

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA FINANCÍ A ÚČETNICTVÍ

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Rok 2015

Blanka Čermáková

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta financí a účetnictví

Katedra financí a oceňování podniku

Studijní obor: Finance

VERTIKÁLNÍ INTEGRACE – PŘÍNOSY A NEGATIVA

(diplomová práce)

Autor diplomové práce: **Bc. Blanka Čermáková**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Tomáš Buus, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2015**

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že diplomovou práci na téma „Vertikální integrace – přínosy a negativa“ jsem vypracovala samostatně a veškerou použitou literaturu a další prameny jsem řádně označila a uvedla v přiloženém seznamu.

V Praze dne 2015

Bc. Blanka Čermáková

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Tomáši Buusovi, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce a za cenné rady, komentáře a připomínky při jejím zpracování. Poděkování patří také mé rodině a přátelům, kteří mi byli důležitou oporou během celého studia na vysoké škole.

ABSTRAKT

Práce se zabývá představením a důkladným rozbořem aspektů strategie stlačování marží z pohledu zneužívání dominantního postavení na trhu ze strany vertikálně integrovaného subjektu. Pro snazší rozbor a pochopení této problematiky práce představuje pojmový aparát nutný pro správnou kategorizaci, definici a pochopení základních předpokladů strategie. Rozsáhle se věnuje právnímu pojetí této strategie jak z pohledu práva českého, tak z pohledu práva Evropské unie. Ve své praktické části se snaží přiblížit tuto problematiku v souvislosti s odvětvím telekomunikací, kde jej lze v posledních letech v praxi pozorovat nejvíce. Zároveň přibližuje doporučení pro ex-ante testování v návaznosti na aktuální doporučení Evropské komise, navazující na dynamických technologický rozvoj v tomto odvětví.

Klíčová slova: vertikální integrace, vertikální omezení, stlačování marží, margin squeeze, price squeeze, hospodářská soutěž, dominantní postavení, zneužití dominantního postavení, stejně efektivní soutěžitel, přiměřeně efektivní soutěžitel

ANNOTATION

The thesis introduces thorough analysis of current approach towards margin squeeze practice, an abuse of dominant position by vertically integrated entity. For proper categorization, definition and understanding of the basic assumptions behind the strategy of margin squeeze and its application, the paper presents necessary conceptual apparatus. Further the paper deals also with regulatory framework of abuses of dominant position, national as well as international. In the practical section the paper introduces margin squeeze strategy within telecommunication industry and its regulatory framework in the Czech republic and brings recommendations for ex-ante margin squeeze testing in relation with current European regulators policy updates following the dynamic technological development of the industry.

Keywords: vertical integration, vertical restraints, margin squeeze, competition, dominant position, anti-trust, abuses of dominant position, equally efficient operator, reasonably efficient operator

PŘEHLED ZKRATEK

AAC Průměrné odvratitelné náklady

AVC Průměrné variabilní náklady

BEREC The Body of European Regulators for Electronic Communications

EEO Test stejně efektivního soutěžitele

ERT Test ekonomické replikovatelnosti

EU Evropská unie

Komise Evropská komise

LRAIC Dlouhodobé průměrné přírůstkové náklady

LRIC Dlouhodobé přírůstkové náklady

MPO Ministerstvo průmyslu a obchodu

NGA Síť nové generace

REO Test přiměřeně efektivního soutěžitele

SEK Sdělení Evropské komise

SES Smlouva o založení Evropského společenství

SFEU Smlouva o fungování Evropské unie

SMP Významná tržní síla

ÚOHS Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

ZOHS Zákon č. 143/2011 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů

OBSAH

Úvod	1
1. Příčiny vedoucí k vertikální integraci	3
1.1. Vertikální integrace	3
1.1.1. Definice vertikální integrace	4
1.1.2. Vertikální kvazi-integrace	5
1.1.3. Způsob vytvoření vertikálně integrovaného subjektu	6
1.2. Příčiny vzniku vertikální integrace	7
1.3. Výhody a nevýhody vertikální integrace	14
1.4. Desintegrace	18
2. Vertikální integrace a vliv tržního prostředí.....	19
2.1. Mikroekonomický úvod	21
2.2. Vliv tržního prostředí	23
2.3. Monopolista na trhu	25
2.4. Vertikálně integrovaný dominant a další vybrané strategie	30
2.4.1. Konkurence na úzkém trhu	31
2.4.2. Preferenční přístup k nabídce a trhům.....	32
2.5. Vertikální omezení	33
2.5.1. Evropská judikatura a vertikální omezení.....	34
2.5.2. Účel a pravidla pokynů EU	35
3. Vertikální integrace a hospodářská soutěž	35
3.1. Hospodářská soutěž.....	37
3.2. Podstata dominantního postavení.....	39
3.2.1. Soutěžní právo EU a koncept dominance	40
3.2.2. Zneužití dominantního postavení	41
3.2.3. Soutěžní právo EU a zneužití dominantního postavení	44
4. Stlačování marží jako případ zneužití dominantního postavení.....	45
4.1. Definice pojmů	46
4.2. Definice praktiky stlačování marží	47
4.3. Forma stlačování marží	53
4.4. Protisoutěžní motivy pro stlačení marží	54
4.5. Regulatorní přístup v rámci EU	56
4.5.1. Testování efektivity konkurence	59
4.5.2. Výběr nákladové skupiny	64
4.6. Problematika identifikace protisoutěžního jednání v praxi.....	66
5. Testování stlačování marží na trhu telekomunikací v ČR.....	72
5.1. Specifika trhu telekomunikací.....	73
5.2. Aktuální trendy na telekomunikačním trhu.....	74
5.2.1. Nové trhy a možné stlačování marží	75

5.2.2.	Regulace telekomunikačního odvětví	78
5.2.3.	Přístup regulace ex-ante	80
5.3.	Specifické podmínky trhu a návrhy pro jejich zohlednění při testování.....	83
5.3.1.	Maloobchodní ceny a vázané produkty.....	84
5.3.2.	Poplatky za přístup k síti (poplatky za nezbytný vstup).....	85
5.3.3.	Úpravy nákladů	85
Závěr		88
Seznam použité literatury		90
Seznam grafů		95

ÚVOD

Téma vertikální integrace, hospodářské soutěže a praktik, jež ji omezují, je téměř nevyčerpatelné. Nelze detailně rozebrat veškeré aspekty, jako jsou základní pojmy, vztah soutěžního práva a teorie soutěžní ekonomie, dostupnou judikaturu i historický vývoj. Práce proto zejména přibližuje teoretické základy pro bližší analýzu praktiky cenové diskriminace a jejího testování. Konkrétně se jedná pouze o praktiku stlačování marží jakožto velmi zajímavou oblast aplikace propojení strategického rozhodování o cenové politice vertikálně integrovaného subjektu a soutěžního práva. I když je stlačování marží definováno jako úzká a specifická praktika s omezenými možnostmi použití, v případech, kdy je uplatněna, zasahuje nejčastěji strategicky důležitá odvětví ekonomiky, jako je energetika, telekomunikace, některé druhy hromadné dopravy apod. Tím, že uplatněním této strategie je ovlivněn produkt dominantního subjektu na trzích, zasahuje tato strategie i velký počet konečných spotřebitelů odebírajících konečný výrobek nebo službu.

V následujících kapitolách se čtenář dozví, že stlačování marží je velice specifickou aplikací cenových diskriminací, s níž se však v posledních letech velmi často v praxi setkáváme. To může být způsobeno i rozsáhlou liberalizací odvětví, v nichž doposud působil státní monopolista vlastníci určitou infrastrukturu, již poskytuje dalším účastníkům trhu. Evropská komise musela v posledních desetiletích řešit stížnosti týkající se stlačování marží poměrně často. Jednalo se například o španělský, italský či německý trh telekomunikací, avšak nejen o ně.

Hlavním cílem práce je představení teoretických aspektů vertikální integrace jako nástroje pro posilování dominantního postavení konkrétního hráče na daném trhu a strategie stlačování marží jako jedné z možností nekalosoutěžního chování dominantního subjektu na trhu. Cílem praktické části práce je pak představení aktuálního regulatorního stavu České republiky, analýza aktuální metodiky testování strategie stlačování marží především na telekomunikačním trhu, který se jeví jako velmi vhodný pro diskuzi této problematiky. V návaznosti na to pak návrh možných opatření pro změnu aktuálního testovacího přístupu. Diskutována bude metodika ex-ante testování stlačování marží stanovená ČTÚ jakožto regulátorem v telekomunikačním odvětví. V návaznosti na popis regulatorního prostředí práce přibližuje možná úskalí, s nimiž se regulátor musí potýkat a na jaké aktuální situace na tomto poměrně dynamickém trhu musí reagovat v souvislosti s technologickým pokrokem.

Aby práce mohla hodnotit a podat určitá doporučení v rámci regulatorního přístupu, je nutné vysvětlit základní aparát pro správnou kategorizaci, definici a pochopení praktiky stlačování marží, která se v posledních letech stala terčem četných diskuzí a předmětem mnoha soudních sporů. Práce ve svých hlavních kapitolách zpracovává dva klíčové předpoklady, bez nichž není možné strategii stlačování marže vůbec praktikovat. Jedná se o vertikální integraci a působení vertikálně integrovaného dominanta na následných trzích, který zneužívá své dominantní postavení. Společně s rešerší ekonomické literatury je nezbytné zpracovávat i literaturu právní, jež se značným dílem podepisuje na formování jednání subjektů na trzích. Oddělení soutěžního práva od ekonomické podstaty je téměř nemožné z důvodu jejich značné provázanosti. Dále je v práci vysvětlen princip strategie stlačování marží a možné základní přístupy k testování a prokazování, zda se opravdu jednalo o zneužívající chování či ne.

Technologický rozvoj na telekomunikačních trzích s sebou nese i četné zásahy do regulačních opatření. Evropské orgány z tohoto důvodu vydávají doporučení k aktualizacím přístupu s ohledem na nové trendy v odvětví, kterým by měli národní regulátoři svou metodiku přibližovat. Vzhledem k možnému konfliktu mezi přístupy a cíli regulačního orgánu trhu a orgánů dohlížejících na ochranu hospodářské soutěže zdůrazňuji, aby nedošlo k určitým nedorozuměním, že závěrečná kapitola práce je zaměřena především na analýzu ex-ante testování stlačování marží, kterou uplatňuje ČTÚ jako sektorový regulátor, a možná doporučení, jak současný stav přiblížit stavu doporučovanému evropskými orgány.

Téma jsem si zvolila s ohledem na svoje profesní zaměření, které se zabývá především strategickým rozhodováním a fúzemi a akvizicemi. Literatura týkající se vertikální integrace a dominantního postavení mi umožnila dále prohloubit mé teoretické znalosti v této oblasti a donutila mě zamyslet se blíže nad pobídkami a motivy podniků integrovat své činnosti. Na příkladu telekomunikačního trhu je navíc zcela patrné, že motivy pro vertikální integraci nelze vyhodnocovat izolovaně a je nutné předvídat budoucí záměry regulátorů a dozorujících orgánů, jejichž zásahy se významným způsobem promítají do podnikání a případné ziskovosti plánovaných projektů.

1. PŘÍČINY VEDOUcí K VERTIKÁLNí INTEGRACI

Během druhé poloviny 20. století se problematika vertikální či horizontální integrace podniků dostává do popředí zájmu nejen teoretiků, ale i regulátorů a dozorcujících orgánů. Z tohoto důvodu narážíme při zkoumání na mnoho teoretických proudů, které integraci podniků analyzují z různých úhlů pohledu. Dříve, než se začnu zabývat působením vertikálně integrovaných podniků na trzích a jimi využívaných praktik, považuji za důležité přiblížit, co se pod pojmem vertikální integrace skrývá. Zabývám se tedy otázkou, jaké společnosti lze vůbec za vertikálně integrované považovat a z jakých důvodů k vertikálnímu propojení podniků dochází. Kromě toho shrnuji i další základní pojmy, jež se k vertikální integraci váží a pomáhají danou problematiku lépe pochopit.

1.1. VERTIKÁLNí INTEGRACE

Vlivem současného trendu globalizace dochází ke stále častějšímu navazování vazeb mezi společnostmi. K propojení dochází z nejrůznějších důvodů. Vertikální integrace je jednou z mnoha možností, jak může být společnost v rámci tržních vazeb propojena s ostatními účastníky na daném trhu či trzích. Teorie vertikální integrace zkoumá zapojení firmy v rámci tržních struktur s ohledem na další účastníky trhu a odběratelsko-dodavatelské vztahy, kterých se daná společnost účastní. Mimo shrnutí, co pojem vertikální integrace obsahuje a jakým způsobem k ní nejčastěji dochází, jsou v této kapitole vysvětleny i situace a pojmy blízké vertikálně integrované společnosti. Důvodem je snaha zamezit, aby docházelo k chybným interpretacím či záměnám.

S nárůstem aktivity, jež vedla a vede společnosti k vytváření vertikálně integrovaných vazeb, se touto problematikou začala zabývat nejen ekonomická, ale i právní literatura. Často můžeme pozorovat propojování ekonomických disciplín s disciplínami právními. Důvodem jsou zejména možné důsledky vertikální integrace pro fungování sledovaného trhu, na němž se mohou projevovat i negativní vlivy takové integrace. Právní disciplíny charakterizují především skutečnosti, kdy se skutky spojované s vertikální integrací promítají do vazeb na trhu, narušují jeho efektivní fungování a způsobují tak nevýhodné podmínky pro ostatní účastníky trhu a konečné spotřebitele. Může docházet k vytváření legislativy, jež se snaží konkurenci na trhu bránit a nesoutěžní praktiky narušující konkurenci nepovolovat. Regulační orgány se také následně snaží nekalé praktiky odhalovat, trestat a vytvářet legislativu za účelem nekalosoutěžním praktikám předcházet.

1.1.1. Definice vertikální integrace

Z ekonomického hlediska můžeme vertikální integraci definovat následovně: za vertikálně integrovanou společnost lze považovat takovou firmu, která zahrnuje dva výrobní procesy a je charakterizována rysem jednoho finálního výstupu. K jednomu z procesů dochází v prvotních fázích výrobního řetězce, ten pak dodává část či celou svou produkci jako okamžitý vstup (meziprodukt ve výrobním řetězci) do procesu následného. Definice dále říká, že se může jednat o proces, k němuž dochází později ve výrobním řetězci, ten pak odebírá celý svůj vstup z části nebo celé produkce procesu zařazeného v předcházejících fázích výrobního řetězce.

Pokud společnost nedodává nebo neodebírá celou produkci svého partnera ve výrobním řetězci, jedná se o *slabou formu vertikální integrace*. V případě opačném se jedná o *silnou formu vertikální integrace*. Můžeme charakterizovat i obdobný případ, kdy velká část výstupu z procesu uskutečněného v dřívější fázi výrobního řetězce je uplatněna jako velká část vstupů procesu následného. V tomto případě se však jedná jen o integraci částečnou, a to vzhledem k tomu, že dodavatelský článek dodává svůj produkt i dalším účastníkům trhu a odběratel jeho produkce odebírá i další vstupy od jiných dodavatelů.

Případ, který opět vychází z podobných předpokladů, nedosahující však tak vysokého stupně integrace, je nazýván *vertikální kontrolou či řízením*. Vertikální kontrola vzniká dohodou o částečném transferu řídicí funkce nad produkcí či distribucí. Takové dohody zahrnují strategii výhradního geografického zastoupení či stanovení a řízení prodejní ceny dodavatelem nebo výrobcem.

Dále se lze setkat ještě s pojmem *vertikální kombinace*. Ten charakterizuje situaci, kdy dceřiné podniky mezi sebou v rámci výrobního procesu nespolupracují a jednotlivé meziprodukty si nesměňují. Místo toho své výrobky umísťují na trhu. Nakupují jednotlivé vstupy od dodavatelů mimo integrovanou společnost a prodávají své výstupy opět mimo integrovanou společnost. Takovou společnost nelze nazývat vertikálně integrovanou, i když zahrnuje na sebe navazující stupně výrobního procesu.

Pojem vertikální integrace je tedy spojen s vymezováním vztahů na sledovaném trhu. Při vertikální integraci je předpokládána eliminace směny na trhu a eliminace smluvních vazeb, dochází tak pouze k interní směně výrobků či služeb uvnitř firmy. Nicméně směna v rámci firmy plně nedefinuje vertikální integraci. Při ní je nutné dosáhnout i podmínky plné kontroly a vlastnictví nad souslednými fázemi procesu výroby. Vertikálně

integrovaná společnost pak dokáže řídit a činit nezávislá rozhodnutí týkající se investic, zaměstnanosti, produkce nebo distribuce u všech fází produkčního cyklu zahrnutých v rámci společnosti. Vstupuje zde tedy požadavek, aby společnost disponovala možnostmi ovlivňovat rozhodnutí v rámci celého výrobního řetězce. Společnost z tohoto důvodu musí tento řetězec produkce a distribuce kontrolovat. K tomu však spíše není nutný předpoklad vlastnictví jakéhokoli aktiva či vstupu pro výrobní proces, i když například Grossman a Hart (1986)¹ ve svém díle *The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration* na tuto podmínku často poukazují.

Jak může být z výše uvedeného patrné, vertikální integraci budou teoretikové nejčastěji zkoumat ve spojení s mírou konkurence a tržní strukturou panující na trhu. Jelikož určitá míra nezávislosti vznikající integrací navazujících procesů a s tím spojená tržní síla podniku vymezovat se vůči ostatním soutěžitelům na trhu bude mít významné dopady na fungování celého trhu.

Pro další vysvětlování a analýzu je vhodné odlišit směry, kterými může vertikální integrace směřovat. Rozeznáváme dva druhy vertikální integrace podle směru, v jakém k ní dochází. V případě, že integrace směřuje k dodavatelům, jedná se o *zpětnou vertikální integraci* (proti proudu či upstream integrace). Pokud by integrace směřovala směrem ke konečným zákazníkům, distributorům a podobně, nazýváme ji *dopřednou integrací* (po proudu či downstream integrace).

1.1.2. Vertikální kvazi-integrace

V roce 1972 ve svém článku *Vertical Quasi-Integration* K. J. Blois² přináší pojem vertikální kvazi-integrace. Tento pojem použil pro ošetření vztahů mezi společnostmi v následných fázích výrobního procesu, kdy dané společnosti nejsou propojeny společným řízením a nejsou součástí vertikálně integrovaného subjektu. Kvazi-integrací je nazýván stav, při němž si je společnost schopna vytvořit pevný vztah s jedním či více svými dodavateli. Jako podmínku Blois uvádí, že jedna ze zkoumaných společností musí být výhradním či významným odběratelem produktů daného dodavatele. Takto významný odběratel by přerušením odběrů způsobil dodavateli značné problémy a dodavatel by se po jeho odchodu pravděpodobně propadl do ztráty. Za této situace můžeme konstatovat,

¹ GROSSMAN, Sanford J. a Oliver D. HART. *The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration*. *Journal Of Political Economy* [online]. 1986, **94**(4): 691-719.

² BLOIS, K. J. *Vertical Quasi-Integration*. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1972, **20**(3): 253-272. ISSN 00221821.

že je dodavatel značně citlivý na požadavky svého významného odběratele. Dodavatel tak může uplatňovat speciální pravidla a podmínky spolupráce vůči tomuto odběrateli. Zejména pokud vyhodnotil, že se odběratel nachází v pozici, v níž může s poměrně malými překážkami dodavatele změnit, a existuje zde vysoká pravděpodobnost takového kroku, pokud dodavatel požadavky odběratele neakceptuje.

Odchod významného odběratele by mohl dodavatele významně poškodit. Je samozřejmé, že vždy bude záležet na rozdělení sil na trhu, flexibilitě obou stran v nahrazování odebíraných a dodávaných produktů a vzájemné celkové závislosti. V případě, že neexistuje vlastnické propojení či jiná forma přímé kontroly mezi subjekty, nazýváme takový vztah mezi dodavatelem a významným odběratelem *vertikální kvazi-integrací*.

Pokud může dodavatel nahradit výpadek významného odběratele dodávkami pro jiné subjekty na trhu, původního odběratele za významného nepovažujeme a nebude se tedy jednat ani o vertikální kvazi-integraci. Při hodnocení, zda je odběratel významným či ne, rozlišujeme hodnocení dopadů jeho ztráty nejen pro krátké, ale i pro dlouhé období. Určující vliv má i výrobová pestrost dodavatele v situaci, kdy bude vyrábět široké portfolio výrobků. Není potom zcela pravděpodobné, že bude mít dodavatel nějakého výhradního zákazníka. Na teorii významného partnera lze nahlížet i z opačného pohledu a aplikovat výše uvedené i na vztah odběratele a významného dodavatele.

U společností, jež vykazují rysy vertikální kvazi-integrace, lze očekávat uzavírání různých forem partnerství a dlouhodobé spolupráce. Takové společnosti mohou vstupovat do dlouhodobých kontraktů charakterizujících jejich dlouhodobou spolupráci, dohody o možných výměnných obchodech, či spolupráci nad vývojem nových technologií a designu.

1.1.3. Způsob vytvoření vertikálně integrovaného subjektu

K utvoření vertikálně integrované společnosti může dojít již během založení společnosti. Častěji k ní však dochází expanzí fungující společnosti, která doplňuje svoje aktivity činností po nebo proti proudu výrobního procesu. K vertikální integraci může docházet následujícími způsoby:

- a) získáním kontroly nad firmami ve výrobním řetězci;
- b) ovládnutím subjektu firmou v dodavatelsko-odběratelském postavení;
- c) interní expanzí, kdy dochází organickým růstem společnosti k zapojování do dalších sousedních fází procesu výroby;

- d) vertikální fúzí firem v rámci akvizičního procesu, které jsou zapojeny do výrobního řetězce;
- e) vertikální kvazi-integrací.

Ad b) Tématiku ovládnutí jednoho subjektu jiným subjektem v dodavatelsko-odběratelském vztahu rozpracovali ve své práci Grossman a Hart (1986).

Ad e) Jak již bylo výše uvedeno, vertikální kvazi-integrací často dochází k vytváření dlouhodobých a pevných vazeb mezi podniky, které jsou na sobě navzájem závislé a vykazují tak znaky vertikálně integrované společnosti.

Výše uvedené příklady vzniku vertikálně integrovaného celku vzbuzují obavy, jakým způsobem mohou ovlivňovat hospodářskou soutěž. S ohledem na vznik významného celku co do velikosti, integrace následných fází či celkové nezávislosti, mohou být vertikálně integrované společnosti blíže zkoumány regulačními orgány. Příklad, kdy společnost investuje zdroje do produkčních a jiných aktiv a organicky roste, spíše pomáhá expanzi odvětví a nevzbuzuje v principu tak výrazné obavy z možného narušení hospodářské soutěže jako fúze a akvizice. To však nemusí být pravda za každých okolností a je nutné vyhodnocovat každou situaci individuálně s ohledem na specifické charakteristiky trhu.

1.2. PŘÍČINY VZNIKU VERTIKÁLNÍ INTEGRACE

Za hlavní důvody vertikální integrace jsou považovány následující principy:

- technologické úspory;
- transakční úspory;
- nedokonalosti trhu.

Technologické úspory

Technologické úspory souvisí se snižováním nákladů spojených s technologií výroby. Pokud stanovíme předpoklad, že firmy vyrábí tentýž produkt na různé navazující úrovni výrobního procesu, budou moci v případě integrace do jednoho celku lépe využít technologická zařízení, která mají k dispozici. Tím budou moci dosáhnout vyšší kvality svého výrobku a flexibilněji pracovat s cenovou politikou. Tento princip se nejčastěji prokazuje na příkladu hutního průmyslu či strojírenské výroby, kde se minimalizují náklady na transport, dochází ke snižování spotřeby energií v rámci výroby a další.

Protože tento přístup není jedinou centrální myšlenkou vertikální integrace, jsou hledány i další důvody.

Transakční úspory

Transakční úspory jsou považovány za nejčastější důvod vertikálního propojování společností. Jedná se o hledání úspor v nákladech na užívání trhu a samotného procesu směny statků na trhu. Při jejich definici můžeme nalézt analogii s výše uvedenými technologickými úsporami.

Jedním z vedoucích obhajovatelů teorií transakčních nákladů je O. E. Williamson. Ve svých pracích *Markets and Hierarchies* (1975)³ a *The Economic Institutions of Capitalism* (1985)⁴ zavádí pojmy specifčnosti aktiv a jejich uplatnění ve výrobě oběma stranami dodavatelsko-odběratelského vztahu. Může se jednat o investice do specifického fyzického či lidského kapitálu, investice do značky a další, jež jsou přínosné pro obchodní vztah mezi subjekty. Tyto investice dávají za vznik oboustrannému monopolu mezi dodavatelem a odběratelem, kdy jsou zisky ze směny produktů investicemi dále obohaceny z důvodu jejich specifické úpravy pro danou transakci. Specifčnost aktiva nám ukazuje jeho míru jedinečnosti a neopakovatelnosti, jež se odrazí v charakteru smluvního vztahu a především ve výši transakčních nákladů.

Může existovat situace, při níž vznikne rozdíl mezi produktem v daném využití a v druhém nejlepším využití tohoto produktu. Pokud jedna ze stran bude jednat oportunisticky a tento rozdíl mezi nejlepšími užitími bude chtít od obchodního partnera extrahovat, budou veškerá jednání dále navyšovat transakční náklady. Jestliže výše uvedené není smluvně ošetřeno a může tak dojít k oportunistickému jednání jednoho z partnerů, považuje Williamson vertikální integraci jako možné a efektivnější řešení takové situace. Vždy je však nutné zvažovat přínosy a negativa. V literatuře je často upozorňováno především na hierarchickou strukturu společnosti a možné byrokratické náklady spojené s vertikální integrací.

³ WILLIAMSON, Oliver E. *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*. 1st ed. New York: The Free Press, 1975, xvii, 286 s. ISBN 0029347807.

⁴ WILLIAMSON, Oliver E. *The economic institution of Capitalism*, 1985. New York:Free Press, 1985. Dostupné z WWW: <<http://nkuie.org/wp-content/uploads/2013/03/资本主义经济制度威廉姆森英文.pdf>>

Specifičnost aktiv

Specifičnost aktiv Williamson charakterizoval jako investice do aktiv, které jsou určeny pro určitý úkol a nelze je zapojit při jiné aktivitě. Často je specifičnost aktiv definována i jako rozsah investic, jež jsou učiněny na podporu určité transakce, a tím aktiva získávají vyšší hodnotu, než kdyby byly uplatněna při odlišné činnosti (konkrétně McGuinness, 1994)⁵. Specifičnost aktiva určuje dále rozsah, s jakým je jedna strana (dvě či více) vázána v obchodním vztahu. Specifičnost aktiv pro transakce mezi dodavatelem a odběratelem může mít mnoho podob. Níže uvádím základní typy specifických aktiv definované Williamsonem (1983)⁶:

- *Specifičnost polohy/místa*: Některá aktiva není možné přemístit nebo existují značné náklady na jejich přemístění. Jedná se především o přírodní zdroje a bohatství. Pro obě strany je příhodné přistoupit na oboustrannou dohodu o spolupráci po dobu životnosti aktiva. V případě, že se následné fáze navíc nachází v blízké vzdálenosti, je převažující odpovědí na tento stav vlastnictví obou těchto fází.
- *Specifičnost základních charakteristik hmotných aktiv*: V tomto případě aktivum nutné pro výrobu je mobilní, ale vyznačuje se speciálními fyzickými charakteristikami pro jedno konkrétní využití.
- *Specializace lidských zdrojů*: Specifičnost aktiva podporuje i specializace lidského kapitálu, která je nejčastěji získána postupně v praxi a interakcí v rámci obchodního vztahu. Pokud se specializace lidského kapitálu bude dále prohlubovat, reakcí na ni může být opět vlastnictví následných fází.
- *Účelová investice*: Aktiva využitá při výrobě mohou být speciálně upravena s ohledem na konkrétního zákazníka. Investice do takového aktiva může být poměrně riziková, proto je často před jejím učiněním rozšířena smluvní dokumentace pro zmírnění případných negativních následků. Společné vlastnictví obou fází v tomto případě uvažováno není.

⁵ MCGUINNESS, T. Markets and Managerial Hierarchies. In G. Thompson, et al. (Eds.), Markets, Hierarchies and Networks. 1994:66–81.

⁶ WILLIAMSON, Oliver E. Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange. *American Economic Review* [online]. 1983, 73(4): 519-540. ISSN 00028282.

Williamson předpokládal, že specifická aktiv je jednostranná (prodávající je ten, který specifická aktiva vlastní). Pozdější studie naznačují, že specifická aktiv může být dvoustranná (Joskow, 1988)⁷ a někdy dokonce i vícestranná. Na Williamsona a jeho třídu navazují další autoři, kteří jeho 4 kategorie rozšiřují například o specifická aktiv v čase (konkrétně Malone, 1987)⁸.

Transakční náklady a tržní selhání

Ve svých pracích například Coase, a to především v článku *Povaha firmy* (1937)⁹, upozorňuje na důvod vzniku firmy jako instituce v případech, kdy na trhu vznikají nejrůznější nedokonalosti v důsledku vysokých transakčních nákladů. Ty způsobují tržní selhání. Je nutné, aby firma nahradila tržní prostředí všude tam, kde jsou náklady na provedení transakce vyšší při transakci provedené na trhu než při transakci pomocí administrativních kroků v rámci jedné firmy. Tuto definici můžeme považovat jako základ pro odůvodnění růstu či zmenšování firem. Pokud jsou ceny každé transakce učiněné v rámci firmy nižší než cena obdobné transakce provedené v tržním prostředí, bude docházet k dalšímu integrování společnosti. Jelikož snižování nákladů je jedním ze základních důvodů pro realizaci vertikální integrace, u tohoto bodu se zastavíme více. Oproti nákupu vstupů u externích dodavatelů může integrující skupina firem využít následujících výhod v oblasti nákladové politiky:

- centralizace vybraných činností do jednoho servisního subjektu;
- úspora obchodních a marketingových nákladů;
- úspora logistických a vybraných výrobních nákladů.

Nyní se podíváme na jednotlivé z nich.

Centralizace vybraných činností do jednoho servisního subjektu

Koncern může využít toho, že určité činnosti v rámci každé společnosti mají stejný základ – například marketing, personalistika, účetnictví, logistika, nákup apod. Může tak u společností integrovaného výrobního procesu tyto činnosti outsourcovat

⁷ JOSKOW, Paul L. Asset Specificity and the Structure of Vertical Relationships: Empirical Evidence. *Journal of Law, Economics* [online]. 1988, 4(1): 95-117. ISSN 87566222.

⁸ MALONE, Thomas W., Joanne YATES a Robert I. BENJAMIN. *Information technology and the corporation of the 1990s*. 1994, 61-83. ISBN 0195068068.

⁹ COASE Ronald H. The nature of the firm. *Economica, N.S* [online]. 1937. 4:386-405. Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/2626876?uid=3737856&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21104586410661>>

do specializované interní servisní společnosti a ušetřit tak další náklady. Tato oddělení již jednoduše nebudou budována v každé společnosti, ale budou vybudována jen jednou, centrálně pro všechny společnosti v koncernu dohromady.

Úspora obchodních a marketingových nákladů

Pokud společnost nakupuje vlastní výrobky v rámci koncernu, může u svého interního subdodavatele ušetřit takové náklady, jako jsou náklady na propagaci (není třeba produkt inzerovat, máme-li jednoho odběratele), obchodní oddělení apod. Do další části výrobního procesu tak může vstup přicházet očištěný o tyto náklady, což ve výsledku může koncernu přinést cenovou výhodu.

Úspora logistických a vybraných výrobních nákladů

Umožní-li to technologie používaná při výrobě, je možné navázat jednotlivé po sobě jdoucí technologické procesy výroby na sebe (jak logisticky, manažersky, tak geograficky) a uspořít tak značné prostředky. Například umístěním všech výrobních závodů v rámci výrobního procesu do jednoho výrobního areálu může ušetřit logistické náklady a některé technologické procesy vynechat. Dedouchová (2001) jako příklad uvádí válcování oceli, která je ohřátá již z výroby a v rámci dalšího technologického postupu dochází k jejímu válcování, aniž by bylo nutné ji schladit, přepravit do vzdálené výrobní haly a tam znovu zahřát a poté zahájit další část výrobního procesu.

Stav, do něhož bude společnost směřovat, se nazývá rovnovážná úroveň vertikální integrace. Tato úroveň představuje nejefektivnější organizaci společnosti a produkce za daných tržních podmínek. Společnost již nevykazuje potřebu nadále růst a integrovat další procesy, ani případně činnosti oddělovat. Tím tedy Coase charakterizuje optimální velikost společnosti.

Nedokonalosti na trhu

K vertikální integraci může docházet také vlivem nedokonalostí na trhu, mezi něž se řadí především nedokonalá konkurence na trhu. Existují však i další případy, jež dávají za vznik vertikálně integrované firmě, jako např. externality, nedokonalé informace, asymetrie informací atd. Literatura dále uvádí jako důvody vzniku vertikální integrace snahu o uzavření trhu, o zvětšení monopolní síly převzetím konkurenčního dodavatele či

vytlačení neintegrované konkurenční firmy z trhu, případně i cenovou diskriminaci (blíže Clarkson a Miller, 1982)¹⁰.

V případě společností, jež se snaží těžit z technologických a transakčních úspor nákladů, hrají nedokonalosti na trhu významnou roli a určují způsob a konečnou podobu vertikální integrace. Vertikální integrace postavená na zachycení technologických a transakčních úspor by měla všeobecně zvyšovat blahobyt. Proto se teorie zkoumající ekonomiku transakčních nákladů snaží především vysvětlit a předpovídat modely vertikální integrace. Jestliže k vertikální integraci dochází kvůli existenci nedokonalostí na trhu, může být následkem i snížení blahobytu (blíže Perry, 1989)¹¹. Centrem pozornosti se v tomto případě stává otázka, jak na situace reagovat a jakým způsobem nastavovat veřejné politiky, aby ke snižování blahobytu nedocházelo.

K příčinám vzniku vertikálně integrovaných celků by bylo vhodné na závěr uvést i přístup nedokonalých smluv, tzv. theory of incomplete contracts. Tuto teorii zpracovává například Perry (1989)¹² či Hart a Holmstrom (1986)¹³. Tento přístup navazuje na teorii transakčních nákladů při ujasňování důvodů vertikální integrace, kdy neschopnost sestavit úplnou smluvní dokumentaci vede následně k oportunistickému jednání jedné z protistran. Nedokonalá a neúplná smlouva nezachycuje veškeré stavy světa, které mohou po podepsání kontraktu nastat a otevírá tak možnost pro následná vyjednávání. Vertikální integrace může být odpovědí na takovou situaci, může snižovat náklady a zvyšovat efektivitu.

Abychom se nevěnovali pouze těm legitimním důvodům vzniku vertikální integrace, podíváme se nyní i na ty méně příznivé, případně takové, jež jsou na hranici zákona. Mezi ty můžeme například zařadit:

- snahu o daňovou optimalizaci (viz Smrčka, 2013)¹⁴;
- snahu o vyřazení dodavatelů konkurenčních firem;
- snahu o vyřazení odběratelů konkurenčních firem;

¹⁰ CLARKSON, Kenneth W a Roger LeRoy MILLER. *Industrial organization: theory, evidence, and public policy*. New York: McGraw-Hill, c1982, ix, 518 p. ISBN 007042036x.

¹¹ PERRY, Martin K. Vertical Integration: Determinants and Effects. *Handbook of industrial organization. Volume I* [online]. 1989, : 183-255.

¹² Viz tamtéž.

¹³ HART, Oliver a Bengt HOLMSTROM. The Theory of Contracts. *Advances in economic theory: Fifth World Congress* [online]. 1987, : 71-155.

¹⁴ SMRČKA, Luboš. Ovládnutí a převzetí firem. V Praze: C.H. Beck, 2013, s. 58-59. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-442-1.

- a další.

Snaha o daňovou optimalizaci

V případě, kdy integrující firma vykazuje dlouhodobě kladné výsledky (a je tudíž nucena platit daně ze zisku), může jednou z cest daňové optimalizace (v závislosti na legislativě země, v níž společnost působí) nákup ztrátových firem a rozpuštění kladného hospodářského výsledku do jejich ztrát. Díky tomu lze jednorázově a okamžitě uspořit finanční prostředky. Jak uvádí Smrčka (2013)¹⁵, pokud by toto měl být jediný důvod akvizice, je pravděpodobné, že bude celá transakce zpochybněna ze strany daňových (finančních) úřadů.

Snaha o vyřazení dodavatelů konkurenčních firem (zajištění strategických vstupů)

Je-li velká část konkurenčních firem v daném oboru závislá na dodávkách od určité společnosti, může být její zařazení do vertikální integrace jedné z nich velkým problémem pro ostatní soutěžitele. Zvláště pak, pokud integrující společnost nákup firmy provedla za účelem omezení produkce pouze pro vlastní potřebu. Tím znepřístupní určitý zdroj potřebný pro produkci ostatním soutěžitelům.

Při zpětné vertikální integraci se podnik snaží o zajištění zdrojů své produkce, často se jedná o klíčové suroviny produkce. Vstupování do dřívějších fází výrobního procesu je dále podpořeno i úsporou transakčních nákladů či nákladů technologických.

Jakmile dochází ke zpětné integraci dominanta do dřívější fáze výrobního procesu, na němž panuje konkurenční prostředí, ceny vstupů i výstupů mají tendenci narůstat. Výhoda plynoucí z úspory nákladů dominanty nutně nemusí kompenzovat negativní efekt nárůstu cen na blahobyt. Zda ke kompenzaci dojde či ne, závisí podle Riordana (1998)¹⁶ na předchozím stupni vertikální integrace před příchodem dominanty na trh a na několika indikátorech odvozených z podílů vstupů a výstupů. Z výše uvedeného případu je patrné, že zda převáží pozitivní efekty či spíše negativní, je založeno na mnoha tržních podmínkách (tržní struktura) a na stupni vertikální integrace.

¹⁵ SMRČKA, Luboš. Ovládnutí a převzetí firem. V Praze: C.H. Beck, 2013, s. 59. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-442-1.

¹⁶ RIORDAN, Michael H. Anticompetitive Vertical Integration by a Dominant Firm. *American Economic Review* [online]. 1998, **88**(5): 1232-1248. ISSN 00028282.

Snaha o vyřazení odběratelů konkurenčních firem (zajištění distribučních kanálů)

Zde platí obdobný model, jako v předchozím případě. Omezení konkurence však není na vstupu (tedy znepřístupněním potřebných zdrojů) ale na výstupu (znepřístupnění klíčového zákazníka). Pokud tedy byla společnost, jež kupovala produkt některého z konkurentů, zařazena do jeho vertikální diverzifikace s tím, že jediným dodavatelem je nyní jedna konkrétní firma (vlastník celého koncernu), může tato ztráta významného zákazníka ostatním soutěžitelům způsobit ekonomické problémy.

Dopřednou integraci nacházíme v mnoha odvětvích. Některé subjekty upřednostňují nezávislou distribuci svých produktů, jiné integrují prodejní síť. Vlastní prodejní síť se subjekt zbavuje závislosti na hlavních odběratelích. Pokud přístup k distribučním kanálům je nezbytný pro distribuci produkce ke konečným zákazníkům a tyto distribuční kanály jsou kontrolovány konkurencí, vznikají zde značné překážky pro vstup na takový trh. Stejně tak uvedení nového výrobku na trh může být rychlejší a efektivnější skrze vlastní distribuční kanál. Integrovaný subjekt může také vytlačit substitut konkurence odepřením přístupu na trh a jeho odstraněním ze své nabídky.

Jak dopředná integrace napovídá, výhody takové vertikální integrace mohou být vykoupeny vysokými počátečními náklady. Pro vytvoření rozsáhlé distribuční sítě, je subjekt nucen vynaložit vysoké investice, jež může později postrádat. Pokud podnik nemá volné zdroje, které by zapojil do vývoje či vylepšování výroby, mohou jeho produkty zastarávat a být nahrazeny flexibilněji fungujícími podniky a jejich inovativními řešeními. Z důvodu zajištění si určité pozice a výhod oproti konkurenci ve výrobním řetězci je vertikální integrace v centru pozornosti regulačních orgánů.

1.3. VÝHODY A NEVÝHODY VERTIKÁLNÍ INTEGRACE

Každá firma musí, před učiněním finálního rozhodnutí zda vertikálně integrovat či ne, zvážit veškeré výhody a nevýhody, které daný krok mohou ovlivnit. Pokud při analýze převáží výhody z integrace, lze očekávat, že k integraci dojde. Jednotlivé výhody a nevýhody plynoucí z vytvoření vertikálně integrované společnosti se poměrně významně liší pro jednotlivá odvětví. Je tomu tak zejména z důvodu rozmanitosti vazeb a způsobů, jakými výroba v rámci odvětví probíhá. Můžeme shrnout několik základních charakteristik, jež vystihují důvody pro a proti vytvoření vertikálně integrovaného celku.

Mezi nejčastěji popisované výhody integrace řadí Dedouchová (2001)¹⁷ následující:

- snižování výrobních nákladů;
- snižování nákladů na oběh;
- zlepšení řízení kvality;
- lepší ochrana patentovaných technologií.

Jednotlivé výhody nyní probereme detailněji. Výhody spojené s úsporou nákladů byly již rozebrány v samostatné kapitole. Dle mého názoru jde však o klíčové vlastnosti vertikální integrace, proto je zde uvedu znovu i v rámci soupisu výhod a nevýhod integrace. Další autoři (např. Blois, 1972) řadí mezi další výhody i možnost okamžité kontroly produkční a distribuční politiky, zajištění materiálu a služeb, možnost vývoje, výzkumu a inovací či rozšíření hranic cenové politiky.

Snižování výrobních nákladů

Umožní-li to technologie používaná při výrobě, je možné navázat jednotlivé po sobě jdoucí technologické procesy výroby na sebe (jak logisticky a manažersky, tak geograficky) a uspořít tak značné prostředky. Například umístěním všech výrobních závodů v rámci výrobního procesu do jednoho výrobního areálu může ušetřit logistické náklady a umožní některé technologické procesy vynechat. Dedouchová (2001) jako příklad uvádí válcování oceli, která je ohřátá již z výroby a v rámci dalšího technologického postupu dochází k jejímu válcování, aniž by bylo nutné ji schladit, přepravit do vzdálené výrobní haly a tam znovu zahřát a poté zahájit další část výrobního procesu.

Snižování nákladů na oběh

Pokud společnost nakupuje vlastní výrobky v rámci koncernu, může u svého interního subdodavatele ušetřit takové náklady, jako jsou náklady na propagaci (není třeba produkt inzertovat, máme-li jednoho odběratele), obchodní oddělení apod. Do další části výrobního procesu tak může vstup přicházet očištěný o tyto náklady, což ve výsledku může koncernu přinést cenovou výhodu.

¹⁷ DEDOUCHOVÁ, Marcela. Strategie podniku. Praha: C. H. Beck, 2001, s. 79-80. ISBN 80-7179-603-4.

Zlepšení řízení kvality

Tím, že má společnost pod kontrolou velkou část nebo celý výrobní proces, je schopná dosáhnout požadované úrovně kvality ve všech řízených článcích procesu. Tím, že nakládá se svým majetkem, se svou společností, má do ní neustálý přístup a může tak na místě a ihned ovlivňovat technologické postupy a další parametry ovlivňující kvality jednotlivých vstupů.

Lepší ochrana patentovaných technologií

Integrovaním dodavatele v rámci zpětné integraci, který drží unikátní technologie poskytující konkurenční výhodu, může být tato konkurenční výhoda přenesena také na integrující společnost, jež se nově přeneseně stává vlastníkem této unikátní technologie a může tak zabránit tomu, aby se tato unikátní technologie prodávala i jejím konkurentům.

Je nutné vždy zvážit veškeré benefity dané situace a specifické podmínky, které na daném trhu či trzích panují, a porovnávat je se všemi nevýhodami, jež mohou i následně vyvstávat. Mezi nevýhody jsou nejčastěji zařazovány následující, viz Dedouchová (2001)¹⁸:

- nákladové nevýhody;
- nevýhody plynoucí z rychle se měnících technologií;
- nevýhody vyplývající z nejisté poptávky.

Nyní si jednotlivé z nich opět rozebereme podrobněji. Nicméně dále dodávám, že Blois (1972)¹⁹ rozšiřuje skupinu nevýhod i o expanzi manažerského systému řízení, jistou neflexibilitu operací, nedostatečné konkurenční tlaky na snižování cen meziproductů či možné disproportionality na různých úrovních řetězce v souvislosti s kapacitními omezeními.

Nákladové nevýhody

Byť jedním z účelů vertikální integrace bývá úspora nákladů díky tomu, že subdodavatelem je dodávající firma v rámci zpětné integrace, za určitých okolností může na trhu dojít k přesnému opaku. Pak je vertikální integrace pro firmu spíše přítěží, protože by vlastní vstupy mohla od třetích subjektů nakoupit levněji.

¹⁸ DEDOUCHOVÁ, Marcela. Strategie podniku. Praha: C. H. Beck, 2001, s. 79-80. ISBN 80-7179-603-4.

¹⁹ BLOIS, K. J. Vertical Quasi-Integration. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1972, 20(3): 253-272. ISSN 00221821.

Nevýhody plynoucí z rychle se měnících technologií

Dochází-li v daném oboru k rychlým technologickým změnám a k rychlému morálnímu zastarávání současných verzí produktů, může být pro společnost vertikální integrace nevýhodná. Hlavním důvodem je fakt, že externí dodavatel, který dodává více společnostem (a má více konkurentů), bude mít větší snahu udržet výrobu nákladově efektivní, aby zachoval konkurenceschopné ceny, ale přitom bude držet krok s technologickým vývojem, aby se jeho produkty nestaly zastaralými. Interní společnost v rámci vertikální integrace, která má pouze jediného zákazníka, o něhož v podstatě nemůže přijít, nemusí pociťovat tak silný tlak na nákladově efektivní výrobu produktů, které jsou na špici technologického vývoje.

Nevýhody vyplývající z nejisté poptávky

V oborech čelících nestabilní nebo těžko předvídatelné poptávce může být vertikální integrace velkou nevýhodou. Je-li poptávka dlouhodobě stabilní, dovoluje tento stav lépe koordinovat výrobní toky mezi různými operacemi v rámci celého integrovaného řetězce a vyvážit výrobní kapacity. V opačném případě se v rámci integrovaných firem může stát koordinace a vyvážení výrobních kapacit problémem, který zvyšuje administrativní náklady a způsobuje nákladovou neefektivitu.

Při rozhodování o převzetích, akvizicích a dalších směrech integrace je nutné, aby firma zvážila nejen finanční výhody a nevýhody, ale i případné důsledky s nefinanční povahou. Firma však nerozhoduje pouze o výhodách či nevýhodách další integrace, ale měla by neustále zvažovat, zda současná míra vertikální integrace je pro ni přijatelná a efektivní. Z vývoje na některých trzích lze usuzovat, že existují situace, kdy stupeň vertikální integrace je příliš vysoký a bude docházet k odštěpování některých činností. Na to začal upozorňovat například Stigler (1951)²⁰ v publikaci *The Division of Labor Is Limited by the Extent of the Market* nebo Robinson (1958)²¹ ve své publikaci *The Structure of Competitive Industry*.

²⁰ STIGLER, G. J. The division of labor is limited by the extent of the market. *Journal of Political Economy* [online]. 1951, **59**: 185-193. ISSN 00223808.

²¹ ROBINSON, E. A. *The Structure of Competitive Industry*. London: Nisbet, 1958. ix, 179 s. Cambridge economic handbooks; 7.

1.4. DESINTEGRACE

Dostupná literatura často odkazuje na příliš vysokou míru integrace a její snižování a utváření alternativních vztahů mezi společnostmi v odběratelsko-dodavatelských vztazích (viz Robinson, 1958)²². Z důvodu rapidního rozvoje a technologického pokroku v některých odvětvích nabízí teoretikové hypotézu týkající se preference smluvních vztahů mezi společnostmi jako alternativy k vertikální integraci.

Rychle inovující odvětví se nemohou chovat tak, jak teorie předpokládá a jak uvádí předešlé podkapitoly. Konvenční teorie organizace říká, jestliže by strany ve výrobním řetězci musely investovat do specifického vybavení pro transakci (jak uvádí teorie neúplných smluv), riziko oportunistu by firmy nutilo k přechodu od uzavírání smluv k vertikální integraci. Tlak směrem k vertikální integraci bude zvláště silný v rychle se rozvíjejících odvětvích, kde časté technologické změny vytváří nejistotu v dodavatelských vztazích. Budoucí stavy těchto vztahů nelze s jakoukoliv pravděpodobností předvídat. V přítomnosti nejistoty současná teorie smluv nenabízí žádné obecné řešení problému, jak zajistit efektivní úroveň investic do aktiv specifických pro transakci ex-ante a jak po vyřešení nejistoty ex-post zachovat efektivní fungování vztahu.

Výrobci si však začínají uvědomovat, že nemohou sami udržet špičkovou technologii v každé oblasti potřebnou pro zaručení úspěchu jejich produktu, jak uvádí Gilson, Sabel a Scott (2009)²³. V souladu s tím se společnosti stále častěji rozhodují získávat komponenty od externích partnerů, než aby si je jako dříve vyráběly vlastními kapacitami. Proto místo vertikální integrace, můžeme pozorovat vertikální dezintegraci ve velkém počtu průmyslových odvětví. V takovém procesu se firma vertikálně rozpadá a firmy nahrazují interní procesy dalšími formami smluvních vztahů s externími partnery.

Na některých trzích a pro některé produkty, u nichž narůstá technologická složitost výroby a rychlost změn, je často pro jedinou firmu obtížné udržet nejmodernější kapacity na všech fázích výrobního procesu. Odezvou může být spolupráce nad inovacemi napříč organizacemi v dodavatelsko-odběratelském řetězci. Tento pokračující proces vertikálního rozkladu podnítl rozvoj sítě explicitních smluv mezi spolupracujícími firmami. Strategie

²² ROBINSON, E. A. *The Structure of Competitive Industry*. London: Nisbet, 1958. ix, 179 s. Cambridge economic handbooks; 7

²³ GILSON R, Sabel C, Scott R. Contracting for Innovation: Vertical Disintegration and Interfirm Collaboration. *Columbia Law Review* [serial online]. April 2009;109(3):431-502.

vertikálního rozkladu může být použita k obnovení konkurenčních výhod specializovaných dodavatelů a ti mohou lépe reagovat na potřeby trhu.

Zpočátku byly trhy malé a firmy začaly integrovat výrobu jednotlivých vstupů. Jak trhy rostly a firmy dosáhly určité velikosti, začal opět jejich postupný rozpad a odštěpování entit v dřívějších fázích výrobního procesu, čímž se snažily těžit ze specializace a úspor z rozsahu. Tak se staly nově odštěpené entity dodavateli pro následné fáze výrobního procesu, jak uvádí Stigler (1951)²⁴. Zde však chybí vysvětlení, z jakého důvodu specializovaná divize integrovaného podniku nemůže využívat úspor z rozsahu a dodávat navazujícímu odvětví stejným způsobem jako nezávislá firma. Jinými slovy, proč je vertikální dezintegrace potřeba?

Proč mohou úspory z rozsahu vést k vertikální desintegraci, uvádí Yongmin (2005)²⁵. Klíčem může být úvaha nad vlivem horizontální konkurence. I když divize firmy v prvotních fázích výrobního procesu může dosáhnout na stejné úspory z rozsahu jako nezávislá firma, nemusí však mít schopnost prodávat neintegrované společnosti v následné fázi. S již dosaženými úsporami z rozsahu v prvotních fázích produkce se může integrovaný podnik snažit dále snížit náklady právě na tuto divizi, a to prodejem svých produktů do následných fází výrobního procesu konkurenčním subjektům na tomto následném trhu. Společné vlastnictví divizí ve fázi dodavatelské i odběratelské může znamenat fakt, že se integrovaná firma nemůže důvěryhodně zavázat, že neudělí cenovou výhodu své interní následné fázi výrobního procesu v budoucnosti při konkurenční soutěži na tomto následném trhu. Potenciální konkurenti se tak mohou rozhodnout, zda budou nakupovat od integrovaného podniku, pokud jeho cena nebude podstatně nižší než u neintegrovaného subjektu. To může motivovat integrovaný podnik, aby zvolil cestu vertikální desintegrace.

2. VERTIKÁLNÍ INTEGRACE A VLIV TRŽNÍHO PROSTŘEDÍ

Tato kapitole představuje ekonomická východiska, která charakterizují vertikálně integrované společnosti za předpokladu fungování společnosti s dominantním postavením

²⁴ STIGLER, G. J. The division of labor is limited by the extent of the market. *Journal of Political Economy* [online]. 1951, **59**: 185-193. ISSN 00223808.

²⁵ CHEN, Yongmin. Vertical Disintegration. *Journal of Economics* [online]. 2005, **14**(1): 209-229. ISSN 10586407.

na trhu. Přiblížení ekonomických modelů nám umožňuje lépe pochopit, jakým způsobem a s jakým cílem k vertikální integraci dochází. Díky tomu lze blíže analyzovat ekonomické podmínky zkoumané praktiky stlačování marží, tzv. margin nebo price squeeze, její příčiny a pozitivní či negativní důsledky při uplatnění.

Účinky vertikální integrace na spotřebitele a otázka všeobecného blahobytu jsou předmětem neustále probíhajících diskuzí ekonomů, politiků, dozorujících orgánů a právní obce. Jejich pozornost se obrací k řešení otázky a identifikaci, jaké pro- a protisoutěžní účinky vertikální integrace může mít²⁶. Zvyšování produktivity v důsledku realizace nákladových synergií bylo uváděno jako hlavní zdroj pro navyšování efektivity, zatímco na druhé straně například schopnost integrovat další subjekty s vidinou navyšování nákladů neintegrovaných soutěžitelů je považováno za faktor podporující nežádoucí chování, a to tzv. *uzavírání trhu*. Proto zůstává otevřena otázka, jak účinky vertikální integrace a důsledky přítomnosti vertikálně integrovaného subjektu závisí na struktuře trhu. Zejména může jít o otázky, zda vertikální integrace může poškodit spotřebitele, pokud je odvětví jinak značně konkurenční, zda mají být dozorní orgány ostražité v případech, kdy integrující subjekt může jednat na základě značné tržní síly apod.

Značná část ekonomů se zaměřuje na hodnocení samotného procesu vertikální integrace a jejího vlivu na zvyšování či snižování všeobecného blahobytu nebo jen blahobytu spotřebitele. Snaží se také utvářet modely pro kvantifikaci pro- a protisoutěžních efektů. Uvést vyčerpávající shrnutí účinků vertikální integrace v rozdílných tržních prostředích není možné a není ani cílem této práce. Dále v práci jsou především diskutovány případy nedokonalých tržních struktur, kde již vertikálně integrované subjekty působí a kde lze nejpravděpodobněji očekávat, že v důsledku přítomnosti vertikálně integrovaného subjektu se značným tržním postavením bude docházet k možnému omezování hospodářské soutěže na tomto trhu. V tomto okamžiku vstupuje do vysvětlování ekonomické teorie i právní disciplína, která utváří předpisy, jež mohou omezovat slučování subjektů jako takových a další integraci vůbec nepovolit. Nebo se případně jedná o předpisy kontrolující chování vertikálně integrovaných společností a zasahující do jejich řízení stanovováním pevných pravidel, jež musí tyto společnosti respektovat.

²⁶ Nejedná se pouze o sledování procesu, kdy subjekt vertikálně integruje do navazujícího odvětví. V centru pozornosti je i chování dříve vzniklé vertikálně integrovaného subjektu a jeho interakce s ostatními účastníky trhu.

2.1. MIKROEKONOMICKÝ ÚVOD

Budeme-li hledat teoretická východiska vertikální integrace pro zpracování tržního modelu nebo základních východisek, narazíme nejčastěji na neoklasické teorie, jež zkoumají převážně odlišnosti rozhodnutí učiněných vertikálně integrovanou společností a společností neintegrovanou. Soutěžní ekonomie a soutěžní právo je také nejčastěji spojováno s neoklasickou teorií, tzv. chicagskou školou, a jmény jako je Stigler, Posner nebo Demsetz. V moderních pojetích je však snaha neoklasické přístupy modernizovat a zrealizovat jejich předpoklady. K pochopení a vysvětlení vzniku vertikálně integrovaných společností se často neoklasické modely využívají, nicméně je však vhodné doplnit je o následující předpoklady.

Není možné uvažovat, v souladu s Coaseho teorémem, nulové transakční náklady. Ty mohou být naopak poměrně významné. Nelze taktéž předpokládat, že existuje dokonale informovaný člověk. Z tohoto důvodu se zavádí i koncept omezené racionality. Nelze znát všechny alternativy možného vývoje, proto svět považujeme za plný nejistoty. Existuje oportunitní chování či riziko morálního hazardu.

Jako podstatnou myšlenku zkoumání základních modelů musíme zvážit i specifčnost aktiv a nenulové bariéry vstupu na trh či expanze na trhu. Pokud bychom odstranili předpoklad nenulových bariér vstupu, vznikající distorze by byly potlačeny nově vstupujícími konkurenty a trh by byl zcela napraven. Za podstatné považují teoretikové i zohlednění institucionálního nastavení systému a právní normy, které ekonomické chování podniků značným způsobem ovlivňují (konkrétně Eggertsson (1990)²⁷). Proto si lze velmi snadno představit nutnost propojení právní teorie a ekonomické podstaty soutěžního práva, což by mělo být bráno v úvahu při tvorbě nových regulatorních norem, jejichž oddělené vytváření a následné působení by se mohlo negativně promítat do fungování trhů. Takovým přístupem se spíše přibližujeme institucionální ekonomii a jejímu důrazu na interdisciplinární přístup.

Neméně důležitými prvky analýzy vertikální integrace jsou síla a úplnost smluvních ujednání a to, jak dokáží sladit pobídky a kontrolovat chování firem (teorie nedokonalých smluv, viz kapitola 1.2. či Williamson 1975, 1985). Síla smluvního kontraktu se vztahuje ke schopnosti kontraktu zavázat obě strany smluvního vztahu k věrohodnému chování a vyloučit oportunistické jednání. Pokud smlouvy budou mít dostatečnou sílu řídit chování

²⁷ EGGERTSSON, Thrainn. *Economic behavior and institutions*. 1990, xv. ISBN 052134445X.

účastníků smluvního vztahu, prostor pro vylepšení efektivnosti pomocí vertikální integrace bude minimální.

V návaznosti na sílu kontraktů zpracovávají teoretikové schopnost a pobídky pro cenovou diskriminaci. Cenová diskriminace je neuskutečnitelná, pokud dodavatel nemůže účinně řídit nakupovaná množství pomocí stanovování cen a zabránit arbitrážím. V nepřítomnosti cenové diskriminace účtují dodavatelé jednotnou cenu svým odběratelům v následných fázích výrobního procesu. Využitím cenové diskriminace může dodavatel extrahovat monopolní zisk z podřazeného trhu (Hart a Tirole, 1990)²⁸.

Při analýze chování subjektů na trhu tedy zohledňujeme institucionální základ shrnutý výše. Dalším prvkem, který je vhodné do úvah zahrnout, je i dynamická složka soutěžního procesu či liberálnější pozice při nahlížení na tržní systém a při vytváření právní regulace týkající se hospodářské soutěže.

Dynamický vývoj

Celá řada otázek je navázána na tržní strukturu panující na zkoumaném trhu. Nelze po regulaci požadovat, aby usilovala o co nejvyšší počet soutěžitelů či počet administrativně stanovovala (nelze generalizovat a konstatovat, že malé podniky mají být chráněny a velké podniky jsou neefektivní, vzhledem k odlišnostem mezi odvětvími). Mnohem podstatnější často mohou být podmínky a překážky vstupu na trh či výstupu z trhu. Je nutné zkoumat a hodnotit, jaké konkurenční tlaky na trhu působí. Mimořádně důležitým elementem poté bude chápání času a dynamický vývoj odvětví.

Konkurenční tlak mohou vyvíjet stávající subjekty stejně jako subjekty, které mohou potenciálně v budoucnu na trh vstoupit. Obdobným způsobem se projevují i inovační tlaky, jak na daném trhu tak mimo něj. V čase se může proměňovat i struktura trhu, což dále poukazuje na důležitost chápat hospodářskou soutěž jako proces.

Pokud tedy mohou další subjekty vstupovat do odvětví, žádná tržní struktura nebude definitivní a neměla by se využívat jako hodnotící kritérium při soutěžně-právním rozhodování. Jak bude v následujících kapitolách představeno, současná legislativa, jak evropská tak česká, je vystavěna spíše na předpokladech statického přístupu.

²⁸ HART, O. a J. TIROLE. Vertical Integration and Market, *Brookings Papers On Economic Activity* [online]. 1990:205-276.

Regulace

V ekonomické literatuře je velmi často zmiňován autoregulační mechanismus, kdy přirozeným vývojem má trh směřovat do rovnovážného stavu. Tento mechanismus však při nesplnění veškerých předpokladů neoklasických modelů trh do optimálního stavu nenavrací. Proto se zcela na automatické mechanismy spoléhat nelze, pokud nedokáží úplně a dostatečně rychle optimální stav nastolit. Na druhé straně se však nelze zcela spoléhat ani na administrativní zákroky, kdy je regulatorní politikou stanoven optimální stav a pomocí definovaných zásahů se snaží regulátoři optimálního stavu docílit.

2.2. VLIV TRŽNÍHO PROSTŘEDÍ

Ekonomická analýza ukazuje, že konkurenční tlaky vertikální integrace závisí především na struktuře předřazeného a podřazeného trhu a rozdělení tržních sil v rámci celého odvětví. Tržní síla je schopnost zvyšovat ceny a dosahovat ekonomických zisků nebo vylučovat konkurenty díky podmínkám, jako je koncentrace odvětví, produktová diferenciacie nebo nákladové úspory. Významný dopad mají i bariéry vstupu do odvětví, které chrání ještě znatelněji ziskovost takových celků, jak uvádí Bain (1956)²⁹. Nejčastěji je vertikální integrace spojována s předpokladem nedokonalé konkurence panující na trhu. Proto jsou také nejčastěji zkoumány pobídky a důsledky monopolisticky se chovajících subjektů, jež zpětně či dopředně vertikálně integrují navazující činnosti a získávají tak četné prostředky pro specifické jednání s ostatními soutěžiteli na trhu.

Vertikální integrace a monopolní postavení

Problémy s monopolním postavením na trhu vznikají v případech, kdy jeden podnik nebo skupina sdružených podniků má nepřiměřenou sílu a moc při jednáních s dodavateli, odběrateli, konkurenty nebo zákazníky. Tato síla je používána nebo existuje vysoká pravděpodobnost, že využita bude, a to v neprospěch ostatních subjektů mimo monopolní uskupení. Monopolní koncept se tedy odráží do vztahů mezi monopolním subjektem a okolním prostředím.

Vertikální integrace, jako například diverzifikace nebo specializace, je termín, který definuje a popisuje vnitřní strukturu podniku, vyjadřuje druh a rozsah návaznosti procesů

²⁹ ANDREANO, R. L. a S. L. WARNER. Professor Bain and barriers to new competition. [Review]. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1958, 7: 66-76. ISSN 00221821.

v integrovaném podniku. Vertikální integrace nám však ale neříká nic o vztazích integrovaného podniku s okolním světem, o tržní síle ani možných zneužitích tržní síly.

Pokud však vezmeme v úvahu některé z příkladů jednání vertikálně integrovaných společností s významným tržním podílem, bylo zjištěno, že vzájemně spolu poměrně úzce souvisí a byly proto takové struktury v antimonopolních řízeních napadány a soudně postihovány (příklad Deutsche Telekom AG, 2003). Tyto případy vyvolaly velkou řadu diskuzí. Objevují se dokonce názory, které předpokládají téměř nezákonnost vertikální integrace jako takové, nebo názory, že se vertikální integrace pohybuje na hraně porušení zákona o hospodářské soutěži. Na druhé straně vertikální integraci nelze plně zahrnout jen do problematiky monopolu a zneužívání tržní síly, jelikož téměř každý subjekt působící v ekonomice je do určité míry vertikálně integrovaným subjektem. Cílem této práce je však ve větší míře objasnit motivaci pro integraci ze strany dominantních subjektů, proto bude kladen důraz především na jejich chování.

Pozornost regulatorních orgánů

Zájem regulátorů společně s velkým počtem teoretiků o vertikální struktury se zrcadlí právě ve strategických výhodách, které subjekty z integrace získávají. Podniky samozřejmě vítají snížení vlivu konkurence a snížení vlivu nových a potenciálních účastníků na trhu. Regulatorní autority považují tyto vlivy za kritické vůbec pro existenci plně konkurenčního odvětví, proto zde však nevyhnutelně existuje rozpor mezi strategickými zájmy účastníků trhu a motivy regulátorů.

Evropská komise explicitně nezakazuje veškeré typy vertikální integrace a nepovažuje je za principiálně škodlivé. Poukazuje na případy, kdy veřejnost může těžit z určité formy vertikální integrace, a to za předpokladu, že spotřebitel sdílí výhody z vertikální integrace a nedochází k žádné následné újmě. V tomto případě vertikální integrace může být povolena, v opačném případě však nikoliv.

Teorie poukazuje na fakt, že vertikálně integrované odvětví by mělo vykazovat vyšší zisk v porovnání s neintegrovaným, a nabízet nižší konečnou cenu pro spotřebitele. Důvodem je dvojitá distorze ceny, která by se projevila, pokud na každé fázi výrobního řetězce bude uplatněna marže určená rozdílem ceny a mezních nákladů. Vertikálně integrovaný podnik může také snížit transakční náklady, kdy interní dohody dokáže efektivněji řídit na rozdíl od těch externích. Na druhou stranu, dopředně po proudu vertikálně integrovaná společnost může využívat omezující smlouvy o dodávkách, které konkurenci brání.

Znepokojující pro regulátory tedy nemusí být vytvoření vertikálně integrovaného subjektu. Důležitou roli pro ně však budou hrát i další charakteristiky struktury trhu, na kterém působí, či charakteristiky navazujících trhů.

2.3. MONOPOLISTA NA TRHU

Nedokonalá konkurence v podobě monopolu na určitém trhu dává předpoklad vzniku několika důvodů, proč by se měly subjekty v monopolním postavení rozšiřovat do navazujících fází. Ty jsou následující:

- internalizace ztrát efektivnosti z chování nedokonale konkurenčního subjektu;
- schopnost extrahovat přebytky z konkurenčního prostředí způsobené nezbytností aktiva (to vykazuje nižší výrobní náklady než je mezní nabídka);
- schopnost cenově diskriminovat v rámci konkurenčního prostředí.

Monopol a variabilní proporce

Diskutován je především případ, kdy monopolista expanduje po proudu do následných fází. Na následném trhu panuje konkurenční prostředí a monopolistův produkt je v další fázi uplatňován ve variabilním poměru k ostatním vstupním produktům (konkrétně Vernon a Graham, 1971)³⁰. Když monopolista zvýší cenu svého meziprojektu, ostatní účastníci následného trhu se budou přiklánět k substitutům a snižovat spotřebu produktu monopolisty. Tím vznikají výrobní neefektivnosti na následném trhu. Pokud monopolista expanduje na následný trh, bude využívat svůj produkt do efektivní úrovně výroby, dokáže tak ztrátu efektivnosti na následném trhu překonvertovat do svého zisku. V případech, kdy monopolistův produkt je využíván ve fixním poměru s ostatními meziprojekty, monopolista následnou fázi neintegruje, protože konečná poptávka odpovídá výstupu dodávaného monopolistou.

Dále tento model rozšířil Schmalensee (1973)³¹, který uvažoval, že monopolista, jenž by prodával finální produkt za stejnou cenu, jako jsou průměrné náklady výrobců, které nekontroluje, za tuto průměrnou cenu nakonec dodávat nebude. Za určitých předpokladů může být monopolista motivován využít stlačení marže a nezávislým výrobcům dodávat svůj produkt za cenu, jež bude vyšší než cena, kterou uplatní ve vlastním výrobním

³⁰ VERNON, John M. a Daniel A. GRAHAM. Profitability of Monopolization by Vertical Integration. *Journal of Political Economy* [online]. 1971, 79(4): 924-925. ISSN 00223808.

³¹ SCHMALENSSEE, Richard. A Note on the Theory of Vertical Integration. *Journal of Political Economy* [online]. 1973, 81(2): 442-449. ISSN 00223808.

řetězci. Tím může vytvořit příznivé podmínky pro možnou akvizici své konkurence (musí však poměřit ztrátu zisku uplatněním stlačování marží s přínosy případné akvizice). Když tato strategie není výhodná, může monopolista rozšířit svou vlastní výrobu, odmítnout dodávky svým konkurentům nebo nabízet tak vysokou cenu, která znemožní ostatním na trhu dlouhodobě setrvat.

Ústředním tématem je otázka blahobytu. Většina autorů, kteří se zabývají motivy monopolisty integrovat po proudu do následných fází, zkoumá míru elasticity substituce, elasticity poptávky a nabídky a změny cen a jejich promítnutí se do všeobecného blahobytu (přebytek výrobce či spotřebitele). Například Riordan (1998)³² poté shrnuje závěry následujícím způsobem:

- neměli bychom předpokládat snížení cen, pokud se výrobci rozhodnou expandovat do následných fází;
- motiv integrovat po proudu je poměrně silný, monopolista zvyšuje zisk nastavením vyšší konečné ceny a dochází k internalizaci zisků ze zvýšení efektivnosti;
- ztráty blahobytu nejsou významné.

Blair a Kaserman (1983)³³ či Warren-Boulton (1974)³⁴ se zaměřili na další způsoby, jakými může monopolista snížit a internalizovat ztráty efektivnosti nastavením cenových politik (licenční poplatky, vázané obchody, paušální vstupní poplatky). Tito autoři proto považují teorii monopolu a variabilních proporcí jako základ spíše pro analýzu vertikálních kontrol než vertikální integrace.

Monopol a cenová diskriminace

Možnost oddělit účastníky podřazeného trhu se jeví jako silnější motivace v rámci dopředné integrace. Předpokládáme, že monopolista prodává svůj produkt dvěma různým skupinám na podřazeném trhu, jedné s elastickou odvozenou poptávkou a druhé s neelastickou odvozenou poptávkou. Pokud by monopolista integroval obě skupiny, přistoupil by ke snížení dodávek skupině s neelastickou odvozenou poptávkou a zvýšil dodávky skupině s elastickou odvozenou poptávkou.

³² RIORDAN, Michael H. Anticompetitive Vertical Integration by a Dominant Firm. *American Economic Review* [online]. 1998, **88**(5): 1232-1248. ISSN 00028282.

³³ BLAIR, Roger D a David L KASERMAN. *Law and economics of vertical integration and control*. New York: Academic Press, 1983, xi, 211 p. ISBN 0121034801.

³⁴ WARREN-BOULTON, Frederick R. Vertical Control with Variable Proportions. *Journal of Political Economy* [online]. 1974, **82**(4): 783-802. ISSN 00223808.

Nicméně monopolista může integrovat pouze jednu ze skupin, a to skupinu s pružnou odvozenou poptávkou, kdy dosáhne výsledku jako ve výše uvedeném případě. Uplatnění produktu monopolisty bude narůstat v integrované divizi s pružnou odvozenou poptávkou. Pro neintegrované subjekty bude monopolista zvyšovat ceny vstupu. Tím dojde ke stlačení marže neintegrovaných subjektů, dojde k nárůstu jejich nákladů souvisejících se vstupem. Silnější stlačení dále nastane, pokud integrovaný subjekt sníží konečnou cenu pro spotřebitele a neintegrované subjekty budou nuceny na tuto akci reagovat.

V roce 1975 McNicol³⁵ rozpracoval myšlenku částečné integrace jedné z navazujících fází s neelastickou poptávkou. Monopolista může totiž navýšit svůj zisk přidělováním svého produktu nezávislým subjektům. Monopolista nedokáže explicitně navýšit cenu vstupu, ale může navyšovat konečnou cenu výrobku v tomto odvětví (pokud bude přidělovat určité množství vstupu neintegrovaným subjektům). Částečná integrace na tomto trhu umožňuje monopolistovi realizovat vyšší zisky. Navýšení zisku divize následného trhu v tomto případě však musí kompenzovat a převyšovat snížení zisku z prodejů neintegrovaným subjektům podřazeného trhu, vzhledem k tomu, že cena se nezvýšila, ale pokleslo dodávané množství. McNicol toto definuje jako množstevní diskriminaci. Na rozdíl od cenové diskriminace, kde bylo cílem integrovat odvětví s elastickou poptávkou, bude monopolista integrovat odvětví s neelastickou poptávkou. Množstevní diskriminace ústí ve vytlačování nabídky („supply squeeze“) nezávislých subjektů. Jakmile však budou náklady na přepradu nízké, taková situace znemožňuje monopolistovi kontrolovat dodávané množství nezávislým subjektům. Nezávislé subjekty by pak mohly obstarávat dodávky na spotovém trhu a vytlačení konkurence nebude využitím této strategie možné.

Se zajímavou teorií přišel Katz (1987)³⁶, a totiž že cenovou diskriminaci může uplatňovat monopolista i v případě, kdy hrozí, že některý ze subjektů podřazeného trhu bude integrovat proti proudu. Katz zkoumal případ maloobchodního řetězce a dalších lokálních obchodníků, kteří odebírají produkty od monopolisty na předřazeném trhu. Řetězec má silnější motivaci integrovat zpětně s ohledem na významnější úspory z rozsahu. Pokud monopolista na předřazeném trhu může diskriminovat, nastaví vyšší ceny pro lokální prodejce než pro řetězec. Tím sníží pravděpodobnost zpětné integrace prodejního řetězce.

³⁵MCNICOL, David L. The Two Price Systems in the Copper Industry. *Bell Journal of Economics* [online]. 1975, 6(1): 50-73. ISSN 0361915X.

³⁶KATZ, Michael L. The Welfare Effects of Third-Degree Price Discrimination in Intermediate Good Markets. *American Economic Review* [online]. 1987, 77(1): 154-167. ISSN 00028282.

Hrozba zpětné integrace činí odvozenou poptávku řetězce nekonečně elastickou při určité ceně.

Monopson a zpětná integrace

Existuje i motivace monopolisty integrovat zpětně na konkurenční trh. Bereme-li v úvahu výrobce, kterému dodávají vstupy subjekty z konkurenčního prostředí za rostoucí nabídkové ceny. S ohledem na rostoucí nabídkové ceny, výdaje na každou další jednotku vstupu rostou a převyšují nabídkovou cenu. Monopolista proto uplatní menší množství daného vstupu, což vede ke snížení efektivnosti. Vertikální integrace pak dokáže tuto neefektivnost monopsonu odstranit.

Model rozšířil Perry (1989) na vertikální fúze monopsonu proti proudu, kdy dochází k minimalizaci nákladů na akvizice postupným fúzováním monopsonu se subjekty předřazeného trhu. Monopsonista rozšiřuje svou výrobu a dodávky v rámci svých divizí, tím snižuje nákupy od neintegrováných subjektů. Cena vstupů klesá, klesají zisky dodavatelů a monopsonista akvíruje nové subjekty za nižších kupních cen.

Bain (1956) předpokládal, že zpětná integrace vytváří kapitálové bariéry vstupu donucením potenciálních nových subjektů vstupovat na trh v několika navazujících fázích a dokáže tedy zachovat dominantní postavení monopsonisty. Salop a Scheffman (1983)³⁷ zase argumentují, že cílem monopolisty vertikálně integrovat proti proudu je možnost navyšovat náklady konkurenčním subjektům (tzv. strategie raising rival's costs). Extrémním případem je získání základních vstupů či zařízení, které by skutečně omezovaly a vylučovaly konkurenty, náklady obětované příležitosti z držby těchto nezbytných vstupů mohou být totiž nižší než riziko poklesu zisku z nové konkurence.

Jediný monopolní zisk

Chicagská škola uvádí, že monopol na trhu předcházejícím, jenž je chráněn trvalými bariérami vstupu, může dosahovat monopolního zisku i na trhu následném. Tento monopolista může pomocí kontraktů monopolní zisk z následného trhu extrahovat. V takovém případě není důvod pro vertikální integraci, protože neexistuje možnost získat jakýkoliv dodatečný zisk. Proto vertikální integrace předpokládá, že existují jiné důvody než využití monopolní síly a přelévání monopolu na následný trh. Není tedy důvod

³⁷ SALOP, Steven C. a David T. SCHEFFMAN. Cost-Raising Strategies. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1987, 36(1): 19-34. ISSN 00221821.

monopolizovat následný trh. Předpokladem teorie je monopolní síla koncentrována na trhu předřazeném.

Jakmile je podřazený trh koncentrovaný a dochází k individuálnímu vyjednávání o dodávkách, předpoklad jednostranné síly se zdá méně pravděpodobný a bilaterální vyjednávání může znemožnit extrakci zisku z podřazeného trhu. Vertikální integrace se promítá do oboustranného vyjednávání, a to tak, že vyšší náklady při zpoždění dohody oslabují vyjednávací pozici, což vede k méně příznivé dohodě pro méně trpělivou stranu.

Post-chicagské analýzy však ukazují, že nelze tuto teorii plošně aplikovat. Je příliš obecná a lze najít situace, kdy bude teorie jediného monopolního zisku zpochybněna. Dominantní subjekt se snaží ochránit své postavení na původním trhu, může se snažit bránit subjektům z následného trhu expandovat proti proudu a jakýmkoliv způsobem ohrozit jeho pozici. Monopolista se také může snažit zabránit jim, aby inovacemi našly alternativu klíčového jím dodávaného vstupu. Ovládnutí následného trhu může mít smysl i z hlediska kontroly a řízení množství produkce.

Obnova monopolního postavení

Literatura navazující na teorii jediného zisku uvádí, že monopolista není schopen extrahovat zisky z podřazeného trhu, jelikož není schopen uzavírat mnohostranné vymahatelné závazky. Pouze vertikální (i částečná) integrace mu umožní překonat tento nedostatek a „obnovit“ monopolní postavení. Podle teorie jediného monopolního zisku, monopolista z předřazeného trhu nastaví velkoobchodní cenu nad mezní náklady, aby mohl extrahovat monopolní zisk z následného trhu ve výši určité fixní částky.

V případě oboustranných dohod a jejich soukromého znění existuje šance, že některý z odběratelů získá výhodnější podmínky (nepřistoupí na úvodní nabídku monopolisty), o níž se později dozví ostatní účastníci trhu. Skepse účastníků podřazeného trhu nad tímto jednáním monopolisty vede k nižším velkoobchodním cenám a více konkurenční ceně na podřazeném trhu, což limituje monopolistu z předřazeného trhu zisk extrahovat (konkrétně Hart a Tirole 1990 nebo Rey a Tirole 2003)³⁸.

Částečná vertikální integrace s firmou z podřazeného trhu obnoví schopnost extrahovat monopolní zisk z podřazeného trhu. V takovou chvíli uzavření výhodnějších podmínek

³⁸ REY Patrick, Jean TIROLE. *A Primer on Foreclosure*, IDEI Working Papers 203, Institut d'Économie Industrielle (IDEI) 2003, Toulouse, revised Nov 2005.

s nějakým dalším subjektem není racionální a pro integrovanou firmu z podřazeného trhu se stává nákladným.

2.4. VERTIKÁLNĚ INTEGROVANÝ DOMINANT A DALŠÍ VYBRANÉ STRATEGIE

Obsáhlé zpracování vertikální integrace a jejího vlivu na tržní prostředí zpracovává i Riordan (1998)³⁹. Shrnuje zde literaturu, která se k dané problematice váže. Obdobně jako další ekonomové, Riordan poukazuje na to, že vertikální integraci lze považovat za reakci na podmínky, které by byly jinak označeny jako tržní selhání, a vertikální integrace tedy vylepšuje blahobyt. Obecný předpoklad, že vertikální integrace má pro-soutěžní účinky, obhajují mnohé studie, jež charakterizují pozitivní účinky vertikální integrace na efektivitu. Riordan zdůrazňuje i četné empirické studie o pozitivních vlivech vertikální integrace na různá odvětví. Post-chicagská literatura se snaží nalézt případy, kdy vertikální integrace má naopak nepříznivé účinky na blahobyt. V mnohých případech však nepříznivé důsledky prokázány nejsou, a v případech přirozených monopolů protisoutěžní účinky nezpůsobují významné škody.

Za mnoha okolností zisk maximalizující vertikálně integrované subjekty přijímají rozhodnutí, která jsou efektivní nikoli pouze z pohledu firmy jako takové, ale i z postavení spotřebitelů. Tyto názory podpořili například Lafontaine a Slade (2007, 2008)⁴⁰. Ti také poukazují na případy, kdy uvalení restrikce místními autoritami na vertikální integraci může přinášet konečný nepříznivý dopad na spotřebitele. Proto je považováno za vhodné, aby dozorní orgány reagovaly následně a prokazovaly, že k nepříznivému jednání opravdu došlo. Soutěžní zákony mnohé z těchto prohřešků definují a trestají, víceméně se jedná o ex post opatření.

Prakticky každý výrobní proces v ekonomice je do určitého stupně vertikálně integrovaný, neustále probíhají změny v míře integrace, a to změny typu jak je alokována kontrola nad jednotlivými meziprodukty a celým výrobním procesem. Tento dynamický proces je charakteristický pro efektivní a konkurenční trhy. Vertikální (des)integrace je považována za přispívání k navyšování všeobecného blahobytu, jednoduše proto, že vertikální

³⁹ RIORDAN, Michael H. Anticompetitive Vertical Integration by a Dominant Firm. *American Economic Review* [online]. 1998, **88**(5): 1232-1248. ISSN 00028282.

⁴⁰ LAFONTAINE, Francine a Margaret SLADE. Vertical Integration and Firm Boundaries: The Evidence. *Journal of Economic Literature* [online]. 2007, **45**(3): 629-685. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/jel.45.3.629>. ISSN 00220515.; LAFONTAINE, Francine a Margaret SLADE. *Handbook of Antitrust Economics*. 2008, 391-414. ISBN 9780262026277.

(des)integrace je v mnohých případech považována za reakci na tržní selhání a nerovnováhy na trzích a za výsledek konkurence mezi soutěžiteli o získání ekonomických výhod. Z tohoto důvodu se a priori nepředpokládá, že vertikální integrace redukuje blahobyty.

Pokud však propojíme vertikální integraci se značným až dominantním postavením na trhu, registrujeme diskuze, které shrnují obavy z omezení hospodářské soutěže a možného snižování blahobytu. Z pohledu regulátorů je největší pozornost upřena právě na vertikální integraci motivovanou posílením či upevněním tržní síly. Jedná se o vertikální integraci, jež ústí ve značnou tržní sílu či ji umožňuje plně využívat. Můžeme sledovat subjekt s významnou tržní silou, který bude mít v úmyslu dále integrovat, a na který budou uvaleny regulatorní opatření jako např. závazky poskytnutí přístupu a další cenové kontroly. Tato regulatorní omezení budou silně podporována konkurenty integrující společnosti. V mnohých případech však bylo dokázáno, že regulatorní opatření mohou zpomalovat posun k efektivnější produkci (viz výše Lafontaine a Slade) na trhu a vytvářet tak nepříznivé efekty regulace. Nepříznivé efekty pramení ze zásahů do organizačních struktur společnosti, kdy například při regulátory požadovaném odštěpení některých činností mohl celkový efekt pro konečné spotřebitele být negativní.

Výše uvedené problémy spojené s monopolním postavením a vertikálně integrovanou společností jsou dále rozšiřovány o cenové diskriminace. Při nich dochází k dalšímu růstu této společnosti a využití úzkého trhu s důsledky podobnými monopolu. V dobách rapidního růstu či poklesu a preferencí svých součástí roste vertikálně integrovaná společnost na úkor ostatních, rozšiřuje monopolního postavení z jedné fáze výrobního procesu do další a vytlačuje konkurenci. Uvedený výčet není zajisté vyčerpávající.

2.4.1. Konkurence na úzkém trhu

Růst relativní velikosti integrovaného podílu trhu může způsobit zúžení neintegrovaného podílu trhu. V pozdější fázích vývoje vertikální integrace se začínají objevovat problémy z omezení nabídky, která zůstává neintegrovaným subjektům k dispozici. Dokud je pouze zanedbatelná část trhu integrována, neintegrované subjekty mají stále přístup k alternativním zdrojům dodávek a mohou operovat na trhu téměř stejným způsobem jako ty na trzích neintegrovaných.

Účinky zužujícího se trhu začnou postupně pociťovat jednotlivé subjekty na trhu, nejprve však ty neintegrované s vyšším podílem. Vertikální integrace tedy může povzbudit ostatní

také k vertikální integraci. Neintegrované subjekty soupeří se sebou navzájem, aby si zajistily adekvátní zdroje a vstupy před tím, než se jich budou snažit zmocnit jejich rivalové. Jejich úsilí způsobuje neustálé zužování trhu, což začínají pociťovat stále menší a menší soupeři.

Na úzkých trzích mohou nastat následující případy, kdy postupně vymizí alternativní subjekty, kterým je možno dodávat, či alternativní nabídka zdrojů, od kterých je možno odebírat. Jakékoliv přerušení dodávek způsobuje vážné problémy z důvodu velké závislosti mezi zúčastněnými subjekty. Dále nedostatek alternativ ovlivňuje vyjednávací sílu s podobnými účinky jako monopol nebo monopson. Pokud obě strany trhu budou dosahovat obdobné integrace, nakupující ani prodávající nebudou schopni dosáhnout rozhodujícího postavení a může vzniknout struktura bilaterálního oligopolu nebo bilaterálního monopolu. Jestliže se jeden z navazujících trhů zužuje rychleji než ten druhý, subjekt s horšími zbývajících alternativami nemusí být schopen udržet si ceny či kvalitu.

2.4.2. Preferenční přístup k nabídce a trhům

Pokud je nabízený produkt vertikálně integrované společnosti vzácný a společnost dosahuje dobrých finančních výsledků a integrovaná následující fáze má zaručený dodávky tohoto produktu, neintegrované subjekty se mohou dostat do problému se zajištěním dodávek. S rostoucí poptávkou částečně integrovaná společnost, dodávající i mimo svou integrovanou část, může začít více spotřebovávat a na trhu vznikne nedostatek tohoto produktu. Neintegrované podniky mají stále větší nedostatek nezbytného produktu a mohou být značně oslabeny, vytlačeny či donuceny uzavřít výrobu.

Integrované subjekty, které vykazují přebytky v dřívějších fázích výrobního procesu, jsou motivovány integrovat své zákazníky z podřazeného trhu, jejichž nákup probíhá často v nouzi a tím se stává pro akvizitora levnější. Nezávislí dodavatelé jsou motivováni vertikálně integrovat směrem po proudu, protože jejich dodávky na podřazený trh by mohly být vytlačeny.

Ať již při ekonomickém růstu či kontrakci, vertikálně integrovaný subjekt bude preferovat dodávky v rámci svého řetězce výroby. Tím částečně přesouvá rizikovost svého podnikání na nezávislé subjekty, zvyšuje vlastní integraci a snižuje relativní důležitost neintegrovaných subjektů. Za předpokladu, že jsou trhy nasycené a zboží je těžké na trhu přesouvat, vertikálně integrovaná společnost nadále pokračuje ve výrobě, při níž používá své vlastní komponenty a výrobky z vlastní výroby sama distribuuje. Přerušením

dodatečných nákupů uskutečněných mimo vlastní společnost se proto může vertikálně integrovaný subjekt vyhnout redukcí vlastních činností v menším objemu, než dojde k redukcí v jeho tržbách. Vertikální společnosti přenáší část dopadu recese na ostatní neintegrované soutěžitele.

Neintegrované subjekty dodávající vertikálnímu konkurentovi musí hledat alternativní odběratele. Těm, kterým se podaří nalézt alternativní odběratele, budou s vysokou pravděpodobností však dodávat za významně jiných a horších podmínek (ceny mohou klesat). Za těchto podmínek budou neintegrování kupující vykazovat nižší náklady než vertikálně integrovaná společnost, ale postavení nezávislého dodavatele bude významně ohroženo.

2.5. VERTIKÁLNÍ OMEZENÍ

Na závěr kapitoly věnující se vertikální integraci považuji za nutné věnovat část textu i vertikálním omezením. Právě vertikální omezení, tzv. vertical restraints, tvoří jakýsi předstupeň vertikální integrace. Považuji za důležité vertikální omezení zpracovat blíže i ve své práci s ohledem na jejich dopad a jistou podobu základních aspektů s vertikální integrací. Vertikální omezení také podstatným způsobem zasahují do tržních vztahů a mají účinky na všeobecné fungování daného trhu.

V tuto chvíli se tedy dostáváme k definici vertikálních omezení, neboli jednostranných zneužití tržní síly, která mohou vést ke snižování ekonomického blahobytu. Vzhledem k jejich širokému a častému využívání je vhodné pochopit jejich účinky na konkurenty, hospodářskou soutěž, spotřebitele a ekonomiku jako celek. V definici se skrývá část vysvětlující vertikální propojení, a to případ ujednání mezi podniky působícími v různých fázích výrobního či distribučního řetězce. V definici nalézáme také část shrnující určitá omezení, především praktiky a podmínky, za kterých tyto firmy mohou koupit, prodat, nebo přeprodávat.

Jako příklad lze uvést výrobce, který definuje oblast pro každého svého distributora tak, že každý distributor obsluhuje exkluzivně danou oblast. Výrobce může smluvně ošetřit, že bude konkrétní distributor nabízet exkluzivně pouze jednu značku. Jak můžeme pozorovat, vertikální omezení jsou smluvní dohody mezi nezávislými podniky, na rozdíl od vertikálně integrovaného subjektu, kdy k dohodám dochází v rámci jediného podniku.

Podobným případem mohou být tzv. *vázané obchody*, a to například „product tying“, u nichž výrobce naváže více produktů do jednoho balíčku, přičemž produkty v balíčku nelze koupit odděleně. Volnějším konceptem je „product bundling“, kdy lze pořídit dané produkty v omezeném množství i separátně. Dalším vertikálním omezením je *řízení prodejní ceny*, tzv. „resale price maintenance“, u kterého výrobce udává pásmo prodejní ceny, jež musí prodejce dodržovat.

V minulosti byly téměř veškeré výše uvedené praktiky považovány soudy za škodlivé. Soudy argumentovaly, že cílem všech těchto vertikálních omezení je omezení konkurence a hospodářské soutěže. Současný právní pohled bere v úvahu i ekonomickou podstatu jednotlivého případu a posuzuje, zda taková praktika nevytváří efektivnější vazby, není pro spotřebitele přínosná a neumožňuje rychlejší inovace v oboru. K řešení těchto otázek slouží soutěžní právo. Aby bylo možné formulovat efektivní politiky, musíme být schopni identifikovat a omezovat praktiky, které by mohly udělat více škody než užitku. Je důležité, aby politici a analytici věděli, jak vertikální omezení mohou poškodit spotřebitele a které naopak konkurenci mohou prospět. Cílem soutěžních zákonů je chránit prospěch spotřebitelů a podporovat hospodářskou soutěž. To znamená, že politici musí být schopni pochopit, jaké vertikální omezení svými okolnostmi spíše poškodí spotřebitele, než by přispívalo k rozvoji soutěže či navyšování blahobytu.

2.5.1. Evropská judikatura a vertikální omezení

Problematikou vertikálních omezení se zabývá i evropská judikatura. V rámci sdělení z 10. května „Pokyny k vertikálním omezením (SEK (2010) 411 v konečném znění)“⁴¹ Evropská unie definuje rámec, který by měl jednotlivým společnostem poskytnout oporu pro hodnocení slučitelnosti vertikálních dohod s pravidly hospodářské soutěže EU. Koncepce shrnující základní podmínky vertikálních omezení podnikům usnadňuje rozhodování o vytváření smluvních závazků, definuje jaké praktiky a za jakých podmínek jsou považovány za nekalé a škodlivé.

Evropská unie v článku 101 odst. 1 SFEU „zakazuje dohody, které by mohly mít dopad na obchod mezi zeměmi EU, a které zabraňují, omezují nebo deformují hospodářskou soutěž.“

⁴¹ Guidelines on vertical restraints [SEC (2010) 411 final] - Commission notice of 10 May 2010. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/legislationsummaries/competition/firms/cc0007cs.htm>>

Dohody, které vytvářejí dostatečné výhody převažující případné škodlivé účinky, jsou vyňaty z tohoto zákazu podle čl. 101 odst. 3 SFEU.”⁴²

I v evropské judikatuře se můžeme setkat se zdůrazňováním jedinečnosti každé situace. Je nutné individuálně posuzovat strukturu trhu a brát v potaz, zda při dané dohodě převládnu pozitivní či negativní účinky. Existuje ujednání (nařízení Komise EU č. 330/2010) o blokových výjimkách definující podmínky, za nichž zákaz vertikálních omezení stanovený v 1. odstavci článku 101 SFEU neplatí.

2.5.2. Účel a pravidla pokynů EU

Pokyny EU o vertikálních dohodách shrnují přístup k situacím, na které se nevztahují blokové výjimky. Výjimka se nevztahuje především na situace, kdy sledovaný subjekt zaujímá tržní podíl vyšší než 30 %. Pokyny také stanovují obecná pravidla a kritéria pro hodnocení nejčastějších vertikálních dohod.

Mezi negativní účinky vertikálních omezení jsou řazeny:

- zmírnění hospodářské soutěže a usnadnění praktik nekalé soutěže mezi zúčastněnými subjekty;
- uzavření trhu jiným soutěžitelům;
- chování způsobující překážky integrace trhu.

Při hodnocení vertikálních omezení je nutné brát v úvahu i možné pozitivní účinky. Mohou totiž podporovat necenovou soutěž a vylepšovat kvalitu produktů, pomáhat uvádět nové výrobky na trh atd.

3. VERTIKÁLNÍ INTEGRACE A HOSPODÁŘSKÁ SOUTĚŽ

Účinky vertikální integrace na hospodářskou soutěž a konkurenci v rámci odvětví zůstávají aktivním tématem ekonomických teorií, ale také aktuální výzvou pro veřejné regulační politiky a antimonopolní úřady. Jak bylo v předchozí kapitole uvedeno, vertikální integrace může mít klíčovou roli a vliv na chování subjektů na trhu, narušuje a ovlivňuje tržní vazby a může vyústit ve snižování blahobytu spotřebitelů (O'Donoghue a

⁴² Communication from the Commission - Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty [Official Journal No C 101 of 27.4.2004]. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/legislationsummaries/competition/firms/126114cs.htm>>

Padilla, 2006)⁴³. Ti taktéž odkazují na fakt, je-li na trhu udrženo soutěžní prostředí, budou aktivity subjektů na tomto trhu směřovat k rovnovážnému stavu a blahobyt spotřebitelů bude zachován. Vystává však otázka, kdy je potřeba regulatorně do chování subjektů na trhu zasahovat, jejich chování ovlivňovat a nespolehat se na tržní síly. Touto problematikou se zabývají soutěžní a antimonopolní zákony a předpisy. Ty jsou určeny k ochraně zájmů spotřebitelů a podpoře hospodářské soutěže.

Často je však nejasné, zda určité obchodní praktiky mají pozitivní či negativní dopady. Některé praktiky jeví se jako protisoutěžní mohou mít totiž pozitivní a přínosný efekt pro konečné spotřebitele. Příkladem takových praktik může být:

- kořistnický dumping;
- dohody o výzkumu a vývoji;

Kořistnický dumping

Kořistnický dumping (Holman, 2011)⁴⁴, při němž některé firmy s cílem poškodit konkurenci zvýšením svého tržního podílu díky prodeji produktů za ceny pod výrobními náklady. Z této situace může spotřebitel jednoznačně těžit, protože může v daném segmentu produktů nakupovat za oproti zbytku trhu výrazně nižší ceny.

Dohody o výzkumu a vývoji

Jak uvádí Kindl (2009)⁴⁵, byť mohou tyto dohody protěžovat spolupracující subjekty trhu oproti ostatním konkurentům, díky společné snaze o výzkum a vývoj je pozitivní přínos pro spotřebitele očividný. Ten tak může těžit z nových poznatků a technologií, které jsou díky této jinak protisoutěžní aktivitě nově k dispozici.

Abych nezmínila pouze kladné účinky na spotřebitele, při některých protisoutěžních praktikách jsou spotřebitelé zpravidla poškozenými. Jak píše Holman (2011)⁴⁶, jedná se například o kartelovou dohodu, tedy dohodu více subjektů na daném trhu o společném postupu na obsazeném trhu. Může jít například o dohodu o dodávkách omezeného

⁴³ O'DONOGHUE, Robert a Jorge A PADILLA. The law and economics of article 102 TFEU. 2nd ed. Oxford: Hart publishing, 2013, lxx, 1008 s. ISBN 9781849461399.

⁴⁴ HOLMAN, Robert. Ekonomie. V Praze: C.H. Beck, 2011, s. 204. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.

⁴⁵ KINDL, Jiří. Kartelové a distribuční dohody: teorie a praxe. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 39. Beckova edice právní instituty. ISBN 9788074001369.

⁴⁶ HOLMAN, Robert. Ekonomie. V Praze: C.H. Beck, 2011, s. 204. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.

množství produktů na trh (díky čemuž může přirozeně vzrůst cena produktu) nebo o podobném (shodném) nastavení cenových podmínek, které jsou pak zpravidla vyšší, než kdyby dohodnuli se soutěžitelé spolu místo vzájemné dohody nadále soutěžili.

Zpočátku v 50. a 60. letech bylo na vertikální integraci pohlíženo s podezřením a obavami z vytlačování konkurence, uzavírání trhů a přelévání monopolu z jednoho trhu na další. V 70. a 80. letech byla pozornost upoutána k slabým a nereálným předpokladům, z nichž se v minulosti vycházelo a objevovaly se první názory, že vertikální integrace může zvyšovat tržní efektivitu. V 80. letech teorie transakčních nákladů přináší alternativní zdůvodnění příčin vertikální integrace. V souvislosti s tím také upozorňuje a varuje, že strategie firem se značnou tržní silou není v souladu s všeobecným blahobytem společnosti a prospěchem spotřebitelů. V současné době se teorie snaží popsat a identifikovat okolnosti, při kterých se mění chování subjektů na trhu v neprospěch a újmu konkurence a konečných spotřebitelů. S ohledem na výše uvedené je téměř jasné, proč vertikální integrace vyvolává řadu otázek v souvislosti s odvětvovou regulací a soutěžní politikou jako takovou.

Na úvod kapitoly je zařazeno přiblížení pojmu hospodářské soutěže, které podporuje a navazuje na rozbor účinků vertikální integrace a dává ho do souvislostí s chováním, které se do fungování trhu a hospodářské soutěže na trhu promítá. Vertikální integraci práce spojuje především s dominancí na trhu, proto považují za nutné dále ještě krátce objasnit aspekty dominantního postavení a jeho možné zneužití, pokud je navíc propojeno i s vertikální integrací. Propojením vertikální integrace a dominance lze objasnit, jaké strategie a s jakými motivy se je vertikálně integrovaný dominant snaží uplatňovat. Tím nastavíme solidní základ pro rozbor strategie stlačování marží, jejíž nárůst v aplikaci můžeme v posledních desetiletích pozorovat a jejíž dopad na ostatní účastníky trhu je značný.

3.1. HOSPODÁŘSKÁ SOUTĚŽ

Hospodářská soutěž, často nazývána pouze jako konkurence, je určitá rivalita mezi subjekty na trhu zboží nebo služeb, kdy cílem těchto subjektů je dosažení určitých výhod před ostatními účastníky na trhu. Může se jednat například o zvyšování zisku, navyšování podílu na trhu či objemu prodeje. Subjekty budou tedy volit takové strategie, aby svých cílů dosáhly. Všeobecně se uznává, že z hospodářské soutěže budou nejvíce těžit koneční zákazníci. Konkurence na trhu nedovolí účastníkům stanovovat vysoké ceny produktů

z obavy, že by jejich podíly mohl převzít konkurenční účastník nastavením výhodnějších cenových podmínek. Určité praktiky využívané k dosažení výše uvedených cílů jsou však považovány za protisoutěžní, pokud nespravedlivě narušují volnou a efektivní hospodářskou soutěž na trhu. Tyto praktiky jsou navíc ve většině případů označovány jako nezákonné a příslušné dozorčí orgány mají takové pravomoci, kdy mohou tyto praktiky vyšetřovat, řešit a případně stanovovat tresty.

I Evropská unie považuje hospodářskou soutěž za klíčový prvek fungujícího tržního hospodářství, jenž stimuluje podniky na trzích, aby zvyšovaly kvalitu své produkce za konkurenceschopné ceny. Nastavením veřejných politik se snaží Evropská unie i národní právní systémy zamezit narušování hospodářské soutěže a zajistit tak stejné podmínky a pravidla pro všechny účastníky působící na trzích. Při zachování efektivní hospodářské soutěže na trzích budou zajištěny předpoklady zajištění podmínek pro dosahování nízkých cen, zvyšování kvality, rozšiřování nabídky, podpory inovací a udržení konkurenceschopnosti na celosvětových trzích.

Pravidla a právní předpisy týkající se hospodářské soutěže v rámci EU stanovují podnikům následující omezení, jak je uvedeno ve vysvětleních k politice hospodářské soutěže EU⁴⁷:

- nemožnost **uzavření dohody o stanovení cen** či dohody o rozdělení trhu (Smlouva o fungování Evropské unie SFEU, článek 101);
- nemožnost **zneužití dominantního postavení** na konkrétním trhu s cílem vytlačit ostatní menší a konkurenční subjekty (SFEU, článek 102);
- nemožnost **slučovat se**, pokud dané sloučení způsobí, že celý trhu bude pod kontrolou sloučených podniků nebo nebude schváleno Evropskou komisí (nařízení EU o spojování podniků).

Evropská judikatura mimo jiné ukládá podnikům dosahujícím určité velikosti, aby nezneužívaly svoji silnější vyjednávací pozici ke stanovení podmínek, jež by dodavatelům či odběratelům znemožňovaly vstupovat do vztahů s jeho konkurenty.

Výše uvedené principy, mající za cíl ochranu hospodářské soutěže, nám zcela jasně naznačují, které prohřešky se snaží EU minimalizovat a zabránit jejich možnému uplatnění na trzích. Na základě této metodiky nám ze značné části vyplývají i možné

⁴⁷ Politiky Evropské unie: Hospodářská soutěž. Dostupné z WWW:
<<http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/cs/competitioncs.pdf>>

scénáře, jak se vertikální integrace promítá do tržních struktur a zda, a případně jak, bude posuzována regulatorními autoritami. Většina obecných regulatorních principů je v práci vztažena k právu Evropské unie. Je tomu tak především z důvodu, že české právní texty jsou po vstupu do EU s právem komunitárním značně provázány a většina aspektů EU práva musí být do české legislativy promítnuta.

3.2. PODSTATA DOMINANTNÍHO POSTAVENÍ

Práce se zabývá problematikou subjektů s dominantním postavením na trhu a poměrně úzkým zaměřením na cenovou politiku, která se nazývá stlačování marží (tu je možné uplatnit pouze za předpokladu, že dominant působí na následných trzích). Jak je z úvodních vět patrné, tato problematika přesahuje do několika disciplín a je vhodné ji analyzovat opět jak z pohledu ekonomického tak právního. Považuji za vhodné proto zmínit některé zásady, kterými se právní úprava ochrany proti zneužití dominance vyznačuje.

V právních textech se pojem dominantního postavení ustálil a je interpretován jako postavení subjektu s takovou tržní silou, která mu umožňuje chovat se ve vztahu ke konkurentům, spotřebitelům či zákazníkům v určité míře nezávisle. Tím může docházet k narušování efektivní hospodářské soutěže a zároveň již nedochází k jejímu možnému zpětnému nastolení. Pokud budeme pročítat právní literaturu, dominantní postavení zpracovává §10 a §11 ZOHS nebo článek 102 SFEU, dříve 82 SES.

Dominance je vždy zkoumána na časově, geograficky a věcně vymezeném relevantním trhu. Pokud subjekt na relevantním trhu zaujímá dominantní postavení, tato skutečnost ještě nemá za následek zahájení právních akcí, pouze následné zneužití získané dominantní pozice vede k právním krokům. Při aplikaci právního rámce je nejprve zkoumáno, zda podnik dosáhl na daném relevantním trhu dominantního postavení a následně je přistoupeno k hodnocení, zda došlo i ke zneužívajícímu jednání.

Kvantifikace dominance je založena na analýze několika vstupních faktorů. Jedná se především o stávající rozložení síly na daném relevantním trhu (ukazatel tržního podílu), charakteristiky daného relevantního trhu, které se odráží v různé rychlosti a způsoblosti změn rozložení tržních sil a možnosti ostatních soutěžitelů, i potenciálních, na situaci na trhu reagovat.

Článek 102 SFEU se vztahuje na menší počet případů, než je tomu například u článku 101 SFEU. Ten se totiž vyjadřuje k zakázaným dohodám mezi soutěžiteli. Nicméně, v posledních desetiletích prostředí Evropské unie zaznamenalo nárůst případů, kdy bylo rozhodnuto o protisoutěžním jednání dominanta na trhu. Zneužití dominantního postavení bylo označeno za závažné provinění proti soutěžnímu jednání a z tohoto důvodu potrestáno značnými pokutami.

3.2.1. Soutěžní právo EU a koncept dominance

Soutěžní právo je v rámci evropské judikatury zpracováno velmi detailně a extenzivně. EU se snaží účinnou a efektivní soutěžní politikou povzbuzovat hospodářskou aktivitu a vytvářet příznivé podmínky pro inovace, technologický pokrok a udržení růstu a to v rámci fungování soutěže na celém trhu EU. Tento koncept vychází z předpokladu, že k požadovanému chování trhu nestačí odstranit překážky volného pohybu zboží, osob, služeb a kapitálu, ale je nutné zavést také ustanovení a opatření, aby bylo zamezeno obchodním ujednáním mezi subjekty, která by svou povahou narušovala rovnost podmínek pro všechny účastníky trhu. Podrobněji je toto téma zpracováno v publikaci Hospodářská soutěž vydané Evropskou komisí, jež je součástí edice Politiky Evropské unie⁴⁸.

Základy dnešní podoby soutěžní politiky spadají již do roku 1952 a jsou součástí Pařížské smlouvy o vytvoření Evropského společenství uhlí a oceli. Ucelená pravidla byla uvedena v platnost až v roce 1957 podpisem Římské smlouvy. Pro institucionalizaci soutěžní politiky byly svěřeny poměrně velké pravomoci Komisi, která disponuje silným mandátem pro zajištění a vymezení spolupráce se subjekty na národní úrovni a pro stanovení jednotlivých polí působnosti. Nad Komisí stojí jako další instance již jen Evropský soud nazývaný od roku 1989 Soud první instance (nazývaný též Tribunál, od uvedení Lisabonské smlouvy v platnost). Komise neustále úzce spolupracuje i s vnitrostátními orgány. Vzhledem k propojenosti národních systémů je taková spolupráce nezbytná.

Existuje několik základních principů, na nichž je soutěžní politika EU vystavěna. Cílem těchto principů zachycených ve veřejných politikách je vytvoření společného prostoru, vnitřního trhu EU, který se bude vyznačovat obdobnými podmínkami, jaké panují na trzích národních. Tyto principy jsou následující:

⁴⁸ Politiky Evropské unie: Hospodářská soutěž, Evropská komise. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/cs/competitioncs.pdf>>

- Nejsou povoleny jakékoliv dohody či praktiky mezi podniky, které by mohly ovlivnit obchod na vnitřním trhu a bránit nebo narušovat soutěž.
- Není povoleno zneužití dominantního postavení na vnitřním trhu, pokud to ovlivňuje obchod.
- EU vykonává preventivní dozor nad případnými fúzemi a akvizicemi s evropským dosahem, které mohou mít za následek dominanci na trhu.
- EU se zaměřuje i na kontrolu při liberalizaci odvětví, které byly do té doby ovládány státem garantovaným monopolem.
- EU vykonává dohled i nad poskytováním státní podpory od členských států.
- S ohledem na možný vliv mezinárodně fungujících subjektů se sídlem mimo EU na hospodářskou soutěž na vnitřním trhu, Evropská unie monitoruje i jejich činnost.

Jak z uvedených principů (a to konkrétně z prvního a druhého bodu) vyplývá, antimonopolní právo je téměř stěžejním a velmi důležitým prvkem soutěžního práva EU. Tím se EU snaží zabránit a kontrolovat vytváření trustů a monopolních struktur na trzích. Pro následující kapitoly, v souvislosti s vertikální integrací, blíže rozpracovanou cenovou praktikou stlačování marží a uplatněním těchto poznatků na telekomunikační trh, jsou pro nás důležité především uvedené principy spojené s dominantním postavením a liberalizací odvětví.

3.2.2. Zneužití dominantního postavení

V předešlých odstavcích byl popsán rámec dominantního postavení a jednotlivé podmínky rozložení sil na trhu. Nyní je nutné definovat pojem zneužití dominantního postavení, s ohledem na skutek dominantního postavení, které však samo o sobě nezakládá podstatu trestného činu. Zneužití není explicitně definováno ani ZOHS ani evropskou smlouvou. Na základě soudní formulace z případu Hoffmann-La Roche⁴⁹ lze za zneužití dominantního postavení považovat takové jednání, které využitím jiných metod než pro normální soutěž přípustných, brání v růstu úrovně soutěže nebo jejího zachování. Nicméně výše uvedená formulace ze soudního rozhodnutí je poněkud vágní a přesouvá problém k otázkám „co je normální soutěž“ a „co zahrnují jiné metody“.

Problematika zneužití je velice komplikovaná a strukturovaná. To znemožňuje jediným konceptem či formulací obsáhnout veškeré skutky, které by bylo možné pod pojem zneužití dominantního postavení zahrnout. Bohužel ani aplikační praxe neposkytuje jediné

⁴⁹ Hoffman-La Roche v Commission, [1979] ECR 461, rozsudek ve věci C-85/76

pravidlo, ze něhož lze při hodnocení jednotlivých skutkových podstat vycházet. Pro každý jednotlivý případ, ať již s nižší či vyšší pravděpodobností, téměř vždy existuje možnost, že bude shledána speciální okolnost, která bude obhajovat použití individuálního přístupu hodnocení daného skutku. To brání určení definice a použití jakékoliv jednotné metodiky.

Ochrana proti zneužívání dominantního postavení je jedním z pilířů práva hospodářské soutěže. Jedná se o skutek, který je jednostranný a závisí na činnosti pouze jediného subjektu (například naproti tomu kartelové dohody jsou zneužitím dvoustranným). Na rozdíl od ex-ante vyhodnocování zneužití dominantního postavení jako v případě kontroly spojování soutěžitelů, vyhodnocování zneužití dominance probíhá až ex-post.

Koncept zneužití je vhodné definovat s ohledem na relevantní trh a na dopad, s jakým se zde promítne. Protože charakteristické vlastnosti zneužívajícího subjektu se mohou pro jednotlivé způsoby zneužití lišit, je žádoucí oddělit praktiky zabraňovací (vylučovací) a praktiky vykořisťovatelské. Jednotlivé praktiky mohou být rozděleny i do skupin na horizontální a vertikální zneužití, či zda se jedná o cenová nebo necenová jednání.

Vykořisťovatelské praktiky

Mezi praktiky vykořisťovatelské se řadí následující praktiky:

- restrikce;
- excesivní ceny;
- nepřiměřené cenové podmínky.

Dochází při nich k jednání, kterým dominantní subjekt na úkor jiného subjektu profituje z nedostatečně fungujícího samoregulačního mechanismu soutěže. To znamená, že dominant využívá situaci v takové míře a takovým způsobem, že při fungujícím nestrnulém tržním mechanismu by jinak docházelo k nápravě tržní cestou. Takové chování využívající vykořisťovatelské praktiky je nepřiměřené a vyplývá z nepřiměřené síly subjektu na trhu.

Zabraňovací (protisoutěžní) praktiky

Dominantní subjekt využívá svou tržní sílu k ovlivňování soutěžních samoregulačních procesů a snaží se zmírnit či eliminovat jejich působení. U vykořisťovatelských praktik je zneužíváno nefunkčnosti soutěžního mechanismu, u praktik zabraňovacích dominantní subjekt zneužívá a ovlivňuje již samotný mechanismus a jeho předpoklady. Dominantní

podnik vytváří a posiluje bariéry volné soutěže, vytváří umělé překážky vstupu pro nové soutěžitele, či omezuje růst stávajících subjektů apod.

Jak můžeme předpokládat, u obou typů zneužití dochází k újmě spotřebitele. V případě vykořisťovatelských praktik je tato újma znatelnější, u praktik vylučovacích dochází k újmě nepřímo. Dominantní subjekt zabraňovacími praktikami omezuje soutěžní mechanismy, které považujeme za prospěšné, a omezením soutěžního mechanismu dochází k újmě spotřebitele.

Dominantní subjekt neuplatní protisoutěžní praktiku z důvodu poskytování ekonomicky efektivnějšího výstupu, nýbrž protože mu takové jednání jeho dominantní postavení umožňuje. Cenově výhodnější výstupy dominantní podnik zajisté poskytovat může, nicméně „poškození“ konkurentů nesmí být postaveno na pozici dominantního hráče.

Pokud se zaměříme na judikaturu, nalezneme nejčastěji princip „equally efficient operator“ (EEO), princip stejně efektivního soutěžitele. Soutěžní právo by se podle této zásady mělo zabývat pouze takovými skutky, které ohrožují stejně nebo více efektivní soutěžitele, neboť v opačném případě ochrany méně efektivních subjektů by byly zásahy regulátorů nesmyslné (dále v kapitole 4.5.1. je uveden i princip přiměřeně efektivního soutěžitele, REO).

Mezi zabraňovací praktiky lze zahrnout následující:

- odmítnutí dodávek či přístupu k podstatným zařízením;
- predátorské ceny;
- predátorské necenové chování;
- protisoutěžní rabaty;
- stlačování marží a další.

Další klasifikace řadí uvedenou strategii stlačování marží mezi praktiky cenové.

Cenové praktiky je nutné zkoumat velmi pečlivě. Je velice obtížné stanovit, ve kterých případech se jedná o zneužívající chování, a kdy o legitimní uplatňování konkurenčních strategií. Cena je velmi úzce spojena s nákladovou stránkou podniku, efektivitou nejen podniku ale i celého trhu. Většinou není možné vyvodit jednoznačná pravidla, kdy dané jednání zneužívající je a kdy není. Často se tedy hledá míra, kdy však bude velice obtížné stanovit, kde nastane ten určitý bod zlomu, od něhož se dané jednání identifikuje jako zneužívající.

3.2.3. Soutěžní právo EU a zneužití dominantního postavení

Zneužití dominantního postavení tvoří jeden z hlavních pilířů hospodářského soutěžního práva. Článek 102 SFEU neumožňuje společně s dominantním postavením omezovat hospodářskou soutěž. Jak je neustále zdůrazňováno, samo o sobě však dominantní postavení protisoutěžní není. Ve chvíli, kdy je však využito k vyřazení konkurence, může být na takové chování pohlíženo jako na jednání zneužívající toto dominantní postavení. Společně s dohodami narušujícími hospodářskou soutěž spadá kvalifikace dominantního postavení pod antimonopolní opatření.

Můžeme nalézt poměrně velké množství případů, kde byla tato judikatura aplikována v praxi. Zkoumání problematiky zneužití dominantního postavení se odlišuje od ostatních skutků a aplikací soutěžního práva. Je tomu tak především z důvodu, že se jedná o zkoumání činnosti pouze jediného subjektu a zkoumání ex-post, tedy zpětné.

Hlavním cílem regulace je zabránit dominantnímu subjektu, aby svou tržní sílu nepatřičně využíval a tím způsoboval konkurentům újmu, která ústí v konečnou újmu spotřebitelů. Subjekt, který je zde označován jako dominantní, má takovou tržní sílu, která mu právě umožňuje chovat se ve značné míře nezávisle na ostatních soutěžitelích na trhu. Tržní síla je často vymezena tržním podílem. Regulace má fungovat jako určitá náhražka tržního tlaku konkurentů pro případy, kdy tento tlak není přirozeně vytvářen. To, že podnik zaujímá dominantní postavení na trhu, nemusí nutně znamenat, že toto dominantní postavení zneužívá nebo zneužije. Avšak z důvodu vysoké pravděpodobnosti, se kterou může na základě minulé praxe ke zneužití dojít, lze vyvodit, že zájem regulátorů bude značný a na jednání dominantních subjektů se zaměří.

Liberalizace odvětví

Existují trhy, které byly historicky a v některých zemích i nadále v rukou veřejného sektoru spíše než soukromého a vyznačují se monopolní strukturou. Státy mohou svěřit některé specifické služby podniku, kterému poskytnou určitá práva a zadají povinnosti za určitou finanční náhradu. Často se jedná o veřejné služby spojené s dodávkami energií, vody a nebo dopravou.

Některé státy přistupují v posledních desetiletích k liberalizaci těchto odvětví. Problematické je především ponechání služeb k dispozici občanům i v případech, kdy služba není zisková, případně i zajištění, aby nedošlo k nespravedlivému zvýhodnění podniku, který na danou službu měl před liberalizací monopol. Komise se snaží

na všechny tyto případy dohlížet a přihlížet ke specifickým okolnostem působení takových subjektů. Existují však situace, kdy lze s monopolním postavením podniku souhlasit, nejčastěji v případech přirozených monopolů (provozování náročné infrastruktury) nebo pokud je monopolní struktura pro zajištění veřejných služeb nevyhnutelná.

4. STLAČOVÁNÍ MARŽÍ JAKO PŘÍPAD ZNEUŽÍTÍ DOMINANTNÍHO POSTAVENÍ

Jak bude dále znovu uvedeno, stlačování marží je vysoce specifickou praktikou, při které musí být splněno velké množství předpokladů, aby bylo možné takovou strategii vůbec aplikovat. Stlačování marží (margin squeeze) není tím pádem zcela obvyklou cenovou strategií. Vyplývá z poměrně specifických kritérií a jejich naplnění není možné za každé situace a tržní struktury. Dominantní soutěžitel tuto praktiku může aplikovat za velmi omezených okolností. K tomu, aby mohl být margin squeeze uplatněn, je nutnou podmínkou vertikální integrace soutěžitele na navazujících trzích. Někteří autoři (viz Šilhán, 2008) tuto strategii zařazují jako zvláštní případ cenového predátorství.

Stlačování marží je postaveno v podstatě na podobných základech jako teorie nastavení nabídkových predátorských cen. Ceny jsou nastaveny tak nízko, že by měly postupně vylučovat ostatní soutěžitele, upozadit je či alespoň citelným způsobem oslabit. Tímto chováním ostatním soutěžitelům dominant způsobuje ekonomické ztráty. V podstatě dochází při uplatnění predátorských cen k přerozdělování bohatství směrem od dominantního hráče ke spotřebitelům. Po dobu uplatňování těchto nízkých cen z jednání dominanta spotřebitelé nepochybně profitují.

Opět zde lze pozorovat velmi úzkou vazbu mezi ekonomickými důvody uplatnění strategie vertikálně integrovaného dominanta (strategií, jak ovlivňovat konkurenci, která se promítá do hospodářské soutěže na trhu) a snahou dozorujících orgánů hospodářskou soutěž na trhu kontrolovat. Snahou je, aby nedocházelo k jejímu omezování. Proto dozorující orgány klasifikují nekalé praktiky/strategie podniků a snaží se nacházet metody, které jejich uplatnění hodnotí a potvrzují.

4.1. DEFINICE POJMŮ

V rámci této kapitoly si definujeme několik základních s problematikou souvisejících pojmů. Půjde o následující:

- vertikální integrace;
- nezbytný vstup;
- návaznost trhů;
- liberalizace odvětví;
- dominantní postavení a jeho zneužívání vertikálně integrovanou společností;

Vertikální integrace

Existuje množství motivů vertikálního spojování podniků mající za cíl realizaci synergických efektů, získání podílu na trhu a další. Vertikálně integrovaným podnikem můžeme chápat podnik, v rámci kterého je vykonáváno více fází výrobního procesu, vzájemně na sebe navazujících, jak je popisováno v úvodní kapitole této práce. Pochopení důvodů a cílů v úvodních kapitolách práce, s nimiž podniky rozhodují o míře vertikální integrace, umožňuje lépe poznat, které tržní struktury budou náchylnější na vznik uskupení, jež mohou hospodářskou soutěž narušovat a nutit dozorující orgány zasahovat a dále jednat.

Typickým příkladem je telekomunikační trh. Předřazeným trhem je obvykle trh přístupu do telefonní sítě. Vlastník telefonní sítě je na tomto trhu dodavatelem, jeho odběrateli jsou poskytovatelé telekomunikačních služeb. Trh poskytování telekomunikačních služeb je trhem podřazeným, dodavatelé telekomunikačních služeb poskytují služby konečným zákazníkům (koneční odběratelé). Vlastník telefonní sítě operující i na trhu komunikačních služeb je vertikálně integrovaným subjektem.

Nezbytný vstup

Nezbytný vstup představuje takový vstup, který je pro danou činnost nepostradatelný a nelze danou činnost bez něj vykonávat. S touto definicí pracuje i ustanovení § 11 odst. F) ZOHS. Svoji práci zaměřuji na oblast telekomunikací. V tomto odvětví proto můžeme uvést příklad, kdy v minulosti nebylo možné poskytovat služby bez přístupu do pevné telefonní sítě. Telefonní infrastruktura byla v té době nezbytným vstupem.

Návaznost trhů

Vertikálně integrovaná společnost zároveň působí na více na sebe navazujících trzích. Je nutné zde připomenout terminologii předřazeného a podřazeného trhu, kdy dominantní vertikálně integrovaná společnost dodává svým odběratelům nezbytný vstup (předřazený trh) a zároveň s nimi soupeří na klientském trhu (podřazeném trhu), kde se tito odběratelé nezbytného vstupu z předřazeného trhu stávají konkurenty dominantního hráče na podřazeném trhu.

Liberalizace odvětví

Jedním z předpokladů pro stlačování marží je často liberalizace odvětví, které postupně přechází z formy státního monopolu k soutěžnímu prostředí (odvětví služeb jako je dodávka elektřiny, tepla, telekomunikačních služeb). Tento původně státní monopolista tedy vlastní určitou infrastrukturu, která je nezbytná pro danou činnost. Tuto infrastrukturu poskytuje na předřazeném trhu svým odběratelům, se kterými dále soutěží při poskytování služeb konečným zákazníkům.

Dominantní postavení a jeho zneužívání vertikálně integrovanou společností

Společnost s výše uvedenými charakteristikami mající na trhu dominantní postavení může využít několik způsobů a strategií, které se často řadí mezi nežádoucí a nekalé praktiky hospodářské soutěže. Společnost může zabránit činnosti konkurentů odmítnutím dodávat nezbytný vstup, uzavřením exkluzivní smlouvy či cenovými strategiemi, mezi které se řadí i tzv. margin squeeze. Tím, že společnost kontroluje nezbytný vstup a může určovat cenovou politiku, tzn. jak velkoobchodní cenu vstupu, tak zákaznické ceny poskytované služby, dokáže stlačovat marži svým odběratelům nezbytného vstupu na pro ně dlouhodobě neudržitelnou až téměř likvidační úroveň. Téměř všechny výše uvedené postupy mají za cíl přivést do ztráty konkurenční podniky na podřazeném trhu.

4.2. DEFINICE PRAKTIKY STLAČOVÁNÍ MARŽÍ

Aby bylo možné aplikovat postup stlačování marží, je podmínkou, aby dominantní vertikálně integrovaná společnost působila na dvou trzích zároveň. Na jednom trhu poskytuje svým odběratelům nezbytný vstup pro dané podnikání. Na druhém následném trhu s těmito svými odběrateli soutěží v dodávkách konečného produktu koncovým zákazníkům. Pokud dominantní firma sníží cenu na konečném zákaznickém trhu nebo zvýší cenu nezbytného vstupu pro své odběratele, případně obojí, může znemožnit svým

konkurentům dosahovat zisku. Stlačování marží je tedy protisoutěžní praktika, při které se dominant z předřazeného trhu snaží oslabovat hospodářskou soutěž na trhu podřazeném a to takovým jednáním, že podniky znevýhodňuje či z trhu zcela vytlačuje. K tomu využívá cílené stlačování marží až na takovou úroveň, která jim neumožňuje na tomto trhu dlouhodobě setrvat.

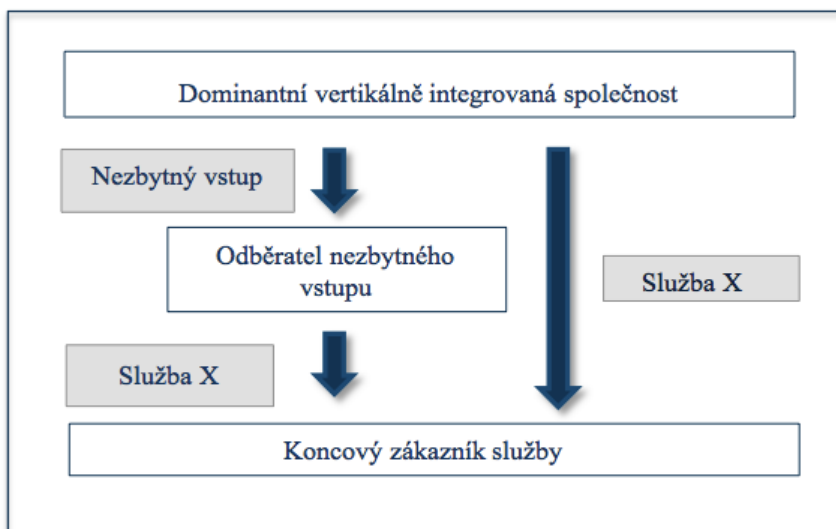
To, že má vertikálně integrovaný subjekt s dominantním postavením schopnost ovlivňovat výši marže, je dáno přímým vlivem na vstupní náklady a nepřímým vlivem na cenovou politiku finální produkce, a tím tedy na oba vstupní parametry určující výši marží v odvětví.

Vertikální integrace návazných procesů umožňuje dominantovi vytvářet zisk buď na předřazeném trhu, podřazeném trhu nebo ho mezi trhy „přesouvat“. Dominantní společnost tak může sice účtovat stejné ceny za nezbytný vstup své integrované jednotce i ostatním neintegrovaným soutěžitelům, což vede k tomu, že podřazená jednotka integrovaného subjektu platí stejnou cenu předřazené jednotce jako ostatní soutěžitelé. Nicméně cena je v tomto případě pouze účetním údajem a neposkytuje dostatečné objasnění, kdo skutečně nese náklady celé situace. Dominantní společnost tak sama nečelí výkonostním limitům při poskytování konečných zákaznických služeb, jako ostatní soutěžitelé, při aplikaci stlačování marží. Dominant totiž „dotuje“ ztrátové operace z operací ziskových, učiněných na předřazeném trhu (obdobu strategie navyšování nákladů odběratelů konkurujících na podřazeném trhu, tzv. „raising rivals‘ costs“).

Existují zde ale obavy, pokud konkurenti z podřazeného trhu jsou zákazníky dominanty z předřazeného trhu, že vertikálně integrovaný dominant by mohl ztratit stlačováním marže více než by získal v důsledku odchodu jeho zákazníků z podřazeného trhu. King a Maddock (2002)⁵⁰ totiž ukazují, že jakmile není podřazený trh dokonale konkurenční a produkt je homogenní, vertikálně integrovaný dominant má téměř vždy motiv pro navyšování velkoobchodních cen, protože zisk bude vykazovat obdobný růst. Čím více je ale konečný produkt diferencovaný, tím bude motiv pro stlačení marže slabší.

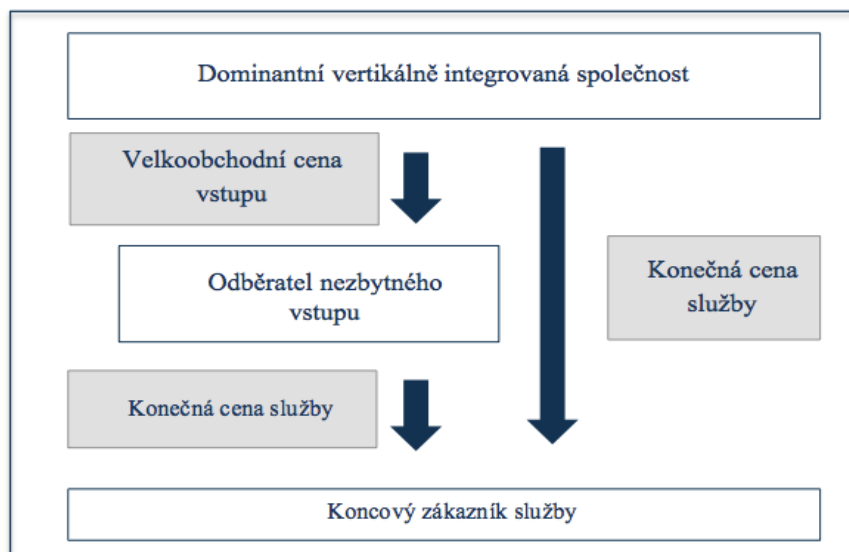
⁵⁰ KING Steven P., Rodney MADDOCK, Imputation Rules and a Vertical Price Squeeze. *Australian Business Law Review* [serial online]. 2002.

GRAF : 1 TRH PRODUKTU



Zdroj: Vlastní příprava

GRAF : 2 CENY V ODVĚTVÍ



Zdroj: vlastní příprava

Z načrtnutých diagramů vyplývá, že pokud dominantní firma zvýší velkoobchodní cenu nezbytného vstupu a sníží konečnou cenu služby, dokáže tak vyloučit své konkurenty. Tito konkurenti budou vykazovat ekonomicky neudržitelný rozdíl mezi cenou a náklady. Tím je významně omezen jejich výnosový potenciál či oslabena jejich konkurenční pozice.

Marže, kterou dosahují odběratelé nezbytného vstupu, se rovná rozdílu mezi konečnou cenou služby a velkoobchodní cenou nezbytného vstupu a v případě margin squeeze tato marže nedokáže pokrýt ostatní náklady velkoobchodníků.

$$\text{Marže} = \text{konečná cena služby} - \text{velkoobchodní cena nezbytného vstupu} \quad (1)$$

$$\text{Marže} < \text{Ostatní náklady účastníků na podřazeném trhu} \quad (2)$$

Základní podmínkou celé strategie stlačování marží je vertikální integrace a tedy účast dominantního subjektu na podřazeném trhu s ostatními soutěžiteli, kteří odebírají klíčový produkt od toho stejného dominantního subjektu působícího na trhu předřazeném. Odběratelé se tedy stávají zákazníky i konkurenty dominantního subjektu zároveň. Podstatou celé strategie je snaha oslabit či vyloučit konkurenční soutěžitele, omezit jejich produkci nebo přebrat jejich podíl na trhu, a to snižováním marží na úroveň, kdy konkurenční soutěžitelé nemohou za této situace dlouhodobě přežít. Klesá-li marže pod úroveň nákladů subjektů na podřazeném trhu, vyvstávají pochybnosti, zda se jedná o soutěžní chování, a vzbuzuje to významná podezření na straně regulátorů. Margin squeeze je motivován snahou dominantanta extrahovat co nejvyšší zisk z obou trhů.

Ovlivňováním ceny vstupů klíčových pro ostatní soutěžitele, ovlivňuje dominantní subjekt jejich prvotní náklady na základní vstup a následně nepřímo i ceny finálních produktů. Obě tyto veličiny jsou určující pro výši marží, ziskovost jednotlivých soutěžitelů a tím i celkovou atraktivitu odvětví.

Nyní můžeme shrnout, jaké podmínky jsou nezbytné, aby mohlo k margin squeeze dojít:

- Jedná se o vertikálně integrovaný subjekt.
- Produkt nabízený na předřazeném trhu musí být základním nepostradatelným vstupem na podřazeném trhu. Tento produkt nemá další okamžité substituty a nelze bez něj finální produkt poskytovat. Existence nezbytného vstupu vytváří určité bariéry vstupu na tento trh.
- Subjekt má dominantní postavení na předřazeném trhu, a tudíž soutěžitelé na podřazeném trhu nemohou produkt odebírat od jiného poskytovatele.
- Další podmínkou je, že dominantní subjekt z předřazeného trhu musí být i významným účastníkem na trhu podřazeném. Zda i na tomto trhu je nutná

dominance, se názory autorů liší⁵¹. Nicméně dominantní subjekt z předřazeného trhu musí mít výraznou tržní sílu i na podřazeném trhu, aby mohl svým chováním ovlivňovat struktury i zde.

Dominance na předřazeném trhu

V případě, že je spojena dominance s vertikální integrací, můžeme tyto skutečnosti považovat za rozhodující a spouštěcí parametry kontrolního systému, jež se stávají podnětem pro zájem regulatorních subjektů fungování trhu dále sledovat. Spojením vertikální integrace a dominance jsou naplněny nejvýznamnější předpoklady pro možnost aplikace stlačení marží až na soutěžně nežádoucí úroveň. Takový vertikálně integrovaný subjekt s postavením dominanty totiž může působit poměrně nezávisle na ostatních účastnících na trhu.

Vertikální subjekt disponuje v obvyklém případě dominantní pozicí na předřazeném trhu, která je dána dodávkami podstatného vstupu pro možnost poskytování služeb na podřazeném trhu. Tento podstatný vstup nemá v podstatě efektivní substituty, případně jsou tyto substituty a jejich využití méně efektivní a neexistuje ekonomicky opodstatnitelné nahrazení tohoto podstatného vstupu v krátkém časovém období. Jakmile by na předřazeném trhu dominantní subjekt podstatnou tržní silou nedisponoval, soutěžitelé z podřazeného trhu by se mohli jednoduše obrátit na konkurenční subjekt působící na předřazeném trhu.

Tržní síla a podřazený trh

Pokud vezmeme v úvahu kontrolu nad vstupními produkty dodávanými na podřazený trh, je vysoce pravděpodobné, že subjekt i na tomto trhu bude dosahovat značného až dominantního postavení. Pro případ cenového predátorství je nutné, aby i na podřazeném trhu zaujímala sledovaná společnost dominantní postavení. V případě stlačování marží s vysokou pravděpodobností stačí dominance na předřazeném trhu, jak uvádí Motta Stree

⁵¹ Srov. motivů dominanty uzavírat trh v O'Donoghue, R., Padilla, A. (2006) a Šilhán (2008).

(2003)⁵² či Crocioni a Veljanovski (2003)⁵³. S požadavkem na dominanci na obou trzích však přišli například Roth, Bellamy a Child (2001)⁵⁴.

Jak bylo již výše uvedeno, zda vertikálně integrovaná společnost musí být dominantním subjektem i na podřazeném trhu, není jednoznačně určeno a mezi ekonomy nepanuje jednota. Dominance na podřazeném trhu je často očekávána s ohledem na předpoklad některých ekonomů, že vertikální firma chce a má v úmyslu převzít podíl na trhu vyřazených konkurentů. Jakmile by firma nezaujímal alespoň podstatný podíl na podřazeném trhu, konkurenční subjekty by navýšení nákladů přenesly na konečné spotřebitele a z navýšení zákaznických cen by naopak profitovaly. To naznačuje, že vertikálně integrovaná společnost musí zákaznickou cenu určitým způsobem kontrolovat.

Překážky vstupu

Často je mezi podmínky zařazována nutnost překážek vstupu, a to jak na trhu předřazeném, tak i podřazeném. Na předřazeném trhu je překážkou samotný fakt, že například neexistují substituty k poskytovanému statku. Na podřazeném trhu můžeme tento fakt pozorovat ze situace, kdy již existence nepostradatelného statku jako vstupního produktu vytváří určitou bariéru vstupu.

U překážek vstupu teoretici zdůrazňují, že je vhodné upozornit i na důležitost překážek opětovného vstupu. Tyto překážky by měly zajistit, že vytlačená konkurence se na podřadný trh následně nevrátí, jakmile dojde ke zvýšení zákaznických cen. Což se děje zejména u predátorsky stlačených marží (vysvětlení predátorského stlačování marží viz 4.3), kde období ztrát je následně kompenzováno vysokými zákaznickými cenami uplatněnými po odchodu konkurence z trhu. Obdobné lze pozorovat i v případě vysokých velkoobchodních cen, jež vedou k vysokým zákaznickým cenám.

Asymetrie

Velká část vylučujících cenových praktik vyžaduje určitou míru asymetrie mezi konkurenty a dominantem. Vlivem těchto asymetrií může totiž vertikálně integrovaný dominant přesvědčit ostatní konkurenty, že setrvat na trhu bude z dlouhodobého hlediska

⁵² MOTTA, Massimo, Alexandre de STREEL. Exploitative and Exclusionary Excessive Prices in EU Law, C.D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds), European Competition Law annual 2003: What is an Abuse of Dominant Position, Hart. (2003)

⁵³ VELJANOVSKI, Cento a Pietro CROCIONI, Pietro, Price Squeezes, Foreclosure, and Competition Law: Principles and Guidelines (July 1, 2003). *Journal of Network Industries*, Vol. 4, 2003.

⁵⁴ ROTH, P, Christopher BELLAMY a Graham D CHILD. *European community law of competition*. 5th ed. London: Sweet, 2001, clxx, 1339. ISBN 04-215-6440-7.

ztrátové. Asymetrie může pramenit z rozdílného přístupu k finančním zdrojům, dostupným informacím, rozdílné pověsti či renomé a dalších.

4.3. FORMA STLAČOVÁNÍ MARŽÍ

Vertikálně integrovaný dominantní subjekt může využít 2 hlavní způsoby, jak stlačování marží dosáhnout, případně může využít kombinaci obou. Využití uvedeného vzorce výše v sekci 4.2 a jeho transformací můžeme definovat následující formy stlačování marží.

- 1) V prvním případě se jedná o *nákladové stlačení marží*. Dochází k manipulaci se vstupní cenou meziprojektu, tím vzrůstají náklady konkurentům. Dominantní subjekt nastaví velkoobchodní ceny primárního produktu na tak vysokou úroveň, jež zvyšuje celkové vstupní náklady na finální produkt případně až nad úroveň maloobchodní tržní ceny. Tato cenová manipulace má podobné účinky jako nesoutěžní praktiky odmítnutí dodávek a tak vertikálního uzavření trhu.

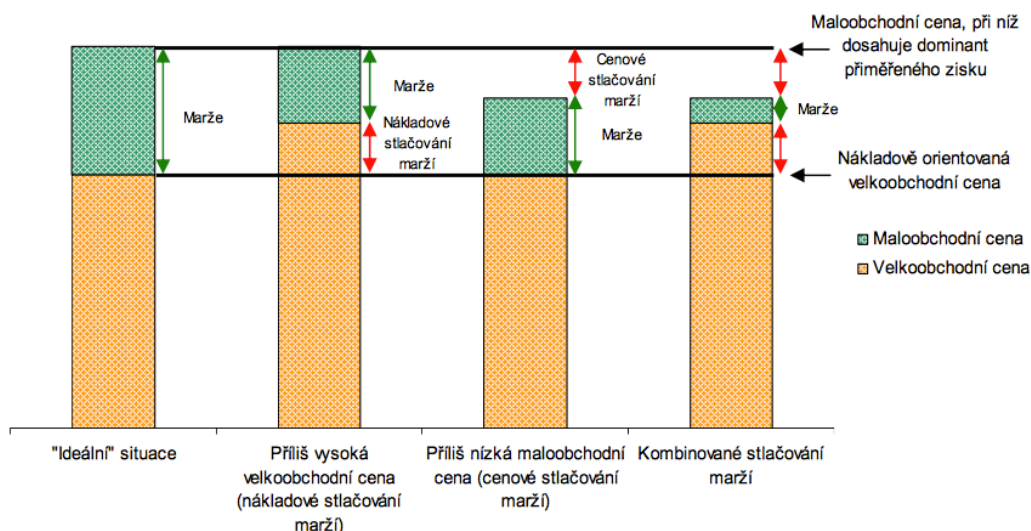
$$\begin{array}{l} \text{Konečná maloobchodní cena produktu} \\ - \\ \text{Ostatní náklady na podřazeném trhu} \end{array} < \begin{array}{l} \text{Velkoobchodní} \\ \text{cena nezbytného} \\ \text{vstupu} \end{array} \quad (3)$$

- 2) Dominantní subjekt může přistoupit ke snižování své prodejní ceny na úroveň blízkou výrobním nákladům takovou měrou, aby prodejní cena nedokázala pokrýt plnou úhradu nákladů s produktem spojených. Tuto praktiku označujeme jako *predátorské stlačování marží* (též cenové stlačení marží). Dominantní subjekt tak získává podstatnou část podřazeného trhu na úkor ostatních konkurentů.

$$\begin{array}{l} \text{Konečná maloobchodní cena} \\ \text{produktu} \end{array} < \begin{array}{l} \text{Náklady na podřazeném trhu} \\ + \\ \text{Velkoobchodní cena nezbytného vstupu} \end{array} \quad (4)$$

Využitím obou výše uvedených přístupů zároveň dochází k velmi vysokému vylučovacímu účinku a extrémně nízkým maržím v odvětví. Tím budou ostatní subjekty postupně vylučovány, jelikož dlouhodobé přežití jim na základě těchto nízkých marží není umožněno a dojde tak k oslabení soutěže na podřazeném trhu.

GRAF 3 FORMA STLAČOVÁNÍ MARŽE⁵⁵



Zdroj: <https://www.ctu.cz/cs/download/ostatni/cenovevyhodnocovanipostupctucjtu-437382011-611.pdf>

4.4. PROTISOUTĚŽNÍ MOTIVY PRO STLAČENÍ MARŽÍ

I když se může stlačení marží jevit jako jasná strategie vertikálně integrovaného dominanty, mohou existovat důvody, proč stlačení marží aplikováno být nemusí. Důležitým prvkem k zamyšlení je míra diferenciací konečného produktu. Čím více budou finální výrobky diferenciovány od ostatních, budou klesat motivy dominanty pro uplatnění stlačení marží. Výrobky ostatních účastníků podřazeného trhu nejsou tak významnou konkurenční hrozbou, jako v případě, že se jedná o téměř identické výrobky, a nebudou významně odčerpávat výnosy dominanty. Vertikálně integrovaný dominant nebude mít dostatečnou motivaci uzavřít trh diferencovanému produktu do té míry, že dominant nebude vyvíjet silný konkurenční tlak či nejrůznější konkurenční omezení na podřazeném trhu. Důvodem pro nestlačení marží může být i fakt, že dominant již nemá dostatečnou kapacitu na podřazeném trhu, aby mohl převzít podíl na trhu od konkurenčního subjektu a navýšit své tržby.

⁵⁵ Marže v sobě shrnuje nezbytné maloobchodní náklady, společně s přiměřeným ziskem. Maloobchodním trhem je myšlen trh podřazený, velkoobchodním trhem pak trh předřazený.

V návaznosti na myšlenkový proud Chicagské školy a kritiku jediného monopolního zisku (viz kapitola 2) v podobě prací post-chicagských teoretiků lze nalézt situace, kdy vertikální uzavření trhu či vertikální omezení jsou racionálními protisoutěžními strategiemi. Nové myšlenkové proudy ukazují a racionalizují stlačení marží jako uskutečnitelnou protisoutěžní strategii pro dosažení následujících cílů:

- **Udržení tržní síly na předřazeném trhu:**

Schopnost monopolisty na předřazeném trhu zachytit výhody ze svého postavení může být omezena a monopolista tak nebude moci dodat monopolem stanovené množství produkce.⁵⁶ Existují příspěvky teoretiků, které říkají, že vertikální omezení může být efektivním řešením, jak dosáhnout a zachytit úplný monopolní zisk.

- **Obranná strategie v dlouhém období pro vytvoření bariér vstupu na trh:**

V odvětvích se značným technologickým pokrokem se může dominant obávat, že dynamické inovativní subjekty podřazeného trhu se budou snažit vertikálně integrovat proti proudu a ohrozit tak jeho dosavadní dominantní postavení. Dominant bude motivován omezovat soutěžitele z podřazeného trhu, aby si udržel své postavení i pro dlouhé období.

- **Monopolizace nebo uvolnění konkurenčního prostředí na podřazeném trhu:**

Vertikálně integrovaný subjekt může také využít svou dominantní pozici na trhu extrahováním vyšší míry zisku z podřazeného trhu. Za některých okolností bude vertikálně integrovaná společnost odebírat část vstupů od svých konkurentů předřazeného trhu, i když je sama dokáže dodávat efektivně. Tím ve skutečnosti navyšuje vstupní náklady svých konkurentů na podřazeném trhu. I když vertikálně integrovaný subjekt realizuje náklady spojené s touto strategií, může přesouvat výsledek konkurenčního souboje na podřazeném trhu ve svůj prospěch.

- **Prosoutěžní motivy stlačení marží:**

Ačkoliv negativní marže vertikálně integrované dominantní společnosti (případně její konkurence) často na stlačení marže a nesoutěžní chování poukazují, vyvstávají důvody, proč tomu tak být nemusí. Není vůbec snadné rozlišit mezi

⁵⁶ Monopolista již dodal výstupy na podřazený trh za podmínek, které reflektují monopolní objem výstupu a monopolní cenu. Monopol je v pokušení dodat další výstup jinému odběrateli na podřazeném trhu, tím by však došlo ke snížení zisku všech společností podřazeného trhu. Tuto situaci mohou soutěžitelé na podřazeném trhu očekávat a nebudou akceptovat původní nabídku monopolisty na základě monopolního výstupu.

protisoutěžním chováním a trhem rostoucím, kde mohou být marže dočasně i pod náklady. Rozvíjející se trhy jsou definovány vysokým počtem vstupujících subjektů, stejně tak ale vysokým podílem subjektů, které trh opouští. Celkový počet subjektů na trhu tak po prudkém nárůstu také prudce klesá. Rozeznat, zda se jedná o chování slučitelné se stlačením marže nebo obvyklou fází, která se na rozvíjejících trzích objevuje, je extrémně náročné.

Strategie stlačení marží může mít věrohodné základy a navyšovat efektivitu, pokud její uplatnění umožňuje rozšíření a nárůst výstupu subjektu pro dosažení úspor z rozsahu (síťový efekt). Naopak situace, kdy vertikálně integrovaný subjekt může stanovit cenu, či kombinaci cen, která umožňuje vstup na trh stejně efektivním společnostem, může vést k nadměrnému a nežádoucímu vstupu dalších subjektů. Nadměrný přístup na trh může být zaznamenán např. na trzích, kde diferencované produkty vyžadují vysokou míru utopených nákladů.⁵⁷

4.5. REGULATORNÍ PŘÍSTUP V RÁMCI EU

V evropském ani českém právu není margin squeeze výslovně komentován. Nicméně v evropském právu existují dokumenty, které se zabývají trhem telekomunikací. Jedná se pouze o obecnou aplikaci výše uvedených předpokladů na určitý sektor. To nám může už poměrně jistě naznačovat, které odvětví bude vykazovat strukturu umožňující právě aplikaci praktiky stlačování marží. Zvýšený výskyt případů souvisí částečně s trendem postupné liberalizace odvětví, kdy jsou privatizovány dříve státní monopoly. Soutěžitelé na podřazených trzích jsou ve vysoké míře závislí (ne-li zcela) na odběrech produktů od dřívějšího monopolního dodavatele.

Oficiálně je stlačování marží poprvé diskutováno ve Sdělení Komise o použití pravidel hospodářské soutěže na dohody o přístupu v odvětví telekomunikací z roku 1998.

Stlačování cen:

117. Pokud má provozovatel dominantní postavení na trhu produktu nebo služeb, mohlo by stlačování cen představovat zneužití tohoto postavení. Stlačování cen je prokazatelné, pokud se ukáže, že vlastní navazující útvary dominantní společnosti by nemohly

⁵⁷ GABSZEWICZ, Jean J. a Jacques-Francois THISSE. On the Nature of Competition with Differentiated Products. *Economic Journal* [online]. 1986, **96**(381): 160-172. ISSN 00130133.

obchodovat se ziskem, pokud by jim předcházející útvary společnosti účtovaly stejné ceny jako konkurentům. [...]

118. Za určitých okolností je možné stlačování cen prokázat také tím, že marže mezi cenou účtovanou konkurentům na navazujícím trhu (včetně vlastních navazujících operací dominantní společnosti, pokud existují) za přístup a cenou, kterou provozovatel sítě účtuje na navazujícím trhu, nestačí k tomu, aby umožnila dostatečně výkonnému poskytovateli služeb na navazujícím trhu získat normální zisk (pokud nemůže dominantní společnost prokázat, že její navazující operace jsou mimořádně výkonné) [84].

119. Pokud by došlo k jedné z těchto situací, konkurenti na navazujícím trhu by čelili stlačování cen, které by je mohlo vytlačit z trhu.⁵⁸

Výše uvedená definice kategorizuje hlavní podmínky pro tvrzení, že ke stlačování marží došlo a tyto podmínky jsou:

- jedná se o vertikálně integrovaný subjekt;
- hlavní vstup předřazeného je klíčový pro subjekty působící na podřazeném trhu;
- ceny stanovené vertikálně integrovaným subjektem nejsou z dlouhodobého hlediska ekonomicky udržitelné;
- cenovou politiku vertikálně integrovaného subjektu nelze objektivně zdůvodnit.

Stlačování marží se řadí mezi formy zneužívání dominantního postavení, které je zakázané článkem 102 SFEU (dříve článek 82 SES). V rámci českého práva je toto téma zpracováno §11 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů (podrobněji vysvětleno viz kapitola 3.2.3).

Do roku 2000 bylo využití doktríny 82 SES pro kategorizaci stlačování marží zaznamenáno pouze výjimečně. Jedná se o předběžné opatření Tribunálu v případě National Carbonising⁵⁹ či rozhodnutí Komise v případě Napier Brown/British Sugar⁶⁰. V posledních letech však došlo k nárůstu aplikace doktríny, ze které stlačení marží vychází, na evropské úrovni například u Deutsche Telekom (2003 rozsudek Komise, 2007 rozsudek Tribunálu, 2010 rozsudek Soudního dvora)⁶¹, Industrie des Poudres

⁵⁸ Sdělení Komise o použití pravidel hospodářské soutěže na dohody o přístupu v odvětví komunikací

⁵⁹ OJ 1976 35/6; později případ před ESD jako 109/75, National Carbonising Company Limited v Commission of the European Communities. [1975] ECR 1193 (National Carbonising).

⁶⁰ OJ 1988 L 284/41 (British Sugar) Napier Brown/British Sugar

⁶¹ Rozhodnutí Komise 2003/707/EC Deutsche Telekom AG, OJ 2003 L 263/9; Deutsche Telekom AG v Commission, OJ 2003 C 264/29; Rozsudek Tribunálu T-271/03 Deutsche Telekom AG v. Commission [2008] ECR II-477. U Soudního dvora Deutsche Telekom AG v. Commission C-280/08 P.

Spheriques⁶², Telefónica⁶³ a dokonce i na národní úrovni v případě Telefónica Czech Republic a.s. vs. VOLNÝ a.s. či Telefónica Czech Republic a.s. vs. České Radiokomunikace a.s. Výše uvedené precedenty se týkají především liberalizovaných odvětví, služeb, konkurenti na podřazeném trhu jsou často úplně či částečně závislí na bývalém monopolistovi. Žaloby, jež jsou založeny na praktice stlačování marží, jsou v rukou Komise či konkurence významným nástrojem v soutěži s dominantním hráčem. I když se na mnoha trzích noví hráči prosazují, celá řada z nich poukazuje na fakt, že jejich další růst je praktikami dominantních subjektů omezován.

Legitimní důvody pro stanovení ceny

Podmínkou, o které v práci nebyla prozatím zmínka, je existence legitimních důvodů pro negativní marže a ztráty dominanta na podřazeném trhu, kdy stlačování marží nebude označeno jako protiprávní. Příkladem důvodů, které lze považovat za legitimní, můžou být například následující situace⁶⁴:

- dominant stanovil neudržitelné ceny, ale plánuje trh opustit nebo cenovou politiku v krátké době změnit;
- jedná se o marketingovou akci;
- na trhu panuje špatná situace, ale dominant předpokládá její zlepšení;
- dominant uvádí nový produkt, prodává se malé množství, které by mělo narůstat;
- dominant je nevýkonný, nicméně předpokládá, že se jeho efektivnost v krátkém obdobílepší;
- dochází k poklesu trhu a někteří účastníci trh pravděpodobně opustí;
- dominant vstoupil na trh v příliš velkém rozsahu.

V případě nových produktů a vznikajících trhů není prozatím ustálená aplikace, jak s nimi nakládat. Objektivní ospravedlnění cenových strategií zmiňuje okrajově i sektorová regulace týkající se telekomunikačního odvětví⁶⁵. Všeobecně je chápáno, že technologické a inovativní vlivy na současných trzích se odrazily v poněkud odlišném fungování trhů, než tomu bylo v minulosti a je nutné tradiční přístup aktualizovat a flexibilněji reagovat na specifika vývoje odvětví.

⁶² Případ T-5/97, Industrie des Poudres Sphériques SA v Commission [2000] ECR II-3755

⁶³ 4.7.2007 COMP/38.784 – Wanadoo España v Telefonica, rozhodnutí Komise. Proti rozhodnutí byla vydána dvě odvolání, jedno podání společnosti Telefonica, další vedeno jako Španělsko proti Komisi.

⁶⁴ O'DONOGHUE, Robert a Jorge A PADILLA. *The law and economics of article 102 TFEU*. 2nd ed. Oxford: Hart publishing, 2013, lxx, 1008 s. ISBN 9781849461399.

⁶⁵ Sdělení Komise o použití pravidel hospodářské soutěže na dohody o přístupu v odvětví telekomunikací, OJ 1998 C 265/2 čl. 128

Lze připustit, že v situacích, kdy se zbytková konkurence na trhu uchýlí k agresivní cenové soutěži, nelze požadovat po dominantovi, aby na tuto situaci nereagoval. Lze připustit právo dominanty hájit své zájmy a bránit svou pozici soutěží s ostatními podniky na relevantním trhu použitím přiměřených kroků. Obdobně mnoho podniků využívá krátkodobých propagačních akcí, které jsou považovány za běžnou obchodní strategii. V tomto případě, se bude posuzovat délka propagačních akcí, jejich četnost za určité období a celkový predátorský charakter nabídek.

Určitě lze nalézt i další objektivně ospravedlnitelné kroky, jako je likvidace skladových zásob, nalákání zákazníka na několik cenově výhodných produktů za účelem zvýšení prodeje návazných produktů. Kontroverzním je mnohdy označováno zvýšení efektivity spojené s růstem tržního podílu, kdy průměrné náklady klesají tak dlouho, dokud není dosaženo určitého minimálního množství zaručujícího efektivní úroveň nákladů. Lze připustit, že tímto je dosahováno značných úspor z rozsahu nebo narůstá síťový efekt (široké rozšíření je nezbytné pro zaručení úspěchu produktu napojením co největšího počtu zákazníků, typicky se jedná o telekomunikace a další informační technologie). Komise se k tržní expanzi pro dosažení efektivnosti staví rezervovaně, nicméně ji neodmítá, ale zdůrazňuje doložení dalších důkazů, které zvolenou obchodní strategii dokáží obhájit.

4.5.1. Testování efektivity konkurence

Při posuzování, zda došlo k nezákonnému stlačení marží, se využívají především dva testy, a to:

- test stejně efektivního soutěžitele (equally efficient operator, EEO),
- test přiměřeně efektivního soutěžitele (reasonably efficient operator, REO).

Prvně zmíněný test analyzuje náklady dominanty, kdežto test přiměřeně efektivního soutěžitele analyzuje náklady skutečných či hypotetických soutěžitelů. Přípustná je i kombinace obou testů.

Ať již dominant aplikuje jakoukoliv formu stlačení marže, identifikace protisoutěžního chování je značně náročná. Kritéria determinující zneužití dominantního postavení často nelze charakterizovat pomocí obecných měřítek a bude nutné je individuálně posuzovat. Vertikální integrace, nezbytnost vstupu a dominantní postavení na trhu jsou kritéria, jež nečiní problémy při hodnocení. Problémy nastávají u konkrétního případu a posuzování, zda nastavené ceny umožňují ekonomicky udržitelnou výši marže (z toho důvodu je dále

rozebrán mechanismus nákladových metod) a zda strategie a chování dominanty jsou opodstatněné.

Sestavení metodiky pro kvantifikaci úrovně cen je jednoznačně nejdůležitějším bodem analýzy, nicméně také tím nejnáročnějším. Uplatněním stlačení marží nedovoluje dominantní subjekt ostatním soutěžitelům, aby dosáhli dostatečného zisku. Dle Komise a Soudu by měl rozdíl mezi cenami dosahovat takové výše, aby soutěžitelé mohli obdržet rozumný zisk, a pak pokrýt zvláštní náklady jednotlivých podniků. Tím se dostáváme k otázce, jaké náklady a kterého podniku, budou v souvislosti s testováním regulátorů brány v úvahu a poté k otázce co představuje formulace rozumná úroveň zisku?

Stejně efektivní soutěžitel

Úkolem testu stejně efektivního soutěžitele je zkoumat informace týkající se pouze dominantního subjektu, srovnávány budou velkoobchodní ceny účtované soutěžitelům a maloobchodní ceny účtované zákazníkům. Dosahuje-li dominantní subjekt zisku, ziskoví by měli být i ostatní soutěžitelé, pokud fungují alespoň stejně efektivně jako dominantní společnost.

Jak uvádí Šamánek (2010)⁶⁶, u testu EEO můžeme shledat následující výhody:

- právní jistota;
- jednodušší test;
- přenos výhody na spotřebitele.

Tento test poskytuje vyšší právní jistotu pro dominantu, jelikož je pro něj snazší posouzením vlastních nákladů určit, zda se dopouští stlačování marží či ne. Test není „náročný“ na data v porovnání s testem průměrného soutěžitele. U testu EEO je nutné zhodnotit data pouze jednoho subjektu, i když již to samo o sobě není zcela jednoduchou záležitostí. U testu REO se složitost násobí s nutností zkoumat data více soutěžitelů.

Test EEO po soutěžitelích vyžaduje dosahovat stejně vysoké efektivnosti jako dominant. Ostatní soutěžitelé musí vynaložit poměrně značné úsilí, aby dokázali srovnatelné efektivitu dosáhnout, dominant totiž těží z vertikální integrace, úspor z rozsahu, historické pozice, akumulovaného know-how, zavedené značky, zákaznické báze a dalších výhod. Test je nastaven spíše ve prospěch spotřebitelů, a to především po dobu než ostatní

⁶⁶ ŠAMÁNEK, Jan. Soudní aplikace soutěžní doktríny stlačování marží [online]. Brno, 2010. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/10066/pravf_r/Soudni_aplikace_soutezni_doktriny_stlacovani_marzi.pdf>. Rigorózní práce.

soutěžitelé efektivitu dorovnají. Spotřebitelé totiž v mezidobí těží z nízkých cen, které si dominant může dovolit nastavit pro toto období. Za určitých podmínek nemusí však spotřebitelé výhody z efektivity pocítovat, pokud z ní zcela profituje dominant vyššími zisky.

Přiměřeně efektivní soutěžitel

Podstatou tohoto testu je analýza skutečných či hypotetických soutěžitelů, zda jsou tito soutěžitelé ziskoví či by mohli být ziskoví. I u něj můžeme pozorovat určité výhody, a totiž, viz Šamánek (2010)⁶⁷:

- Poskytuje lepší obraz reality.
- Poskytuje výhodu ostatním soutěžitelům.
- Více odpovídá článku 102 SFEU než test EEO.

V případě REO jsou eliminovány výhody dominantního subjektu uvedené výše, které mohl dominant v minulosti naakumulovat. Test REO tak lépe charakterizuje skutečné fungování trhu a z pohledu soutěžitelů je příznivější. U dominanty jsou eliminovány podstatné výhody, což soutěžitelům zajišťuje příznivější podmínky pro vstup na tento trh. Proto pokud je EEO příliš restriktivní a výhody dominanty značné, může být aplikace REO řešením pro tuto situaci.

Vzhledem k vysokému stupni regulace odvětví, ve kterých byly aktuálně problémy se stlačováním marží odhaleny, se jeví REO jako vhodnější. Dominantní společnost je často ovlivňována kombinací odvětvové regulace a minulostí daných skutečností, ty totiž na druhé straně mohou přinášet určité nevýhody pro dominantu. Uplatněním EEO za přítomnosti určitých nevýhodných podmínek by naopak mohla být vyhodnocena situace dominanty v jeho neprospěch a ve prospěch ostatních soutěžitelů. Dominantní subjekt by byl regulátorem potom nucen zvyšovat marže, i přestože ostatní soutěžitelé toto zvýšení nepotřebují. Test REO nebere v úvahu základní předpoklad EEO o stejných či relativně stejných podmínkách dominanty a ostatních soutěžitelů.

Pro naplnění článku 102 SFEU, kdy má být zajištěna soutěž na daném trhu (aby zneužitím dominantního postavení nebyla vyloučena nebo omezena) a umožněn vstup dalších nových účastníků, lze považovat REO za vhodnější. Analýzou skutečných soutěžitelů je

⁶⁷ ŠAMÁNEK, Jan. Soudní aplikace soutěžní doktríny stlačování marží [online]. Brno, 2010. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/10066/pravf_r/Soudni_aplikace_soutezni_doktriny_stlacovani_marzi.pdf>. Rigorózní práce.

hodnoceno jejich postavení, zda vyloučení či omezení soutěže opravdu ohrozí jejich postavení. Test EEO účel článku 102 SFEU naplňuje za situace, kdy podmínky dominanty a ostatních soutěžitelů jsou srovnatelné či dostatečně podobné.

Testování efektivnějšího soutěžitele

Někteří autoři uvádí a diskutují přístup „efektivnějšího soutěžitele“ jako nejvíce vhodný v případě, že hlavním cílem soutěžních politik je spotřebitelský blahobyt. Analýza stlačování marží tak může být založena na datech dominanty nebo jeho konkurentů, podle toho, kdo hospodaří efektivněji. Ve velkém podílu případů bude dominant efektivnější, což lze předpokládat, a tato situace bude odpovídat situaci jako v případě užití EEO. Výhody plynoucí z vyšší efektivnosti se budou přenášet na konečné spotřebitele. Pokud by efektivněji hospodařili konkurenti dominanty, bude se u tohoto přístupu vycházet z jejich dat. Tak opět budou výhody z efektivnosti na trhu přenášeny na spotřebitele. Ze spotřebitelského hlediska se může jevit toto řešení jako nejvhodnější, nicméně jeho analytická náročnost a nutnost značně komplexního hodnocení přinášejí znatelné nevýhody.

Další alternativy

V úvahu lze vzít i případ vytvoření hypotetického soutěžitele, jehož data by byla modelována tak, aby tento hypotetický soutěžitel byl přiměřeně ziskový. K analýze by mohl být využit i soutěžitel přiměřeně efektivní v budoucnu, protože aktuálně neintegrovány subjekty nejsou dostatečně efektivní jako dominant, ale předpokládá se nárůst jejich efektivnosti do budoucna. Nicméně ani tyto návrhy nelze uplatnit za každé situace a rozhodování o nekalém jednání dominanty s ohledem na analytickou náročnost neulehčují.

Cíle sledované regulací

Mezi cíle sledované regulací můžeme zařadit:

- ochranu spotřebitelů;
- zvýšení právní jistoty;
- rozvoj hospodářské soutěže;
- flexibilitu v jednání dohledových orgánů.

Nyní si podrobněji rozebereme jednotlivé z nich.

Spotřebitelé: Ve prospěch spotřebitelů mluví testy efektivnějšího soutěžitele, (REO či EEO, podle okolností). To však způsobuje značnou nejistotu pro chování dominanta a jeho rozhodování, jak nastavit cenovou politiku. Test nechrání ani zájmy konkurentů, nenapomáhá jim proniknout na daný trh, jakmile je dominant efektivnější.

Právní jistota: Dominantní subjekt je schopen posuzovat, zda jedná v souladu s regulačními požadavky, pokud je použit test EEO. Dosahuje-li dominant vyšší efektivnosti, těží z toho opět spotřebitelé. Zájmy ostatních soutěžitelů a jejich vstup na trh nejsou chráněny.

Rozvoj soutěže: Pokud by záměrem regulace bylo hledisko podpory soutěže a vstupu nových subjektů na trh, byl by použit přístup REO. Z této situace koneční spotřebitelé profitovat nebudou. Konkurenci na trhu bude umožněno dorovnat počáteční výhody dominanta a bude usnadněn přístup novým subjektům na trh. Dominant za této situace kumuluje zisky, jež plynou z výhody jeho vyšší efektivity. Na druhou stranu ale dominant jen obtížně stanoví, zda se chová podle zákona nebo zda již nastavené ceny mají protisoutěžní účinky.

Flexibilita v rozhodování: Je možné nestanovit ani jednu z výše uvedených metod za závaznou (tím samozřejmě bude trpět dominant, pro kterého se stane vyhodnocování jeho cenového chování a rozhodování velmi náročným), a nechat pravomoc o volbě metody na uvážení Komise či národních úřadů/dozorujících orgánů na základě specifických charakteristik a cíle, kterého chtějí dosáhnout.

Z výše uvedeného můžeme pozorovat, že ani jeden z přístupů neumožňuje regulátorům vybrat takovou variantu, jež by splňovala veškeré cíle sledované regulací zároveň. Regulátor má možnost preferovat a zvolit pouze některé z výše uvedených cílů, ty regulací reflektovat a ostatní upozadit.

Příklady testů použitých v praxi

Komise ani Tribunál nevylučují použití jak testu EEO, tak testu REO. V praxi však převažuje využití testu EEO. Komise aplikovala EEO u případu National Carbonising, kdy využila k analýze právě náklady dominanta. U dříve zmíněných případů British Sugar i Deutsche Telekom jsou taktéž hodnoceny náklady dominantní společnosti. I další případy, jež posuzoval Tribunál, byly založeny na testu EEO. Jednalo se o případ Industrie des poudres sphériques či AKZO.

4.5.2. Výběr nákladové skupiny

Relevantní náklady

Cílem analýz ve zcela obecném případě je zjistit, zda zkoumaný subjekt dokáže za stanovených cenových podmínek na trhu dlouhodobě setrvat. O zneužití pravděpodobně nepůjde, pokud dlouhodobé setrvání dominanta na trhu je možné, i když dominantem stanovená cenová úroveň je pro další subjekty likvidační (tato konkurence nemusí být dostatečně výrobně efektivní). Pokud dominant dlouhodobě na trhu setrvat nemůže, o zneužití dominance lze začít uvažovat, společně s hodnocením dalších charakteristik.

Oba dva testy poměřují relevantní náklady, tzn. všechny náklady, které nese dominantní subjekt na podřazeném trhu, s ohledem na jejich správnou alokaci v případě testu EEO i REO. Rozdíl je pak v uplatnění, neboli jakým způsobem a s čím jsou náklady porovnávány. Náklady dominantního subjektu jsou zkoumány ve vztahu s cenou účtovanou konkurentům. Pokud jsou soutěžitelé při této dominantem účtované ceně ziskoví, pak se o stlačení marže v podstatě nejedná. Podezření na stlačení marží vzbuzuje i negativní marže u dominanta, pokud neexistuje nevylučující důvod pro negativní marže (tj. důvod, který nevylučuje ostatní ze soutěže).

Mimo určení subjektu, vůči kterému náklady v odvětví poměřovat, je nezbytné kvantifikovat relevantní náklady jako další aspekt analýzy efektivity. Do výpočtu relevantních nákladů je nutno zahrnout veškeré náklady, jež s produkcí souvisí a ty nesouvisející co nejpřesněji oddělit, tzn. určit jen ty produktově-specifické. Padilla a O'Donoghue (2006), metodika Evropské Komise a další uvádí mezi přípustnými ukazateli produktově-specifických nákladů dlouhodobé přírůstkové náklady (LRIC; long-run incremental costs), případně se může jednat i o průměrné dlouhodobé přírůstkové náklady (LRAIC).

Situace vysokých fixních nákladů a nízkých variabilních

Literatura shrnuje tři možné přístupy (konkrétně Šilhán, 2008)⁶⁸, *test průměrných variabilních nákladů AVC*, *test odvrátitelných nákladů AAC*, *test dlouhodobých*

⁶⁸ ŠILHÁN, Josef. Dominantní postavení a jeho zneužití cenovými praktikami [online]. Brno, 2008. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/53649/pravf_d/Dominantni_postaveni_a_jeho_zneuzeni_cenovymi_praktikami.pdf?lang=cs>. Disertační práce.

průměrných přírůstkových nákladů LRAIC (či pouze dlouhodobých přírůstkových nákladů LRIC). Komise navrhuje širší uplatnění AAC. Za předpokladu, že budou náklady na setrvání na trhu vyšší než náklady na odchod z něj, pak z ekonomického hlediska by měl daný subjekt trh opustit. V případě, že cena je dominantem stanovena pod úrovní AAC, produkce nepokryje náklady, které by bylo možné odvrátit, pokud by daný produkt nebyl vyráběn. Dominant tedy podstupuje ztráty, které by mohl odvrátit. Tato myšlenka dává základ pro označení takového chování jako ekonomicky neracionálního a slouží jako východisko pro regulatorní zkoumání. V praxi je hodnoceno několik úrovní reálnosti pro nákladové testy, kdy existují pásma, ve kterých:

- nedává taková cena pod úrovní AAC ekonomický smysl (poměrně obtížné nalézt specifické důvody, které situaci dokážou opodstatnit);
- může být cena v intervalu $\langle \text{AAC}, \text{ATC} \rangle$ za použití dalších indikátorů obhajitelná (nicméně v dlouhém období je možné se přiklonit opět spíše k možnému zneužívajícímu chování);
- cena stanovená nad ATC by neměla být považována za zneužívání dominantního postavení.

Některá odvětví se vyznačují poměrně vysokým podílem fixních nákladů k nákladům variabilním. Vliv variabilních nákladů je tak ve specifických odvětvích náročných například na infrastrukturu na zcela jiné úrovni než ve výrobních sektorech. Jedná se především o odvětví náročná na infrastrukturu, která generují úspory z rozsahu. Pro sektor telekomunikací a jemu podobných se proto pro analýzu hodí využívat spíše metodiku LRAIC. Uplatnění LRAIC je vhodné pro trhy s působností legálních monopolů, které jsou charakteristické vysokým podílem fixních aktiv v porovnání s nízkou úrovní nákladů variabilních. Také u nich hrozí křížové financování z monopolizovaného trhu na trh otevřený. AVC u těchto odvětví dosahují velmi nízkých hodnot. Z tohoto důvodu poskytují informace pouze s omezenou vypovídací schopností.

Koncept LRAIC by pak představoval mnohem realističtější způsob hodnocení dlouhodobých nákladů, co se vstupu a setrvání na trhu týká. LRAIC měří celkové náklady, fixní i variabilní, dodávky specifického produktu apod. Jedná se o veškeré náklady v souvislosti s konkrétním produktem. LRAIC je definován jako:

$$\frac{\text{Celkové výrobní náklady} - \text{Celkové náklady za předpokladu nevýroby sledovaného produktu}}{\text{Množství vyrobeného produktu}} = \text{LRAIC} \quad (5)$$

LRAIC tak zahrnují i náklady na výzkum a vývoj, marketing sledovaného produktu, které lze považovat za utopené, vynaložené před začátkem období uplatňování strategie stlačování marží. LRAIC tak umožňují zachytit veškeré náklady, které umožnili strategii realizovat. Použití LRAIC bylo potvrzeno v řadě případů pod článkem 102 SFEU a doporučeno jako vhodný benchmark u síťových odvětví. Tento argument je obhajitelný s ohledem na nákladové struktury v síťových odvětvích, jenž jsou velmi odlišné a vyznačují se vysokými společnými a sdílenými náklady. Cena, která se rovná variabilním nákladům na produkt může být podstatně nižší než cena, kterou operátor potřebuje pro pokrytí nákladů na poskytování služby. Protože pro racionální rozhodování o investici do produkce daného produktu je nutné brát v úvahu veškeré náklady, které budou při poskytování narůstat. LRAIC jsou považovány za odpovídající měřítko i z pohledu času, kdy není vhodné uvažovat o krátkém období, ale je nutné obsáhnout středně dlouhé období (více než 1 rok) z důvodu vysokého podílu fixních nákladů.⁶⁹ Pozornost upřená na ukazatel LRAIC určitě také souvisí s četností případů stlačování marží, které se v posledních letech objevovaly převážně v telekomunikačním sektoru.

4.6. PROBLEMATIKA IDENTIFIKACE PROTISOUTĚŽNÍHO JEDNÁNÍ V PRAXI

Základní myšlenka stojící za teorií stlačování marží má zřejmý obsah. Dominantní subjekt, který dodává nezbytný vstup po nebo proti proudu, disponuje možností kontroly cenové politiky takovým způsobem, že dokáže snížit marže konkurentů na podřazeném trhu na ekonomicky neudržitelnou úroveň. V praxi však určení této strategie není vůbec snadné.

Prvním problémem může být záměr dominanta, na rozdíl od dalších vylučovacích praktik, konkurenční subjekty z trhu nevyloučit, protože se jedná o jeho zákazníky. Příliš přísně nastavená pravidla testování stlačování marží by mohla vést k neefektivnímu objemu

⁶⁹ Notice On The Application Of The Competition Rules To Access Agreements In The Telecommunications Sector, OJ 1998 C 265/2.

výstupu, za předpokladu, že dominantovi není umožněno nabízet racionální a nevyučovací kombinaci cen. Základní teorie předpokládá, že veškeré subjekty podřazeného trhu nabízí podobný produkt. Jakmile se však jedná o diferencované produkty, existuje pravděpodobnost nesprávného identifikování stlačování marže. Teorie také nejlépe funguje na vyspělých a stabilních trzích. V případě rozvíjejících se trhů může nesprávná identifikace stlačování marží bránit rozvoji a žádoucímu tržnímu růstu. Na to navazuje problematika určování nesoutěžního chování pouze na základě hodnocení pomocí cen a nákladů. Mělo by být porušení založeno pouze na výsledku testu či by nesoutěžní efekty měly být hodnoceny na širší bázi? Výše uvedené poukazuje spíše na fakt, že pouhá identifikace nákladovým testem by neměla být dostatečná. Zda se o stlačování marží opravdu jednalo by nemělo být hodnoceno izolovaně, váha by měla být přiřazena i strategickému aspektu chování a aktuálnímu vývoji na trhu, více rozhodnutí Komise či Evropského soudu v případě AKZO⁷⁰.

Motiv vyloučení konkurence na podřazeném trhu

U strategie stlačování marží existuje neobvyklá skutečnost, kdy konkurent z podřazeného trhu je zároveň zákazníkem dominanty na předřazeném trhu. Vyloučením konkurence na podřazeném trhu tak dominant přichází o tohoto zákazníka a v první fázi by měly klesat jeho tržby na předřazeném trhu, které mu tento zákazník přinášel. Na druhou stranu je silnou motivací dominanty o zákazníky bývalého konkurenta na předřazeném trhu usilovat a zaujmout tak jeho místo, díky čemuž se může původní ztráta opět vyrovnat nebo proměnit v zisk. Toto nastavení vztahů má značný vliv na motiv dominanty pro takové jednání. Dominant může dokonce vyhodnotit, že uplatnění margin squeeze pro něj není efektivní a danou strategii vůbec nevyužije. I když dominant nemusí být motivován tak silně k upravení cenové politiky, stlačování marží nemusí být iracionální strategií. Nadále tak přetrvávají obavy a je vhodné margin squeeze mezi vylučující strategie zařazovat.

Zda má dominant racionální důvody pro uplatnění strategie, je založeno především na empirickém zkoumání. Otázkou je, zda redukce v poptávce po produktu dominanty je kompenzována dostatečnou ziskovostí operací na podřazeném trhu či rozšířením aktivit na trhu podřazeném, jež musí nahradit ušlé výnosy a zisky předřazeného trhu. Čím vyšší bude marže na předřazeném trhu v poměru k marži podřazeného trhu, tím slabší je

⁷⁰ ECS/AKZO Chemie [1985] OJ 1985 L 374/1 3 CMLR 273.; C-62/86, AKZO Chemie BV v Commission [1991] ECR I-3359

motivace stlačovat marže konkurenci na podřazeném trhu. Dále může záviset například i na následujících faktorech:

- schopnostech dominanty přebrat podíl vyloučeného konkurenta na trhu a jeho zákazníky (pokud dokážou i ostatní konkurenti přebírat zákazníky vyloučeného subjektu, dominant má opět nižší motivaci k vylučování subjektů z podřazeného trhu);
- stupni diferenciací produktů, vysoký stupeň diferenciací nebude motivovat dominantu k uplatnění stlačování marže, homogenní produkty budou mít opačný účinek;
- jakmile budou konkurenti na podřazeném trhu efektivnější než dominant, může mít smysl zavřít dominantovu divizi na podřazeném trhu a dodávat efektivnějším konkurentům.

Přísné testování efektivního fungování vertikální integrace

Významnou roli hrají fixní náklady předřazeného trhu (v síťových odvětvích především) a rozdílné spotřebitelské preference, které se odráží v efektivním nastavování cen. Tyto okolnosti mohou vést k rozdílným maloobchodním cenám výrobků, které mají podobnou úroveň nákladů a odebírají nezbytný vstup od dominanty. Požadavek testu, že soutěžitelé by měli být schopni pořídit vstup za cenu, která jim umožňuje soutěžit na podřazeném trhu ve spojení s náklady podřazeného trhu, neumožňuje nastavit rozdílnou cenu pro finální produkt. Cena levnějšího produktu tak bude stoupat na základě vyšších nákladů a poptávka po něm klesat. Tím tento „levnější“ produkt bude stále méně přispívat k úhradě společných nákladů, druhý produkt bude tak muset přispívat větší měrou k úhradě sdílených nákladů a jeho cena poroste.

Použití testu způsobem (nejsou-li v testování zohledněna specifika síťového odvětví), který generuje neefektivní výsledky na trhu (vyšší ceny, nižší objem produkce, neoptimální rozložení a sdílení fixních nákladů), je v rozporu se základním principem ochrany konkurence jen při zvyšování spotřebitelského blahobytu a ne naopak. Zatímco dotování neefektivního nového soutěžitele může být legitimní důvod z pohledu regulační politiky a v krátkém horizontu na základě předpokladu, že se nový subjekt v průběhu času stane efektivnějším, ale v rámci soutěžního práva toto stanoveno není.

Diferencované produkty

Za situace diferencovaných produktů může aplikace klasického testování stlačování marží na základě nákladů dominanty vést k nesprávným závěrům, především s ohledem na odlišování produktů z hlediska kvality a speciálních charakteristik produktu.

Za těchto okolností není zcela možné dominantu s ostatními soutěžiteli porovnávat, jelikož ti ostatní soutěžitelé obsluhují jinou část trhu a čelí tak jiné poptávkové křivce než dominant. Produkty ostatních soutěžitelů mohou produkovat dostatečné marže i za situace, kdy divize dominanty na podřazeném trhu je v důsledku stejných účtovaných cen všem účastníkům trhu ztrátová. Aplikovaný nákladový test určuje pouze to, zda firma dodávající stejný produkt by byla zisková či ne. Potom předpoklad, že náklady dominanty jsou rozumným předpokladem pro test efektivnosti konkurentů, nemusí být v mnoha případech produktové diferenciace vhodné.

Na trzích, kde není jasně navazující řetězec výroby, testování stlačování marží založené na nákladech dominanty opět nemusí dávat smysl. Stlačování marží a jeho testování je postaveno na myšlence jasně identifikovatelného meziproduktu předřazeného trhu a jasně identifikovatelného produktu podřazeného trhu, u kterého sledovaný meziprodukt tvoří významný fixní podíl celkových nákladů. Za situací, kdy konkurenti podřazeného trhu mohou využívat celou škálu nejrůznějších meziproduktů v takové kombinaci, která může zaručovat nižší celkové náklady, než jsou náklady generované dominantem (ten může být svázán regulačními, technickými či dalšími překážkami, které mu brání ve využívání některého nebo všech dalších dostupných vstupů), nemusí testování na nákladové základně dominanty dávat smysl a může předkládat zavádějící výsledky.

Výše uvedené příklady ukazují, že testování nákladů dominanty může implikovat nesoutěžní chování dominanty, i když se nesoutěžního jednání nedopouští. Nejčastěji je taková situace spojována s případy, kdy konkurence dominanty čelí méně elastické poptávce po svých diferencovaných produktech, kdy má konkurence rozdílnou strukturu nákladů, nebo vykazuje zisky i z činností, které dominant nezahrnuje. To může vést k identifikaci stlačování marží v nesprávných případech, kdy chování dominanty nevede k vylučovacímu efektu. Tato tvrzení ukazují, že by bylo vhodné prověřovat náklady nejen dominanty, ale i ostatních účastníků a na základě prokázání stlačování marže v případě obou testů teprve vynést stanovisko.

To samozřejmě neznamená všeobecné přijetí testu založeného na nákladech ostatních soutěžitelů, ale poukazuje na skutečnost uznatelnosti stlačování marží za předpokladu, že ceny účtované dominantem (pevně dané pro jeho vlastní divizi na podřazeném trhu na stejné úrovni jako pro ostatní soutěžitele) se nachází nejen pod jeho náklady, ale i pod úrovní skutečných nákladů ostatních soutěžitelů. Je vhodné analyzovat i specifické podmínky na trhu, kdy ostatní soutěžitelé mohou sice být méně efektivní a nedostatečně ziskoví v důsledku rozložení sil na trhu a historicky danému nastavení podmínek na trhu, ale jejich fungování nemusí být závislé na cenové politice dominanta.

Nové a rozvíjející se trhy

Analyzovat a identifikovat stlačování marží na vznikajících trzích nebo při uvádění nových výrobků na trh je značně obtížné. Regulatorní orgány čelí rozhodnutí, zda na trhu intervenovat a případně tak v raném stádiu znesnadnit vývoj a rychlý rozvoj na strategicky důležitých trzích, nebo čekat, jak se trh rozvine a pokusit se zasáhnout později, kdy však zásah nemusí být již efektivní. Komplexita celého problému je náročná už v rámci hodnocení vyspělých trhů (efektivní vertikální integrace, dominance, diferenciacce, motivace atd.) natož na dynamicky se rozvíjejících. Před případem Deutsche Telekom, se většina hodnocených případů zabývala trhy s nerostnými a jinými základními surovinami na stabilních vyzrálých trzích.

Nové trhy i výrobky jsou spojovány s počátečními ztrátami, které mohou být velmi rychle v dynamickém prostředí nového trhu konvertovány do ziskového fungování a efektivní produkce. S tím jsou spojené počáteční významné investice, které pomohou dosáhnout rozhodujícího rozsahu nebo zkušeností pro další snižování nákladů do budoucnosti a efektivního fungování. Takové trhy mohou vykazovat výrobní náklady pod cenami v určitém období, stejně tak jako důvody pro vylučovací praktiky. Zvýšení efektivnosti pomůže pokrýt počáteční ztráty a vytvořit další úspory v nákladech tím, že byl dosažen určitý rozsah, dominant získá více zkušeností s produkcí a generuje další možnosti pro snižování nákladů. Při posouzení, zda dominant opravdu stanovuje cenu pod úrovní nákladů, je nutné zohlednit počáteční ztráty, odpisovat aktiva a modelovat amortizaci nákladů po dobu životnosti celého podnikatelského záměru, což z praktického hlediska bude znamenat navýšení složitosti analýzy.

Stlačování marží a důkaz nesoutěžních efektů strategie

Přes určitá protichůdná tvrzení v rozhodnutích a případech margin squeeze, je v současné době všeobecně přijímáno, že je nutné prokázat v souladu s článkem 102 SFEU, že došlo k narušení hospodářské soutěže či je to pravděpodobné. V případě Deutsche Telekom Komise uvedla, že jakmile byl margin squeeze prokázán nákladovým testem, nebylo potřeba dále zkoumat jeho vliv na hospodářskou soutěž. Tento vliv byl předpokládán již pouhým prokázáním stlačování marží (Komise však analýzu dopadů na hospodářskou soutěž přesto provedla).

Analýza skutečných nebo pravděpodobných protisoutěžních účinků je v případě stlačování marží klíčová. Test využívaný regulátory je založen na velkém množství předpokladů, které nejsou v praxi splněny a je nutná jejich modifikace. Test funguje dobře za předpokladů homogenního produktu, za situace, kdy nezbytný vstup tvoří velkou fixní část nákladů podřazeného trhu atd. Testování protisoutěžních účinků tím pomáhá minimalizovat pokles blahobytu nesprávně určeného případu stlačování marží kvůli selhání testu při analýze nákladů a cen. Diskuze k článku 102 SFEU uvádí, že stlačování marží jako vylučovací strategie musí být spojena se skutečným nebo pravděpodobným protisoutěžním účinkem na trhu, který ať již přímo či nepřímo poškozuje spotřebitele. Hodnocení nekalého jednání bude navíc probíhat i ve středně- a dlouhodobém časovém horizontu.

Diskriminující chování a jeho nedostatečnost

Současná praxe a judikatura aplikuje poměrně striktní pravidla pro určení, zda ke stlačení marží došlo či ne. Pokud dominant opravdu diskriminuje své konkurenty na podřazeném trhu, nezdá se, že by byl nutný jakýkoliv další požadavek na konkurenční nevýhodu, kterou by měl skutek diskriminace způsobit. V případě stlačování marží je však nastaven požadavek na konkurenta a jeho prokázání, že stejně efektivní soutěžitel by na základě cen stanovených dominantem utrpěl ztrátu. Všeobecně bylo považováno v praxi za dostačující, aby konkurence trpěla z chování dominanty určitou nevýhodou, která by ji nutila nést vyšší náklady než sám dominant.

Dominance na podřazeném trhu

V souvislosti se stlačováním marží se vedou četné diskuze, zda dominance na podřazeném trhu je nutným požadavkem či není. Někteří teoretikové argumentují, že by dominance požadavkem být měla. Pokud je stlačování marží jen formou predátorského stanovování

cen, a u predátorského určování cen je požadavek na dominanci na trhu, na kterém dochází k vylučovacímu chování, by logicky byla dominance na podřazeném trhu s účinky zneužití strategie požadována taktéž.

Dominance se zdá být zabudována již v samotném vysvětlení strategie, kdy podnik kontroluje nejen cenu na vertikálně navazujících trzích a to na předřazeném trhu i na podřazeném. Pokud zkoumaný subjekt disponuje tržní silou pouze na jednom z trhů, je obtížné dokázat, jak by ke stlačení marží mohlo dojít. Přinejmenším by bylo nutné prokázat, že dominant z předřazeného trhu má větší vliv na cenu na podřazeném trhu než ostatní konkurenti.

Na druhé straně na základě komentářů v článku 102 SFEU uvádí, že ke zneužívajícímu užití dominantního postavení může docházet zejména tam, kde jsou určité blízké vazby mezi trhy, které umožňují přelévání síly dominanta nezákonně z jednoho trhu na druhý. Judikatura také usoudila, že dominantní dodavatel nezbytného vstupu disponuje uvěřitelnou hrozbou o možném vyloučení konkurentů na podřazeném trhu, aniž by byl nutně v dominantním postavení na tomto trhu. Zneužití dominance a uplatnění stlačování marží nezahrnuje nutně využití dominance i na podřazeném trhu, ale předpokládá užití kontroly nad nezbytným vstupem pro vyloučení konkurence pro získání vyššího podílu na trhu. I když tedy dominance formálně požadována není, je důležité, aby regulátor či žalobce doložil důvěryhodné důkazy u případu uzavření trhu za předpokladu, kdy podřazený trh je konkurenční, jelikož obavy ze stlačování marží nebudou tak výrazné.

5. TESTOVÁNÍ STLAČOVÁNÍ MARŽÍ NA TRHU TELEKOMUNIKACÍ V ČR

Telekomunikační trh, jak již bylo několikrát uvedeno, vykazuje veškeré základní předpoklady, na základě kterých se lze obávat, že strategie stlačování marží zde uplatněna být může. Na českém trhu působí bývalý státní monopolista, který vlastní přístupovou soustavu hlavní pevné sítě (předřazený trh), a kterou poskytuje jako nezbytný vstup pro následné činnosti své konkurenci na podřazeném trhu. Pro telekomunikační trh je zpracována rozsáhlá regulatorní metodika na evropské úrovni, jakým způsobem k problematice stlačování marží přistupovat, jenž by měla česká legislativa či sektorová regulace reflektovat, ať již implementací navrhovaných přístupů či jejich zamítnutím jako nevhodných pro trh České republiky.

Kapitola se zaměřuje na regulatorní přístup Českého telekomunikačního úřadu (přístup ex-ante vyhodnocování cenových nabídek operátorů), nikoliv na spíše sankční charakter přístupu uplatňovaný Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže (ex-post vyhodnocování, zda se jednalo o protisoutěžního chování). Dále jsou uvedena i určitá opatření, která by mohl ve svém přístupu ČTÚ zohledňovat pro podporu rozvoje nových technologií na telekomunikačním trhu.

5.1. SPECIFIKA TRHU TELEKOMUNIKACÍ

Konflikt mezi regulací a hospodářskou soutěží

Případy stlačování marží se v posledních letech objevují nejčastěji v liberalizovaných síťových odvětvích. Bývalý monopolista kontroluje nezbytný vstup a dodává ho na následný trh. Existují dvě možnosti, jak k těmto odvětvím a situacím přistupovat, a to v podobě preventivní či sankční sady opatření. Stlačování marží se může řídit podle článku 102 SFEU (případně národní regulace) nebo na základě specifických odvětvových opatření nařizujících udělovat velkoobchodní přístup k infrastruktuře za stanovených pravidel.

Často se využívá kombinace obou souborů pravidel, ex-ante odvětvové regulace velkoobchodního přístupu a ex-post kontroly cenotvorby na základě soutěžních zákonů. Paralelní aplikace však často ústí v konflikt obou politik, záměrů a cílů. Zákonodárci čelí obtížným rozhodnutím, kdy se musí vypořádat s otázkou, zda ex-ante regulace nebo ex-post intervence je v souladu se soutěžním právem. Regulace maloobchodních cen je vhodnější v případě hlavního cíle zabránit vykořisťování spotřebitelů, regulace velkoobchodních cen funguje nejlépe, pokud je cílem zabránit stlačování marží. Aktuálně však ČTÚ nevyužívá cenové kontroly v oblasti přístupových sítí (cenová regulace není uplatněna na relevantním trhu č.5 - velkoobchodní širokopásmový přístup v sítích elektronických komunikací).

Diskriminace na liberalizovaných trzích

V poslední době se stlačování marží prokázalo především na nově liberalizovaných trzích, které nebyly zcela konkurenční, ale nacházely se stále v přechodné fázi od státem kontrolovaného fungování. Strategie zneužití tržní síly mají kritický význam v nově liberalizovaných odvětvích, mezi které patří i telekomunikační trh, kdy v letech následujících po liberalizaci mají zavedené podniky tendenci uchovávat si svůj značný

tržní podíl. Na českém trhu společnost O2 Czech Republic a.s. dlouhodobě vykazuje vysoký tržní podíl (SMP). Kromě toho takové subjekty kontrolují i nezbytný vstup (např. klíčová infrastruktura) a se značnou neochotou tuto infrastrukturu budou poskytovat subjektům, jež s nimi na podřazeném trhu soutěží.

Otevření podřazeného trhu konkurenci vytváří pobídky pro diskriminaci těchto subjektů ze strany dominanty. Diskriminace může mít podobu odepření přístupu k nezbytnému vstupu, účtování přehnaně vysokých cen za vstupy, stlačování marží nebo necenové diskriminace v podobě degradace kvality či neopodstatněných zpoždění dodávek.

Základním nástrojem pro zajištění rovných příležitostí na podřazeném trhu v liberalizovaném odvětví je bezpochyby sektorová regulace, která se využívá, kromě jiného, i ke kontrole chování dominantního subjektu. Sektorová regulace může po dominantovi požadovat nediskriminační přístup ke své infrastruktuře, může kontrolovat cenotvorbu (velkoobchodní ceny vstupů a maloobchodní ceny výstupu), či požadovat transparentní účetnictví mezi divizemi na předřazeném a podřazeném trhu. Nicméně vždy se bude jednat o jednu entitu a nelze jednotlivé divize rozdílných fází výrobního procesu oddělit, potom bude vždy existovat možnost zavedené dominantní společnosti diskriminovat subjekty na podřazeném trhu. Za těchto okolností hraje ex-ante regulace v podobě článku 102 SFEU klíčovou roli při zajišťování, aby dominant nespravedlivě nediskriminoval. Regulace a její aplikace v oblasti hospodářské soutěže potvrzuje, že zásady nediskriminace jsou jednou ze základních povinností dominanty.

5.2. AKTUÁLNÍ TRENDY NA TELEKOMUNIKAČNÍM TRHU

Telekomunikační sektor patří mezi typická odvětví, ve kterých ke stlačování marží dochází. Za leading case je považován na území EU rozsudek Deutsche Telekom AG⁷¹. Německá společnost měla výhradní přístup k síti pevného telefonního připojení. Zároveň disponovala dominantním postavením na podřazeném trhu jako poskytovatel uživatelských služeb (ADSL, ISDN a dalších). Deutsche Telekom AG v letech 1998 až 2003 stanovil cenu svých telefonických a datových služeb na úroveň, která byla velice blízká ceně poskytované konečným zákazníkům. Tím Deutsche Telekom bránil vstupu dalším subjektům na tento trh. Komise využila v tomto případě testu stejně efektivně

⁷¹ T-271/03 Deutsche Telekom AG v Commission [2003] OJ C 264/29.

fungujícího subjektu EEO. Zjistila, že velkoobchodní ceny byly nastaveny tak, že ani stejně efektivní soutěžitel by na daném trhu dlouhodobě bez ztrát působit nemohl.

Dalším případem bylo rozhodnutí Evropské komise v roce 2007, a to proti společnosti Telefónica S.A. ve Španělsku. Ta se měla v letech 2001 až 2006 dopouštět margin squeeze na trhu širokopásmového připojení. Úřad opět využil test EEO, když Evropská komise ve svém rozhodnutí uvedla, že „ve zmíněném období nebylo rozpětí mezi maloobchodními cenami společnosti Telefónica a jejími velkoobchodními cenami na regionální a celostátní úrovni dostatečné, aby pokrylo náklady, jež by musel vynaložit stejně efektivní operátor jako společnost Telefónica na poskytování maloobchodního širokopásmového přístupu.“ (ČTÚ, 2012)⁷².

V poslední letech bylo možné zaznamenat zvýšený výskyt případů, které byly označeny jako porušení článku 102 SFEU (dříve čl. 82 SES), doktríny odkazující na dominantní postavení a jeho zneužívání, tj. i stlačování marží. Mezi ně mimo výše uvedené patří i nejaktuálnější případ Slovak Telecomu (51% podíl vlastní společnost Deutsche Telekom AG), kde žaloba na využívání nekalých praktik hospodářské soutěže byla uveřejněna v minulých měsících. Komise v tomto případě dospěla k názoru, že Slovak Telecom více než 5 let aplikoval strategii pro vyřazení ostatních účastníků z trhu a tím se provinil proti pravidlům hospodářské soutěže na území EU.

Žaloby na stlačování marží mohou znamenat poměrně silný nástroj konkurence a nových hráčů na trhu. I když se noví hráči na trzích mohou prosazovat, jejich další růst a výnosnost je omezována právě dominantní firmou, která stanovuje cenovou politiku na daných trzích. Evropští regulátoři se snaží situace, kdy je soutěž na trzích významným způsobem zasažena, hodnotit poměrně striktně, poukazují totiž na vliv takového jednání na značné zpomalení rozvoje v oblasti telekomunikací, internetu a celého digitálního odvětví v rámci EU.

5.2.1. Nové trhy a možné stlačování marží

V posledních letech došlo k rapidnímu rozvoji kabelových přístupových sítí, nazývaných sítě nové generace (NGA), jež se skládají z části nebo zcela z optických prvků, které jsou schopny dodat služby širokopásmového přístupu s lepšími vlastnostmi ve srovnání

⁷² ČESKÝ TELEKOMUNIKAČNÍ ÚŘAD. Postup Českého telekomunikačního úřadu při vyhodnocování nabídek vertikálně integrovaných operátorů v souvislosti se stlačováním marží [online]. 2012 [cit. 2015-04-27]. Dostupné také z WWW: <https://www.ctu.cz/cs/download/ostatni/cenove_vyhodnocovani_postup_ctu_cj_ctu-43738_2011-611.pdf>

se stávajícími technologiemi (existují i další dílčí způsoby poskytování vysokorychlostního přístupu, které se pod označení „sítě nové generace“ v současné době řadí). Dochází k rapidnímu rozvoji technologií v tomto segmentu a budování pevných sítí právě s optickými prvky či modernizaci starších přístupových sítí. Evropská Komise v roce 2013 vydala sdělení „Pokyny k použití pravidel státní podpory ve vztahu k rychlému zavádění širokopásmových sítí“, které na investice do těchto nových sítí reaguje a snaží se podporovat jejich rozvoj. ČTÚ aktuálně mapuje současný stav infrastruktury NGA a zpracovává data, která v následujících letech budou sloužit pro přidělování veřejné podpory pro projekty budování přístupových sítí nové generace.

K podpoře budování infrastruktury NGA se ČTÚ uchýlil ve spolupráci s MPO, jelikož akcelerace rozvoje informačních a komunikačních technologií navyšuje požadavky na datové toky. MPO vytvořilo „Národní plán rozvoje sítí nové generace“, jenž by měl charakterizovat postup rozvoje NGA. Rozvoj ekonomiky je totiž téměř nemyslitelný bez moderních informačních a komunikačních technologií.

V současné době se tedy pozornost problematiky stlačování marží nezaobírá pouze otázkou širokopásmového přístupu v rámci technologie xDSL, kde bylo stlačování marží v minulosti nejčastěji vyhodnocováno. Příchod nových technologií na trh a budování nebo modernizace sítí starších otevírá nový segment trhu, kde lze předpokládat, že stlačování marží může být využitelnou praktikou a aktuálním problémem. Konkurence mezi alternativními operátory a zavedenými subjekty pomáhá ke zlepšování kvality a ke snižování ceny. To však vede k poklesu průměrného výnosu na zákazníka pro operátory a může motivovat diskriminující chování dominanty. O2 Czech Republic a.s. na českém trhu sice nadále dominuje širokopásmovému sektoru, nicméně její pozice na velkoobchodním trhu je postupně oslabována činností alternativních operátorů, kteří budují vlastní nezávislé sítě, a její tržní podíl tak klesá. Ani to však nezabraňuje konkurentům, aby na O2 Czech Republic a.s. útočili právě ve smyslu porušování zákazu stlačování cen. Posledním takovým útokem bylo obvinění O2 ze strany Vodafone., o němž se můžeme dočíst v tisku zaměřeném na technologie (Peterka, 2015)⁷³, ale také v oficiální tiskové zprávě na webových stránkách firmy Vodafone.⁷⁴ Zmíníme-li některé

⁷³ PETERKA, Jiří. LUPA.CZ. Vodafone zažaloval O2 za stlačování marží o 385 milionů. Proč právě teď? [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/vodafone-zazaloval-o2-za-stlacovani-marzi-o-385-milionu-proc-prave-ted/>

⁷⁴ VODAFONE CZECH REPUBLIC, A.S. Vodafone Czech Republic žaluje O2 Czech Republic o 385 milionů Kč [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.vodafone.cz/o-vodafone/o-spolecnosti/pro-media/tiskove-zpravy/detail/vodafone-czech-republic-zaluje-o2-czech-republic-o/>>

starší případy, kdy O2 nebyla nařčena ze stlačování marží ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, ale svými konkurenty, nabízí se například žaloba společnosti České radiokomunikace. Ta v roce 2012 po společnosti požadovala odškodné ve výši více jak 3 miliardy Kč za údajný margin squeeze na trhu internetového připojení.⁷⁵ Ze stejných na stejném trhu (internetové ADSL připojení) zažalovala O2 také jiná společnost, a to internetový provider Volný, který od roku 2009 patří do skupiny Dial Telecom. Stalo se tak v roce 2011, přičemž společnost Volný po O2 požadovala přes 4 miliardy Kč.⁷⁶⁷⁷

Stav, který je na českém telekomunikačním trhu, však takový vždy nebyl. Český trh je jedním z těch, které dříve ovládal státem vlastněný monopolista – Český Telecom, jehož pozdějším nástupcem je právě společnost Telefónica O2, dnes známa jako O2 Czech Republic, a.s. Díky tomu, že O2 převzala Český Telecom, převzala i vybudovanou internetovou a telekomunikační infrastrukturu, kterou velkoobchodně poskytuje dalším operátorům. Z tohoto titulu vznikají výše uvedené spory mezi O2 a ostatními soutěžiteli. Jak ale uvádí Peterka (Lupa.cz, 2015)⁷⁸, toto vzájemné obviňování bývá celkem standardní součástí konkurenčního boje telekomunikačních společností, kdy se většina žalob objevuje v době, která je pro telekomunikační či internetový trh nějakým způsobem významná. Naposledy šlo například o rozdělování nových kmitočtů pro mobilní síť. Tyto žaloby jsou často podávány účelově, aby „zčeřily vodu“, ale často nejsou postaveny na reálných protiprávních skutečích, a proto se od nich neočekává žádný výsledek.

Jiná situace však nastává ve vztahu k regulačním orgánům, od nichž lze očekávat vyšší míru objektivity, než od soutěžitelů navzájem. Proto zde více rozeberu případ, který se týkal sporu Úřadu na ochranu hospodářské soutěže ČR a Telefóniky O2 jako nástupce bývalého státního monopolisty, Českého Telecomu. Pokutu úřad vyměřil v roce 2004, kdy šlo o částku přesahující 81 milionů Kč. Další zmínky jsou pak z roku 2012, kdy o této skutečnosti psaly například Hospodářské noviny (iDnes.cz, 2012)⁷⁹. K protiprávnímu

⁷⁵ SLÍŽEK, David. LUPA.CZ. České radiokomunikace žalují Telefónicu o 3 miliardy kvůli maržím za internetové připojení [online]. 2012 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/ceske-radiokomunikace-zaluji-telefonicu-o-3-miliardy-kvuli-marzim-za-internetove-pripojeni/>>

⁷⁶ Tamtéž

⁷⁷ HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. Volný zažaloval Telefónicu O2 o čtyři miliardy. Prý moc stlačovala marže [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-51409330-volny-zazaloval-telefonicu-o2-o-ctyri-miliardy-pry-moc-stlacovala-marze>

⁷⁸ PETERKA, Jiří. LUPA.CZ. Vodafone zažaloval O2 za stlačování marží o 385 milionů. Proč právě teď? [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/vodafone-zazaloval-o2-za-stlacovani-marzi-o-385-milionu-proc-prave-ted/>>

⁷⁹ IDNES.CZ. Telefónica dostala pokutu 93 milionů za zneužití postavení [online]. MAFRA, a.s., 2012 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <http://ekonomika.idnes.cz/telefonica-dostala-pokutu-93-milionu-za-zneuzeni-dominantniho-postaveni-143-/ekoakcie.aspx?c=A121017_130942_ekoakcie_spi>

jednání Českého Telecomu mělo dojít v letech 2001 a 2002, přičemž v této kauze nešlo o případ margin squeeze. Prohřeškem zde bylo zneužívání dominantního postavení na trhu vůči spotřebitelům, kdy Telecom nastavil ne zcela korektní obchodní podmínky zejména v segmentu podnikatelů. Celkově ÚOHS vyměřil Telefónica O2 pokutu přesahující 93 milionů Kč. Vzhledem ke všem odvoláním, která Telefónica O2 podala, se tento případ táhl až do roku 2014, kdy ve věci rozhodoval Krajský soud v Brně. Ten rozhodl ve prospěch úřadu a O2 Czech Republic, formálnímu nástupci Telefoniky O2, vyměřil mezitím sníženou pokutu přesahující 91 milionů Kč.

Jiným případem, který se již margin squeeze týkal, bylo zahájení správního řízení proti Telefónica O2 v roce 2011. S informací o zahájení správního řízení přišla v tiskové zprávě sama společnost (O2.cz, 2011)⁸⁰. Informovaly o ní i některé internetové magazíny, například portál Investujme.cz (Finance Media, 2011)⁸¹ či Mobilmania.cz (Mladá fronta a.s., 2011)⁸². Ve věci doposud nebylo rozhodnuto. V uběhlém období zatím jen proběhly soudní pře mezi oběma stranami, které se týkaly spíše plnění resp. neplnění informační povinnosti ze strany ÚOHS a opakovaného vyžadování informací. Obě žaloby podávala společnost Telefónica O2 Czech Republic.

5.2.2. Regulace telekomunikačního odvětví

Dohled nad telekomunikačním odvětvím v EU zastřešuje **Sdružení evropských regulačních orgánů v oblasti elektronických komunikací** (BEREC). Tento orgán se snaží přispívat k nezávislé, konzistentní, vysoce kvalitní regulaci trhů elektronických komunikací ve prospěch Evropy a jejích občanů. BEREC dále pomáhá Komisi a národním regulačním orgánům (NRA National regulatory authorities), při zavádění rámce předpisů EU pro elektronické komunikace.

Český telekomunikační úřad (ČTÚ), jako národní regulátor, vykonává správu především v oblasti elektronických služeb, zároveň trh reguluje a stanovuje podmínky ex-ante pro podnikání na tomto trhu. Tyto podmínky mají sloužit k nahrazení účinků hospodářské soutěže a pro ochranu uživatelů a dalších účastníků po dobu, než bude dosaženo plně

⁸⁰ Oznámení o zahájení správního řízení. Telefónica O2 Czech Republic, a.s. [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW:

<http://www.o2.cz/_pub/3f/fe/fb/234318_489518__110329_UOHS_spravni_rizeni_cz.pdf>

⁸¹ Telefonica O2 vyšetřuje ÚOHS kvůli zneužití dominantního postavení. Investujme.cz [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://investice.finance.cz/zpravy/finance/303716-telefonica-o2-vysetruje-uohs-kvuli-zneuziti-dominantniho-postaveni/>>

⁸² LÁSKA, Jan. Úřady zahájily šetření s Telefonicou O2 kvůli ADSL. Mobilmania.cz [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.mobilmania.cz/bleskovky/urady-zahajily-setreni-s-telefonica-o2-kvuli-adsl/sc-4-a-1315978/default.aspx>>

konkurenčního prostředí. Role **Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS)** by měla směřovat kontrolním směrem k následnému ex-post vyhodnocování a sankcionování protisoutěžního jednání a ukládání případných pokut, jak bylo diskutováno v kapitole 3.2.2. Zásah kontrolního orgánu pak lze očekávat v případech, kdy dominant měl volnost při nastavování svých cen.

Shrnutí odlišností a principů jednotlivých politik v oblasti telekomunikací:

	Soutěžní politika ÚOHS	Odvětvová regulace ČTÚ
Tržní prostředí	Trh je náchylnější k selháním, pokud na trhu působí dominant nebo dominant vznikne.	Na trhu působí zavedený monopolista, který poskytuje nezbytný vstup po proudu konkurenci a zároveň sobě.
Cíle regulace	Primárním cílem je bránit hospodářskou soutěž a chránit spotřebitele před subjekty zneužívající dominantní postavení.	Cílem je především podpora udržitelné hospodářskou soutěž v segmentech, kde historicky nastavena není a kde historicky působí dominant.
Časové hledisko	Aplikace přístupu ex post, jednání úřadu následuje po podání stížnosti na zneužití dominantního postavení. V případě slučování subjektů je uplatněno ex ante.	Většinou je aplikován přístup ex ante. Vlastnická práva regulovaných firem jsou dotčena regulací, kdy musí zajišťovat konkurenci nezbytný vstup za rozumných a spravedlivých podmínek.

ČTÚ vydal v roce 2011 dokument „Postup Českého telekomunikačního úřadu při vyhodnocování nabídek vertikálně integrovaných operátorů v souvislosti se stlačováním marží“⁸³. ČTÚ se snažil tímto dokumentem vysvětlit používanou metodiku a posílit předvídatelnost svého chování při řešení podání týkajících se stlačování marží. ÚOHS však obratem na tento dokument navazuje a v souvislosti s Doporučením EK o regulovaném přístupu k přístupovým sítím nové generace (NGA) ze dne 20. září 2010 (2010/572/EU) upozorňuje, že metodika popsaná ČTÚ se zaměřuje na testování situací primárně na základě principu EEO (výběr principu zdůvodňuje ČTÚ rozhodovací praxí

⁸³ Dostupné z WWW: <https://www.ctu.cz/cs/download/ostatni/cenove_vyhodnocovani_postup_ctu_cj_ctu-43738_2011-611.pdf>

v rámci EK a judikatury evropských soudů), zatímco v souladu s principem zvyšování konkurence a zachování hospodářské soutěže na trhu zdůrazňovaným EK je vhodnější uplatnit test s prvky REO. ČTÚ by se měl v rámci svých působností zabývat především ex-ante regulací, aby podporoval hospodářskou soutěž v rámci nastavování pravidel pro činnost soutěžitelů a mohlo nadále docházet k rozvoji hospodářské soutěže, proto se jeví test na základě principu REO jako vhodnější.

Shrnutí přístupu ČTÚ a výchozí parametry testování

- ČTÚ bude přistupovat k vyhodnocování nabídek vertikálně integrovaných soutěžitelů v souladu s testem EEO, kdy do testu budou zařazeny náklady vertikálně integrovaného operátora.
- Nákladovou základnu mohou tvořit jak běžné tak historické náklady alokované formou přírůstkových nákladů (LRIC) nebo plně alokovaných nákladů. Kritérium, podle kterého bude nákladová báze zvolena stanoví ČTÚ podle struktury trhu a způsobu regulace daného segmentu.

Komise dne 11. září 2013 vydala Doporučení o konzistentních povinnostech nediskriminace a metodikách výpočtu nákladů s cílem podpořit hospodářskou soutěž a zlepšit podmínky pro investice do širokopásmového vysokorychlostního připojení (2013/466/EU). Tímto doporučením upevňuje EK své stanovisko, kdy by národní regulatorní orgány měly podněcovat inovace a snažit se o zvyšování produktivity a konkurenceschopnosti a následně hospodářského růstu nezbytného pro rozvoj vnitřního trhu EU na trhu telekomunikací. Komise upozorňuje i na nutnost předvídatelnosti a transparentnosti sektorové regulace, která zvyšuje jistotu okolností důležitých pro stanovování investičních plánů v rámci i delších časových horizontů, proto by jednotlivé národní regulatorní orgány měly přistoupit k uveřejnění svých metodických manuálů.

5.2.3. Přístup regulace ex-ante

Národní regulační úřady mohou využívat testování stlačování marží pro následující případy jako:

- 1) regulační nástroj pro stanovení maloobchodních cen na podřazených trzích v případech, kdy dominant z předřazeného trhu dosahuje dominantní pozice i na podřazeném trhu;

- 2) regulační nástroj pro kontrolu vazeb mezi konkurenčním podřazeným trhem a předřazeným trhem (podobné jako při mechanismu retail-minus⁸⁴);
- 3) nástroj pro analýzu reprodukovatelnosti neintegrovaných nezávislých operátorů jako další stupeň řízení a nápravy cen přístupu (viz dále, ERT).

BEREC pravidelně provádí dotazování mezi regulačními úřady, zda při své činnosti využívají ex-ante testování, a velká část regulátorů potvrdila, že využívá ex-ante testy pro testování stlačování marží alespoň na jednom maloobchodním trhu. Ex-ante testy se stávají poměrně klíčovým nástrojem při regulaci vznikajících sítí nové generace (NGA). Doporučení Komise 2010/572/EU představuje rámec ex-ante testování a uvádí 2 možné alternativy. Pro ex-ante testování uvádí:

„V konkrétním kontextu cenové kontroly ex ante prováděné s cílem zachovat účinnou hospodářskou soutěž mezi subjekty, které nemají stejné úspory z rozsahu a ze sortimentu a mají různé náklady na jednotku sítě, je obvykle vhodnější použít test „přiměřeně efektivního soutěžitele“. Posouzení případného stlačování marží by dále mělo být prováděno po přiměřenou dobu. Vnitrostátní regulační orgány by v zájmu podpory předvídatelnosti měly předem řádně stanovit metodiku, kterou budou využívat pro stanovení testu pro posouzení přiměřenosti marže (imputation test), používaných parametrů a nápravných mechanismů v případě, že bude zjištěno zmenšování rozpětí.“

Z toho vyplývá, pokud mezi subjektem se značnou tržní silou a ostatními konkurenty existují značné tržní asymetrie, je vhodné použít test REO, případně upravený EEO. Test REO nebo upravený EEO je doporučován i v situacích, kdy na trhu nepanuje dostatečné konkurenční prostředí a konkurenční prostředí je vstupem nových soutěžitelů postupně utvářeno. Ve svém sdělení v roce 2012 přikládá místopředsedkyně Neelie Kroes⁸⁵ váhu vytvoření metodiky pro ex-ante přístup k testování, vytvoření další metodiky pro nediskriminaci na trhu pro testování ekonomické replikovatelnosti (test ERT, viz 5.2.3) nabídek dominanty. Doporučení výslovně představují test založený na přiměřeně efektivním operátorovi REO jako vhodnou metodiku pro ex-ante testování. Touto metodikou sleduje Komise cíl udržovat efektivní míru konkurence na trhu.

⁸⁴ Přístup ke stanovení ceny za přístup, kdy cena za přístup je stanovena jako pevné procentem z konečné ceny konečné maloobchodní ceny.

⁸⁵ Enhancing the broadband investment environment – policy statement by Vice President Kroes. Dostupné z WWW: <http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-554_en.htm?locale=en>

V doporučeních není stanoven jednotný závazný přístup a jednotliví regulátoři tak mohou zvolit z více alternativ. Jednou z nich je úprava nákladů a dalších podmínek specifických pro dominantu, které je nutné vzít v úvahu při srovnávání s novými konkurenty a jejich určitým znevýhodněním (upravený test EEO).

Argumenty pro použití REO či upraveného EEO jsou následující:

- zajišťují, že alternativní soutěžitelé jsou schopni konkurovat dominantovi, tj. dosahovat např. pozitivních marží;
- lze předpokládat, že dynamická dlouhodobá efektivita vyváží aktuální statické neefektivnosti;
- reflektují nižší úspory z rozsahu a sortimentu nového soutěžitele;
- berou v úvahu skutečné náklady alternativních soutěžitelů, které reprezentují jejich efektivitu a konkurenceschopnost v porovnání s dominantem;
- v současné době (i efektivní) konkurent může čelit vyšším nákladům v porovnání s referenčními cenami SMP, např. pokud jde o (dočasné) nižší úspory z rozsahu a sortimentu. Bez ohledu na to lze obecně předpokládat, že v dlouhodobém období efektivní soutěžitel musí být schopen poskytovat své služby efektivně stejně jako SMP operátor, protože jinak by nový soutěžitel nemohl přežít na trhu trvale.

Touto formulací je podporován názor, že elektronické komunikace svými sítěmi a službami urychlují a zkvalitňují komunikaci, čímž přispívají k ekonomickému, kulturnímu a sociálnímu rozvoji celé společnosti, proto by podpora udržitelné míry hospodářské soutěže měla přispět k rozvoji a investicím do infrastruktury alternativních operátorů.

V roce 2014 byl uveřejněn návrh dokumentu “Pokyny k regulatornímu účetnímu přístupu k testu ekonomické reprodukovatelnosti (testování stlačování marží ex-ante, jedná se o ukotvení nového názvosloví)”⁸⁶. Řeč je o tzv. economic replicability test (ERT), jehož účelem je:

⁸⁶ Dostupné z WWW:
http://bereg.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/bereg/public_consultations/4585-draft-guidance-on-regulatory-accounting-approach-to-economic-replicability-test-ex-ante-margin-squeeze-tests

- zajistit, aby alternativní soutěžitelé mohli na podřazeném trhu uveřejnit stejnou nabídku jako SMP subjekt s využitím velkoobchodního nezbytného vstupu v případech, kdy nebyla stanovena regulace velkoobchodní ceny;
- zajistit, společně s dalšími regulatorními opatřeními, že omezení maloobchodní ceny vyplývající z infrastruktury užívané SMP, nevylučuje konkurenční subjekty.

Test ERT je tedy ex-ante test stlačování marží zohledňující charakteristiky a specifika trhu za účelem ochrany hospodářské soutěže v případech, kdy není uplatňována regulace (založená na nákladech) ceny nezbytného vstupu (přístupu k síti dominanty) souvisejícího s NGA produkty.

5.3. SPECIFICKÉ PODMÍNKY TRHU A NÁVRHY PRO JEJICH ZOHLEDNĚNÍ PŘI TESTOVÁNÍ

Je zcela jasné, že dominantní pozice vertikálně integrovaného subjektu přináší značné strategické výhody, jak bylo uváděno v prvních dvou kapitolách. Alternativní operátoři se musí potýkat s omezeními a významnými asymetriemi. Dominant kontroluje infrastrukturu a stanovuje výši poplatků, za které infrastrukturu poskytuje dalším soutěžitelům. Vzhledem ke své velikosti dokáže realizovat značné úspory nákladů v porovnání s alternativními operátory. Pokud více služeb bude vycházet z jednoho velkoobchodního vstupu a dominant je všechny bude integrovat, každý jednotlivý produkt bude přispívat k úhradě fixních nákladů. Často dominant integruje několik podřazených trhů a jednotlivé doplňující se produkty může nabízet ve zvýhodněných balíčcích konečným spotřebitelům. Proto v doporučeních vycházím z předpokladu, že dominantní subjekt je efektivnější než alternativní operátoři. Mohlo by se zdát, že vlivem zastarávání technologie dominanty a rapidních inovací alternativních operátorů by mohli právě alternativní operátoři vykazovat vyšší efektivitu. V mnoha studiích a soudních rozhodnutích to však bylo zamítnuto.

Pokud ČTÚ preferuje využití testu EEO, můžeme představit a do testu zahrnout několik následujících úprav (upravený EEO), což by test znatelně přiblížilo podmínkám panujícím na trhu a požadavkům na dosažení cílů ex-ante regulace navrhované EK. Původní model EEO lze zjednodušeně zapsat následujícím způsobem:

$$c \geq x + n \quad (6)$$

c cena

x poplatek za přístup do sítě (nezbytný vstup, regulovaný i neregulovaný)

n ... náklady podřazeného trhu, které generuje dominant

Pokud bude cena vyšší než suma nákladů na nezbytný vstup a produktově specifických nákladů podřazeného trhu, o stlačování marží se nejedná. Pokud produktově specifické náklady alternativního subjektu podřazeného trhu budou nižší než n, tento subjekt bude efektivnější než dominant a bude generovat pozitivní marži. Podle této základní rovnice jsou v modelu uvedeny tři základní parametry. Každý z těchto parametrů lze tedy určitým způsobem transformovat, abychom se mohli přiblížit principu REO. Právě tyto transformace jsou popsány dále v textu.

5.3.1. Maloobchodní ceny a vázané produkty

Pokud zavedený dominant poskytuje služby na jednom či více maloobchodních trzích, může pomocí strategie navazování produktů přelévati svoji značnou tržní sílu na další maloobchodní trhy a tím je uzavírat pro další soutěžitele. Z tohoto důvodu se může jevit úprava testu v souvislosti se spojováním (vázáním) produktů do balíčků jako vhodná. Provedený test na balíku služeb může totiž vykazovat znaky konkurenční nabídky a strategie, zatímco test provedený pouze v rámci jednoho produktu může poukazovat na uplatnění margin squeeze dominantem. Regulátor by měl brát v úvahu, zda nový soutěžitel dokáže replikovat dominantovu strategii vázání více produktů či ne.

Nový soutěžitel, pokud je v pozici, ve které dokáže replikovat celý balík služeb dominanty, bude hodnocen pravděpodobně testem s agregovanými náklady celého balíku poskytovaných produktů. Základní test by byl tedy upraven pouze v rámci parametru n, který by zohledňoval i další navázané produkty.

$$c_b \geq x + \sum_{i=1} n_i \quad (7)$$

c_b ... cena balíku produktů

i..... počet vázaných produktů

Pro případ nového soutěžitele dodávajícího pouze jeden produkt v rámci maloobchodního trhu, lze předpokládat regulátorovu snahu o ujištění, že dominant nebude vytlačovat produkt nového soutěžitele vytvořením vhodného balíku služeb (příklad telefonické

služby pevné linky a nabídka internetového připojení). Tím však vyvstává problém, jakým způsobem regulátor alokuje náklady na pouze jeden určitý produkt z balíku služeb.

Hlavním argumentem pro zavedení úpravy testu mohou být bariéry vstupu na trh, kdy vstup na více maloobchodních trhů zároveň je považován za náročnější, než vstup pouze na jeden maloobchodní trh. Proto vstup na jeden maloobchodní trh může být považován za předstupeň obsluhy více maloobchodních trhů z pohledu dlouhého období. Podporou vstupu na jeden trh v krátkém období se může regulátor snažit o podporu vstupu na více maloobchodních trhů v budoucím období a o podporu konkurence mezi několika konečnými trhy.

5.3.2. Poplatky za přístup k síti (poplatky za nezbytný vstup)

Noví hráči musí často za možnost připojit se k síti zavedeného dominanty zaplatit přístupové poplatky. Pokud by bylo k dispozici na trhu více velkoobchodních produktů, lze uvažovat použití několika testů či vytvořit pro test určitý velkoobchodní mix, skládající se z dostupných velkoobchodních produktů. Regulátor může taktéž provést několik testů zároveň a využít rozdílných vah pro jednotlivé testy, či sestavit zmiňovaný agregovaný test využívající velkoobchodní produktový mix (pokud v dané ekonomice existuje více stupňů velkoobchodních produktů⁸⁷). Úprava nákladů, která by podporovala vstup na trh největší měrou, bude ta, jenž uvádí, že jakýkoliv velkoobchodní nezbytný produkt má umožnit prostor pro podnikání s ohledem na maloobchodní ceny (dostatečná výše marže).

Regulátor může nastavit test stlačování marží na takovou úroveň, která je žádoucí a zároveň podporuje jeho očekávané předpoklady, do jaké úrovně budou noví soutěžitelé mít motivaci budovat svou vlastní infrastrukturu.

5.3.3. Úpravy nákladů

Specifické náklady, které nese nový soutěžitel

Zavedený dominant často na trhu telekomunikací těží z historického působení a z tržní síly, která se přesouvá i na podřazený trh, což může být odrazem věrnosti ke značce a podobně. Takové výhody jsou obecně dočasné, ale lze je považovat za určité náklady asymetrie mezi dominantem a novým soutěžitelem. Nový soutěžitel je nucen využít

⁸⁷ Tzv. ladder investments, vysvětlení např. Case (2006)

strategie, jak přilákat spotřebitele. Klasickým příkladem mohou být krátkodobé marketingové akce.

$$c \geq x + n + n_s \quad (8)$$

n_s ... specifické náklady nového soutěžitele

Úspory z rozsahu

Vstup na telekomunikační trh je spojen s vysokými vstupními investicemi, noví soutěžitelé tak nesou vysoké fixní náklady (výstavba vlastní sítě, vytvoření informačních systémů atd.). Z důvodu fixních nákladů nárůst poptávky povede k poklesu průměrných nákladů produkce. Pokud dominant i nový soutěžitel mají identické nákladové funkce, dominant obsluhující vyšší poptávku bude vykazovat nižší průměrné náklady než nově vstupující soutěžitel. Nový soutěžitel tak nemusí na trh vůbec vstoupit, jelikož vyhodnotil, že to pro něj není rentabilní.

Předpokládejme, že průměrné náklady se snižují s poptávkou po produktu. Pokud došlo pouze nedávno k otevření trhu novým soutěžitelům, dominant bude ve většině případů obsluhovat vyšší poptávku než nový soutěžitel. Regulátor by tak upravil tržní podíl dominanty, který se promítá do úspor z rozsahu. Regulátor by mohl test stlačování marží analyzovat s průměrnými náklady dominanty, hodnocenými na úrovni výstupu nového efektivního soutěžitele. Náklady, které nese dominant, jsou hodnoceny za předpokladu nižší poptávky, než kterou ve skutečnosti obsluhuje.

$$c \geq x + n(D_s) \quad (9)$$

n jednotkové náklady podřazeného trhu

D_s poptávka po produkci efektivního konkurenčního soutěžitele

Úspory ze sortimentu

Dominant ve většině případů operuje na více trzích, zatímco noví soutěžitelé často pouze na jednom (nebo ne v celém rozsahu dominanty). Dominant tak disponuje strategickou výhodou v oblasti výrobních nákladů nad novým soutěžitelem, pokud jsou realizovány úspory ze sortimentu. Jakmile může dominant společné náklady rozložit na více svých produktů, výsledkem mohou být potenciální úspory nákladů.

Zohledněním výše uvedených nákladových úprav v rámci testování je umožněn přístup soutěžitelům, kteří jsou méně efektivní než dominant. Hlavním důvodem pro tento krok je argument, že noví soutěžitelé jsou méně efektivní z krátkodobého hlediska, ale v dlouhém období dosáhnou alespoň stejné efektivity jako dominant a asymetrie týkající se nákladů v dlouhém období vymizí. Regulátor by v rámci úpravy testu o nákladové asymetrie musel modelovat a odhadovat, jaký počet subjektů na trhu by byl z dlouhodobého hlediska vhodný. Regulátor tak bude zkoumat vztah mezi krátkodobými ztrátami efektivnosti a dlouhodobými nárůsty efektivity (tzv. cost benefit analýza).

Shrnutí

Úpravou testu EEO o výše uvedené případy se postupně přesouváme k navrhovanému přístupu a testu REO. V rámci testování margin squeezeu existuje široké množství parametrů a podmínek, které musí regulátor brát v úvahu a následně zohlednit při sestavování modelu. Model testování stlačování marží je rozsáhlý, stejně tak jako počet indikátorů, které regulátor sleduje. Obzvláště tomu tak je za situací, kdy se trh dynamicky rozvíjí a inovace společně s celkovým technologickým pokrokem hrají významnou roli.

V případech, kdy na národních trzích panuje efektivní hospodářská soutěž, nápravná opatření tohoto typu (využití ex-ante REO testování) mohou vytvářet riziko a hospodářskou soutěž spíše ohrožovat než podporovat. Český telekomunikační trh však zatím nevykazuje dostatečnou míru efektivní hospodářské soutěže, což je až příliš často potvrzováno udělováním pokut dominantnímu subjektu. Proto se může zdát podpora konkurence žádoucí.

Mimo dilema, zda zvolit test EEO, REO či upravený EEO, se regulátor musí zaměřit na to, zda profitabilitu účastníků podřazeného trhu bude hodnotit na základě dynamického (delší období než 1 rok) či periodického přístupu (zpravidla v rámci 1 roku), zda využije pro hodnocení výnosů a nákladů metodu DCF a jakou zvolí nákladovou bázi. Výše uvedené návrhy se zaměřily především na charakteristiku asymetrií, které mezi zavedeným dominantem a novými soutěžiteli lze nalézt. Testování stlačování marží je však značně komplexní technikou, jejíž kompletní zpracování by měl ČTÚ sestavit do přehledné metodiky dostupné všem dotčeným subjektům.

ZÁVĚR

Hlavním cílem práce bylo detailní představení teoretických aspektů vertikální integrace jako jednoho z nástrojů pro posilování dominantního postavení konkrétního hráče na daném trhu v souvislosti se strategií stlačování marží. V návaznosti na představení aparátu vysvětlujícího zneužívající chování dominantního subjektu na předřazeném a podřazeném trhu (dvou na sobě navazujících trzích) bylo dále cílem identifikovat současná úskalí aplikace testování stlačování marží regulačními orgány v praxi, a to na příkladu telekomunikačního trhu ČR. V rámci testování stlačování marže byl analyzován přístup ČTÚ, který stanovuje podmínky a zpracovává regulaci telekomunikačního trhu. Telekomunikační trh vykazuje specifika, která jsou velmi příhodným příkladem pro možnost uplatnění stlačování marží. Jedná se o liberalizované odvětví, kde často působí monopolista vlastníci rozsáhlou infrastrukturu, kterou poskytuje dalším soutěžitelům na navazujícím trhu, a zároveň v rámci své činnosti poskytuje i konečné služby zákazníkům na tomto navazujícím trhu. Ex-ante analýza prováděná ČTÚ se zaměřuje na monitoring trhu a snaží se předpokládat jeho vývoj tak, aby ho mohla efektivně regulovat a zajišťovat inovace a udržitelný rozvoj celého odvětví.

Metodika testování stlačování marží ex-ante (test ERT) by měla být přístupná všem dotčeným subjektům, aby mohly operativně vyhodnocovat veškeré své kroky. ČTÚ se o sepsání manuálu snažil již v roce 2011 na doporučení Komise. ÚOHS však jeho snahy hodnotil velmi kriticky a navrhoval rozsáhlé změny v přístupu a argumentaci, jelikož přístup ČTÚ zcela nereflexuje aktuální trendy v odvětví.

Vzhledem k rapidnímu rozvoji na trhu telekomunikací a vývoji nových produktů (v posledních letech se jedná především o sítě nové generace, jež jsou založeny na optických prvcích) jsou neustále aktualizována doporučení na úrovni EU, které by měly národní regulační orgány postupně implementovat. V návaznosti na metodiku ČTÚ z roku 2011 práce představuje doporučení, které by bylo vhodné do testovacího modelu zapracovat, aby základní myšlenka aktuální regulace, a to podpora hospodářské soutěže a rozvoj nových technologií, byla právě efektivní regulací dosažena, jelikož ČTÚ uvádí, že jeho testovací model bude postaven na principu stejně efektivního soutěžitele, což zcela nekoresponduje s přístupem doporučovaným v rámci EU. V duchu myšlenky podpory rozvoje nových technologií je vhodné testování tržních vazeb na principu přiměřeně

efektivního soutěžitele, či úpravou testu stejně efektivního soutěžitele o specifické podmínky a asymetrie mezi dominantem a novými soutěžiteli.

Práce krátce představuje základní doporučení, jakým způsobem může regulátor postupně implementovat test REO místo EEO. Doporučení, na která oblasti by se měl regulátor zaměřit, se týkají úpravy testu s ohledem na asymetrie v oblasti možného navazování produktů do nabídkových balíčků, velkoobchodních poplatků přístupu k síti dominantu a nákladových úspor plynoucích z významného postavení dominantu (úspory z rozsahu a úspory ze sortimentu).

V první části práce byly vysvětleny dva zásadní předpoklady pro uplatnění stlačování marží. Jednalo se o vertikální integraci, kdy subjekt musí vykonávat navazující činnosti v rámci určitého výrobního procesu, a o dominantní postavení, na základě kterého vykonává subjekt kontrolu nad nezbytným vstupem pro následující fázi výrobního procesu a kontroluje jeho cenu. Tyto dva zásadní body položily základy detailnímu vysvětlení strategie stlačování marží, jakožto chování zneužívajícího dominantní postavení, jejíž aplikace v současné době rapidně narůstá a lze předpokládat, že se na trzích bude i nadále objevovat, jelikož dosažení efektivní hospodářské soutěže na nově liberalizovaných trzích je otázkou značně dlouhého období.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje:

1. ROTH, P, Christopher BELLAMY a Graham D CHILD. *European community law of competition*. 5th ed. London: Sweet, 2001, clxx, 1339. ISBN 04-215-6440-7.
2. CLARKSON, Kenneth W a Roger LeRoy MILLER. *Industrial organization: theory, evidence, and public policy*. New York: McGraw-Hill, c1982, ix, 518 p. ISBN 007042036x.
3. DEDOUCHOVÁ, Marcela. *Strategie podniku*. Praha: C. H. Beck, 2001, 256 s. ISBN 80-7179-603-4.
4. EGGERTSSON, Thrainn. *Economic behavior and institutions*. 1990, xv. ISBN 052134445X.
5. HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. V Praze: C.H. Beck, 2011, s. 204. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.
6. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2009, xviii, 305 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4001-369.
7. MALONE, Thomas W., Joanne YATES a Robert I. BENJAMIN. *Information technology and the corporation of the 1990s*. 1994, 61-83. ISBN 0195068068.
8. O'DONOGHUE, Robert a Jorge A PADILLA. *The law and economics of article 102 TFEU*. 2nd ed. Oxford: Hart publishing, 2013, lxx, 1008 s. ISBN 9781849461399.
9. PETR, M. a kol. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*, 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2010, 624 s. ISBN 978-80-7400-307-3.
10. ROBINSON, E. A. *The Structure of Competitive Industry*. London: Nisbet, 1958. ix, 179 s. Cambridge economic handbooks; 7.
11. WILLIAMSON, Oliver E. *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*. 1st ed. New York: The Free Press, 1975, xvii, 286 s. ISBN 0029347807.

Elektronické zdroje:

12. AGHION, Philippe, Rachel GRIFFITH a Peter HOWITT. *Vertical Integration and Competition*. *American Economic Review* [online]. 2006, **96**(2): 97-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/000282806777211595>. ISSN 00028282.
13. ANDREANO, R. L. a S. L. WARNER. *Professor Bain and barriers to new competition*. [Review]. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1958, **7**: 66-76. ISSN 00221821.
14. BLAIR, Roger D a David L KASERMAN. *Law and economics of vertical integration and control*. New York: Academic Press, 1983, xi, 211 p. ISBN 0121034801.
15. BLOIS, K. J. *Vertical Quasi-Integration*. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1972, **20**(3): 253-272. ISSN 00221821.
16. COASE Ronald H. *The nature of the firm*. *Economica, N.S* [online]. 1937. **4**:386-405. Dostupné z WWW: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2626876?uid=3737856&uid=2129&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21104586410661>.
17. EDWARDS, C. D. *Vertical integration and the monopoly problem*. *Journal of Marketing* [online]. 1953, **17**: 404-410.
18. FERRARI BRAVO, Laura a Paolo SICILIANI. *Exclusionary Pricing and Consumers Harm: The European Commission's Practice in the DSL Market*. *Journal of Competition Law* [online]. 2007, **3**(2): 243-279. ISSN 17446414.
19. GABSZEWICZ, Jean J. a Jacques-Francois THISSE. *On the Nature of Competition with Differentiated Products*. *Economic Journal* [online]. 1986, **96**(381): 160-172. ISSN 00130133
20. GILSON Ronald J., Charles F. SABEL, Rober E. SCOTT. *Contracting for Innovation*:

- Vertical Disintegration and Interfirm Collaboration, *Columbia Law and Economics Working Paper No. 340* [online]. 2009;109(3):431-502.
21. GROSSMAN, Sanford J. a Oliver D. HART. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration. *Journal Of Political Economy* [online]. 1986, 94(4): 691-719.
 22. HACKNER, Jonas. Vertical Integration and Competition Policy. *Journal of Regulatory Economics* [online]. 2003, 24(2): 213-222. ISSN 0922680X.
 23. HART, Oliver a Bengt HOLMSTROM. The Theory of Contracts. *Advances in economic theory: Fifth World Congress* [online]. 1987, : 71-155.
 24. HART, O. a J. TIROLE. Vertical Integration and Market, *Brookings Papers On Economic Activity* [online]. 1990:205-276.
 25. HAHN, Robert William. *Antitrust policy and vertical restraints*. Washington, D.C.: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies[online]. 2006, viii, 94 p.
 26. HRONZA, Martin. Vertikální integrace a vertikální omezení – případ českého zpracovatelského průmyslu. [online] Praha, 2011. Dostupné z WWW: <https://isis.vse.cz/zp/portal_zp.pl?prehled=vyhledavani;podrobnosti=110063;zp=32272;download_prace=1>
 27. JOSKOW, Paul L. Asset Specificity and the Structure of Vertical Relationships: Empirical Evidence. *Journal of Law, Economics* [online]. 1988, 4(1): 95-117. ISSN 87566222.
 28. KATZ, Michael L. The Welfare Effects of Third-Degree Price Discrimination in Intermediate Good Markets. *American Economic Review* [online]. 1987, 77(1): 154-167. ISSN 00028282.
 29. KING Steven P., Rodney MADDOCK, Imputation Rules and a Vertical Price Squeeze. *Australian Business Law Review* [online]. 2002.
 30. KLEIN, Benjamin. Vertical Integration as Organizational Ownership: The Fisher Body-General Motors Relationship Revisited. *Journal of Law, Economics* [online]. 1988, 4(1): 199-213. ISSN 87566222.
 31. LAFONTAINE, Francine a Margaret SLADE. Vertical Integration and Firm Boundaries: The Evidence. *Journal of Economic Literature* [online]. 2007, 45(3): 629-685. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/jel.45.3.629>. ISSN 00220515.
 32. LAFONTAINE, Francine a Margaret SLADE. *Handbook of Antitrust Economics*. 2008, 391-414. ISBN 9780262026277.
 33. LÁSKA, Jan. Úřady zahájily šetření s Telefonicou O2 kvůli ADSL. Mobilmania.cz [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.mobilmania.cz/bleskovky/urady-zahajily-setreni-s-telefonicou-o2-kvuli-adsl/sc-4-a-1315978/default.aspx>>.
 34. MCGUINNESS, T. Markets and Managerial Hierarchies. In G. Thompson, et al. (Eds.), *Markets, Hierarchies and Networks*. 1994:66–81.
 35. MCNICOL, David L. The Two Price Systems in the Copper Industry. *Bell Journal of Economics* [online]. 1975, 6(1): 50-73. ISSN 0361915X.
 36. MOTTA, Massimo, Alexandre de STREEL. Exploitative and Exclusionary Excessive Prices in EU Law, C.D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds), *European Competition Law annual 2003: What is an Abuse of Dominant Position, Hart*. (2003). Dostupné z WWW: <<http://professorgeradin.blogs.com/professorgeradinweblog/files/excessiveprices18122003.pdf>> .
 37. OWEN, Bruce M. Antitrust and Vertical Integration in 'New Economy' Industries with Application to Broadband Access. *Review of Industrial Organization* [online]. 2011, 38(4): 363-386. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11151-011-9291-y>. ISSN 0889938X.
 38. PERRY, Martin K. Vertical Integration: Determinants and Effects. *Handbook of industrial organization. Volume 1* [online]. 1989, : 183-255.

39. PETERKA, Jiří. LUPA.CZ. Vodafone zažaloval O2 za stlačování marží o 385 milionů. Proč právě teď? [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/vodafone-zazaloval-o2-za-stlacovani-marzi-o-385-milionu-proc-prave-ted/>>.
40. REY Patrick, Jean TIROLE. *A Primer on Foreclosure*, IDEI Working Papers 203, Institut d'Économie Industrielle (IDEI) 2003, Toulouse, revised Nov 2005.
41. RIORDAN, Michael H. Anticompetitive Vertical Integration by a Dominant Firm. *American Economic Review* [online]. 1998, **88**(5): 1232-1248. ISSN 00028282.
42. SALOP, Steven C. a David T. SCHEFFMAN. Cost-Raising Strategies. *Journal of Industrial Economics* [online]. 1987, **36**(1): 19-34. ISSN 00221821.
43. SCHMALENSEE, Richard. A Note on the Theory of Vertical Integration. *Journal of Political Economy* [online]. 1973, **81**(2): 442-449. ISSN 00223808
44. SLÍŽEK, David. LUPA.CZ. České radiokomunikace žalují Telefonícu o 3 miliardy kvůli maržím za internetové připojení [online]. 2012 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/ceske-radiokomunikace-zaluji-telefonicu-o-3-miliardy-kvuli-marzim-za-internetove-pripojeni/>
45. STIGLER, G. J. The division of labor is limited by the extent of the market. *Journal of Political Economy* [online]. 1951, **59**: 185-193. ISSN 00223808.
46. ŠAMÁNEK, Jan. Soudní aplikace soutěžní doktríny stlačování marží [online]. Brno, 2010. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/10066/pravf_r/Soudni_aplikace_soutezni_doktriny_stlacovani_marzi.pdf>. Rigorózní práce.
47. ŠILHÁN, Josef. Dominantní postavení a jeho zneužití cenovými praktikami [online]. Brno, 2008. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/53649/pravf_d/Dominantni_postaveni_a_jeho_zneuziti_cenovymi_praktikami.pdf?lang=cs>. Disertační práce.
48. VELJANOVSKI, Cento a Pietro CROCIONI, Pietro, Price Squeezes, Foreclosure, and Competition Law: Principles and Guidelines (July 1, 2003). *Journal of Network Industries*, Vol. 4, 2003.
49. VERNON, John M. a Daniel A. GRAHAM. Profitability of Monopolization by Vertical Integration. *Journal of Political Economy* [online]. 1971, **79**(4): 924-925. ISSN 00223808.
50. WARREN Kim. Vertical Integration and Competition. *Business Strategy Review* [online]. 1992, **3**(3):33.
51. WARREN-BOULTON, Frederick R. Vertical Control with Variable Proportions. *Journal of Political Economy* [online]. 1974, **82**(4): 783-802. ISSN 00223808.
52. WILLIAMSON, Oliver E. Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange. *American Economic Review* [online]. 1983, **73**(4): 519-540. ISSN 00028282
53. Williamson, Oliver E. *The economic institution of Capitalism*. New York:Free Press, 1985. Dostupné z WWW: <<http://nkuie.org/wp-content/uploads/2013/03/资本主义经济制度威廉姆森英文.pdf>>
54. CHEN, Yongmin. Vertical Disintegration. *Journal of Economics* [online]. 2005, **14**(1): 209-229. ISSN 10586407.

Další použité materiály:

- BEREC Guidance on the regulatory accounting approach to the economic replicability test (i.e. ex-ante/sector specific margin squeeze tests)
- Communication from the Commission - Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty [Official Journal No C 101 of 27.4.2004]. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/legislationsummaries/competition/firms/126114cs.htm>>

- ČESKÝ TELEKOMUNIKAČNÍ ÚŘAD. Postup Českého telekomunikačního úřadu při vyhodnocování nabídek vertikálně integrovaných operátorů v souvislosti se stlačováním marží [online]. 2012 [cit. 2015-04-27]. Dostupné také z WWW: <https://www.ctu.cz/cs/download/ostatni/cenove_vyhodnocovani_postup_ctu_cj_ctu-43738_2011-611.pdf>
- Doporučení Komise č. 2010/572/EU o regulovaném přístupu k přístupovým sítím nové generace (NGA)
- Doporučení Komise č. 2013/466/EU o konzistentních povinnostech nediskriminace a metodikách výpočtu nákladů s cílem podpořit hospodářskou soutěž a zlepšit podmínky pro investice do širokopásmového vysokorychlostního připojení
- Enhancing the broadband investment environment – policy statement by Vice President Kroes. WWW: <http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-554_en.htm?locale=en>
- Guidelines on vertical restraints [SEC (2010) 411 final] - Commission notice of 10 May 2010. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/legislationsummaries/competition/firms/cc0007cs.htm>>
- HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. Volný zažaloval Telefonicu O2 o čtyři miliardy. Prý moc stlačovala marže [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://byznys.ihned.cz/c1-51409330-volny-zazaloval-telefoniku-o2-o-ctyri-miliardy-pry-moc-stlacovala-marze>>
- Oznámení o zahájení správního řízení. Telefonica O2 Czech Republic, a.s. [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <http://www.o2.cz/_pub/3f/fe/fb/234318_489518__110329_UOHS_spravni_rizeni_cz.pdf>
- Politiky Evropské unie: Hospodářská soutěž. Dostupné z WWW: <<http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/cs/competitioncs.pdf>>
- Pokyny k použití pravidel státní podpory ve vztahu k rychlému zavádění širokopásmových sítí (2013/C 25/01)
- Postup Českého telekomunikačního úřadu při vyhodnocování nabídek vertikálně integrovaných operátorů v souvislosti se stlačováním marží
- Sdělení Komise o použití pravidel hospodářské soutěže na dohody o přístupu v odvětví komunikací
- Telefoniku O2 vyšetřuje ÚOHS kvůli zneužití dominantního postavení. Investujme.cz [online]. 2011 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://investice.finance.cz/zpravy/finance/303716-telefoniku-o2-vysetruje-uohs-kvuli-zneuziti-dominantniho-postaveni/>>
- VODAFONE CZECH REPUBLIC, A.S. Vodafone Czech Republic žaluje O2 Czech Republic o 385 milionů Kč [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.vodafone.cz/o-vodafone/o-spolecnosti/pro-media/tiskove-zpravy/detail/vodafone-czech-republic-zaluje-o2-czech-republic-o/>>
- Zákon č. 143/2011 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů

Soudní rozhodnutí:

- 4.7.2007 COMP/38.784 – Wanadoo España v Telefonica, rozhodnutí Komise.
- C-62/86, AKZO Chemie BV v Commission [1991] ECR I-3359
- ECS/AKZO Chemie [1985] OJ 1985 L 374/1 3 CMLR 273.
- Hoffman-La Roche v Commission, [1979] ECR 461, rozsudek ve věci C-85/76
- OJ 1976 35/6; později případ před ESD jako 109/75, National Carbonising Company Limited v Commission of the European Communities. [1975] ECR 1193 (National Carbonising).
- OJ 1988 L 284/41 (British Sugar) Napier Brown/British Sugar
- Příklad T-5/97, Industrie des Poudres Sphériques SA v Commission [2000] ECR II-3755
- Rozhodnutí Komise 2003/707/EC Deutsche Telekom AG, OJ 2003 L 263/9; Deutsche Telekom AG v Commission, OJ 2003 C 264/29; Rozsudek Tribunálu T-271/03 Deutsche Telekom AG v. Commission [2008 ECR II-477. U Soudního dvora Deutsche Telekom AG v. Commission C-280/08 P.

- Sdělení Komise o použití pravidel hospodářské soutěže na dohody o přístupu v odvětví telekomunikací, OJ 1998 C 265/2 čl. 128

SEZNAM GRAFŮ

Graf : 1 Trh produktu	49
Graf : 2 Ceny v odvětví	49
Graf : 3 Forma stlačování marže	54