydání, Praha: C. H. Beck, 2007.
- Iversen, B., Jessen, P.W., Mortensen, B. O. G., Steinicke, M., Sorensen, K. E. *Regulating Competition in the EU*. 2nd ed. Copenhagen: DJOF Publishing, 2012. ISBN 978-87-574-2662-5.
- Jones, A., Sufrin, B. *EU Competition Law: Text, Cases and Materials*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2014. ISBN 978-0-19-966032-2.
- Lovdahl Gormsen, L. *A Principled Approach to Abuse of Dominance in European Competition Law*. 1st ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. ISBN 978-0-521-76714-9.
- Motta, Massimo. *Competition policy: Theory and Practice*. 8th ed. New York: Cambridge University Press. 2007. ISBN 978-0-521-01691-93- 9.
- Munková, Jindřiška. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009, XIV, 681 s. ISBN 978-80-7400-173-4.
- Munková, Jindřiška, Svoboda, Pavel, Kindl, Jiří. *Soutěžní právo*. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2012, xxvi, 619 s. ISBN 978-80-7400-424-7.
- Nejezchleb, Kamil; Hajná, Zuzana; Bejček, Josef. *Ekonomické metody v soutěžním právu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2014. 299 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity, řada teoretická, Edice Scientia, sv. č. 504. ISBN 978-80-210-7701-0.

Peták, Šimon. *Zneužití dominantního postavení v právu České republiky a evropském právu*. Praha, 2012. Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta. Disertační práce. Vedoucí práce Stanislava Černá.

Petr, Michal. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. vyd. 1. V Praze: C. H. Beck, 2010, xvii. ISBN 978-80-7400-307-3.

Švanda, M.; Vrána, F. Historie soutěžního práva od počátků ke dnešku. In Chalupa, K.; Vrána, F.; Švanda, M.; Ištvanová, I. (ed.). *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže: Historie, fakta, svědectví*. Brno. Metoda, spol. s r.o., 2008, s. 33-111. ISBN 978-80-254-2242-7. s. 33 – 37.

Urban, J. Teorie národního hospodářství [online]. 4. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-725-6. [cit. 2015-07-29]. Dostupné na: https://books.google.com/books?id=PBXpCQAAQBAJ&pg=PT152&dq=normáln%C3%AD+zisk&hl=cs&sa=X&ved=0CB0Q6AEwAGoVChMItriHnJH_xglVRZseCh0JtA_1#v=onepage&q=normáln%C3%AD%20zisk&f=false

Utton, M. A. *Market dominance and antitrust policy*. 2nd ed. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc., 2003. ISBN 1 84064 728 0.

Van Bael, I., Bellis, J.-F. *Competition Law of the European Community*. 4th ed. The Hague: Kluwer Law International, 2004. ISBN 978-9041123091.

Články

Azevedo, J.P., Walker, M. *Dominance: Meaning and Measurement*. European Competition Law Review. 2002.

Jebsen, P., Stevens, R. Assumption, Goals and Dominant Undertakings: The Regulation of Competition under Article 86 of the European Union. 64 *Antitrust Law Journal*, 1996. str. 443 – 446.

Monti, G. Article 81 EC and Public Policy. 39 (5) *Common Market Law Review*, 2002. str. 1057, 1069 – 1070.

Neruda, R. Relevantní trh a otázky související v teorii a praxi soutěžního práva (první část). *Právní rozhledy 2004*, č. 12, str. 452 – 453.

Ordover, J. A., Willig, R.D. *An Economic Definition of Predation: Pricing and Product Innovation*. In S. Salop (ed.) *Strategy, Predation and Antitrust Analysis*, Federal Trade Commission, Washington, 1981. str. 348.

Petr, M., Vavříček, V. K paralelní aplikaci českého a komunitárního soutěžního práva. *Právní rozhledy 11/2006*. str. 396.

Schmalensee, R. Horizontal Merger Policy: Problems and changes. *Journal of Economic Perspectives*, 1, Fall 1987. str. 41 – 54.

Stocking, G.W.; Mueller, V.F. The Cellophane Case and the New Competition [online]. *The American Economic Review*. Vol. 45, No. 1 (Mar., 1955), str. 29-63. Dostupné na: <http://www.jstor.org/stable/1811582>.

Summary of Section 7 of the Clayton Act [online]. The American Antitrust Institute. Washington, D.C.: National Press Club, 2013. [vid. 2015-07-14]. Dostupné na: <http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/Section%207.pdf>.

Právní předpisy

Smlouva o fungování Evropské unie (konsolidované znění). In: *Úřední věstník Evropské unie C326*. 26. 10. 2012.

Nařízení Rady (ES) č. 1/2003 o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy. In: *Úřední věstník Evropské unie L 001*. 16. 12. 2002.

The Sherman Antitrust Act, 1980.

Vyhláška Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže č. 31/2003 Sb., o povolení obecné výjimky ze zákazu dohod narušujících soutěž v oblasti motorových vozidel, ve znění pozdějších předpisů In: *Sbírka zákonů*. 3. 2. 2003

Zákon č.143/2001 Sb., zákon o ochraně hospodářské soutěže a změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), In: *Sbírka zákonů*. 27. 4. 2001.

Zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití. In: *Sbírka zákonů*. 9. 9. 2009.

Seznam soudních a správních rozhodnutí

Akzo Chemie B. V. v. Komise , C-62/86. (1994)

Berkey Photo v. Eastman Kodak, 603 F.2d 263 (1979)

British Sugar, OJ 1988 L 384/41

Brown Shoe v. United States, 370 US 294 (1962)

BRT II v. SABAM, 123/73 (1974)

California Computer Products Inc. v. International Business Machines Corp, 613 F2d 727 (1979)

Commission v. Italy, 118/85 (1987)

Eurocontrol v. SAT Fluggesellschaft, C-364/92 (1994)

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

Hoefner & Elser v. Macrotron, C-41/90 (1991)

Intel, COMP/C-3/37.990 (2009)

Metro SB-Großmärkte v. Komise, 75/84 (1986)

Michelin v. Komise, 322/81(1983)

Suiker Unie and Others v. Komise, 40/73 (1975)

Porto di Genova v. Siderurgica Gabrielli, C-179/90 (1991)

United Brands Continental v. Komise, 27/76 (1978)

United States v. Aluminum Co. of America, 148, F 2d 416 (1945)

United States v E. I. Du Pont de Nemours and Co, 351 US, 337 (1957)

United States v. Microsoft Corporation, 253 F.3d 34 (2001)

Telex Corp. V. International Business Machines Corp, 510 F2d 894 (1979)

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

Česká rozhodnutí

Rozhodnutí ÚOHS R059/ 2004

Rozhodnutí ÚOHS S162/2008/DP-4490/2010/820/DBR

Rozhodnutí ÚOHS R169/2010/HS-2676/2011/310-PGA

Ostatní

Communication from the Commission – Guidance on the Commission’s Enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings.

Důvodová zpráva k zákonu č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití.

Encyclopaedia Britannica. Learned Hand [online]. [vid. 2015-08-25]. Dostupné na: <http://www.britannica.com/biography/Learned-Hand>.

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

Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství OJ 1997 C 372/5.

Použité zkratky

Sdělení – Sdělení o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže

SFEU – Smlouva o fungování Evropské unie

Spojené státy – Spojené státy americké

ÚOHS, Úřad – Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Komise – Evropská komise

Zákon o ochraně hospodářské soutěže - zákon č. 143/2001 Sb., zákon o ochraně hospodářské soutěže a změně některých zákonů

Zákon o významné tržní síle - zákon č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití