

# Petr Prokop, EP1

Téma : Monopol a Antimonopolní úřad

Název referátu : Zneužití dominantního postavení na trhu

## Úvod

V mém referátu se zabývám otázkou, kde je hranice mezi legitimním konkurenčním bojem a zneužitím dominantního postavení na trhu.

V první části připomenu základní pojmy, jako je tržní hospodářství, monopol, konkurence a vysvětlím pojmy dominantní postavení na trhu a predátorské ceny.

Budu-li chtít o problému uvažovat je třeba vědět, kdy se podnik dostává do dominantního postavení, vyhledat § 10 zákona č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže, jehož dodržování kontroluje **Úřad pro ochranu hospodářské soutěže**.

V druhé části uvedu konkrétní příklad, kdy ÚOHS rozhodl o uložení pokuty společnosti Student Agency za zneužití dominantního postavení.

Zároveň na základě argumentů obou stran zvážím motivaci, která vedla firmu k určitému jednání. Zda její konání lze považovat za konkurenční tah pro udržení si a ve prospěch zákazníka nebo za účelem likvidace konkurenta za pomoci svého dominantního postavení na trhu.

V předmětu ekonomie jsme se zatím setkali s pojmy jako je konkurence, monopol, oligopol apod. Tímto referátem bych chtěl ostatním přiblížit pojem **dominantní postavení na trhu** jako další jev hospodářské soutěže.

## 1.část

Tržní ekonomika je taková ekonomika, kde jsou ceny určovány pomocí směny na trhu, především peněžní, za cenu, s níž souhlasí obě strany směny.

Pokud všichni, kdo nabízejí své zboží a služby na trhu mají rovné podmínky k přístupu na trh a nikdo z nich nemá žádné výsadní postavení vůči ostatním a také všichni kupující mají na trh stejný přístup, mluvíme o tzv. **dokonalé konkurenci**.

Druhou mezní situací je nedokonalá konkurence, kdy mezi prodávajícími existuje jeden, který má výsadní postavení na trhu – **monopol**.

Nejčastější podoba trhu je mezi dokonalou konkurencí a úplným monopolem. Nazýváme ji **monopolistická konkurence**, kdy na trhu existují firmy s **dominantním postavením**, ale současně zde působí i řada menších konkurenčních firem

Podniky s dominantním postavením na trhu mohou svým chováním podstatně ovlivnit strukturu trhu a způsobit újmu spotřebitelům nebo jiným podnikům. Podniky s dominantním postavením mají proto zvláštní odpovědnost, pokud jde o jejich chování na trhu, prostě nemohou dělat věci, které mohou ještě dělat malé a střední podniky. Otázkou proto je, zda se v konkrétních případech jedná o konkurenční boj nebo o **zneužití dominantního postavení na trhu**.

**Zákon č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže** v paragrafu 10 v prvním odstavci říká, cituji:<sup>1</sup> „*Dominantní postavení na trhu má soutěžitel nebo společně více soutěžitelů (společná dominance), kterým jejich tržní síla umožňuje chovat se ve značné míře nezávisle na jiných soutěžitelích nebo spotřebitelích.*“

Tržní sílu posuzuje Úřad pro ochranu hospodářské soutěže podle různých měřítek. Posuzován je především tržní podíl dosažený soutěžitelem v období, které je zkoumáno, dále pak ÚOHS posuzuje hospodářskou a finanční sílu soutěžitelů, právní nebo jiné překážky vstupu na trh pro další soutěžitele, strukturu trhu a velikosti tržních podílů nejbližších konkurentů apod. Není-li pomocí ukazatelů prokázán opak, má se za to, že dominantní postavení zaujímá soutěžitel nebo soutěžitelé se společnou dominancí, kteří ve zkoumaném období dosáhli na trhu alespoň **40% tržní podíl**.

Česká právní úprava zakazuje zneužívání dominantního postavení na trhu na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů. Samotné dosažení dominantního postavení tedy není zakázané, **zákaz se týká pouze zneužívání tohoto postavení**. Zákon nedefinuje, co se rozumí pod pojmem zneužívání dominantního postavení na trhu, ale uvádí demonstrativní výčet chování, které je za takové zneužívání považováno. Toto jednání samo o sobě nemusí být nikterak závadné, a pokud se ho dopustí běžný – nedominantní – soutěžitel, není hodnoceno jako závadné. Pokud se však dopustí soutěžitel s dominantním postavením, zakázané je.

Zneužitím dominantního postavení je například dlouhodobé nabízení a prodej zboží za nepřiměřeně nízké ceny, které má nebo může mít za následek narušení hospodářské soutěže. Dočasné obětování ziskovosti podnikání cestou nastavení cen za produkty či služby na úrovni, která vede k vyloučení existující konkurence z trhu, případně nepřipustí vstup potencionálních nových soutěžitelů se nazývá **predátorské ceny**.

## 2. část

ÚOHS vyměřil v listopadu 2010 společnosti Student Agency pokutu ve výši 6 milionů korun za porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže.

Na webových stránkách Úřadu bylo 18.11. 2010 zveřejněno toto zdůvodnění, cituji :<sup>2</sup> „*ÚOHS pokutoval společnost Student Agency, která má dominantní postavení na trhu poskytování služeb veřejné linkové osobní autobusové dopravy na lince Praha – Brno a zpět, za to, že v určitém období aplikovala nepřiměřeně nízké, tzv. predátorské ceny, když snížila ceny kreditových jízdenek za jednosměrnou přepravu na 50, později na 95 Kč. Pro kvalifikaci protisoutěžního jednání společnost Student Agency byl podstatný úmysl vyloučit konkurenční společnost Asiana z tohoto trhu.*“

Společnost Student Agency toto odmítá a namítá, že se úřad během šetření dopustil mnoha neodborností – například při vymezení trhu, nechota vést dokazování, pominutí jiných levnějších jízdenek atd.

ÚOHS tak podle majitele společnosti Radima Jančury současně vytvořil precedent, kterým říká, že dopravce, který vystupuje jako větší, nemůže využívat cenu jako nástroj pro získávání a udržení svých zákazníků. A to ani tehdy, když pouze reaguje na konkurenční nabídku.

---

<sup>1</sup> Zákon o ochraně hospodářské soutěže

[http://www.compet.cz/fileadmin/user\\_upload/Legislativa/HS/CR/UZ\\_c\\_143-2001\\_\\_2\\_\\_final.pdf](http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Legislativa/HS/CR/UZ_c_143-2001__2__final.pdf)

<sup>2</sup> <http://www.compet.cz/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/predseda-uohs-rozhodne-o-rozkladu-student-agency/>

Naproti tomu se na stránkách Úřadu dále v prohlášení uvádí, cituji:<sup>3</sup> „Úřad nepokutoval společnost Student Agency za nízké ceny, nýbrž za jejich cílené použití k vytlačení jiného soutěžitele z trhu. Naopak, nízké ceny pro vybrané jízdenky stanovené společností ASIANA měly zaváděcí charakter, tj. tyto ceny byly vedeny snahou upozornit zákazníka na nově vstupujícího soutěžitele na trh služeb veřejné linkové osobní autobusové přepravy na trase Praha-Brno a zpět. Navíc, společnost ASIANA se jako vstupující soutěžitel nenacházela v dominantním postavení, její jednání proto nepředstavovalo porušení soutěžního práva. Je příznačné, že po odchodu společnosti ASIANA z uvedené linky, Student Agency své nízké ceny na konkurenčních spojích nejenže neponechala v platnosti, ale její nové tarify byly vyšší než původní ceny jízdenek v době před započítím ostrého soupeření s ASIANOU.“

*Snížení cen ze strany společnosti Student Agency tak nebylo motivováno snahou poskytnout prospěch zákazníkům, ale pouze snahou vytlačit konkurenta z trhu, což ve svém důsledku omezilo zákazníky ve výběru přepravce. Jednání Student Agency tak mělo za následek narušení hospodářské soutěže na daném trhu, a to nejen na újmu společnosti ASIANA, která musela trh opustit, ale i konečných spotřebitelů.“*

V prohlášení majitele Student Agency Radima Vančury na stránkách společnosti se uvádí, cituji:<sup>4</sup> „Toto rozhodnutí jde proti zájmům cestujících, kteří profitují z konkurenčního boje a omezí možnost nabízení akčních cen. Budeme požadovat, aby stejným metrem úřad posuzoval i dopravce, kteří nabízejí podobné obchodní nabídky či jiné relační slevy.“

Na mysli měl, jak dále na stránkách uvádí, nabídku Českých drah – jízdné na trase Praha-Brno za 35 Kč

Pro Lidové noviny majitel Student Agency uvedl, cituji:<sup>5</sup> „Myslíme si, že je dvojitý metr na soukromé firmy a státem vlastněné subjekty.“

Pro úplnost je třeba dodat, že společnost Student Agency podala proti rozhodnutí ÚOHS rozklad. O rozkladu bude nyní ve druhém stupni rozhodovat předseda Úřadu. Pravomocné rozhodnutí předsedy Úřadu je poté možno napadnout žalobou k příslušnému správnímu soudu.

## Závěr

Argumenty obou subjektů znějí věrohodně, proto je velmi těžké tento spor rozřešit. Z mého pohledu dopravní společnost Student Agency spíše zneužila svého dominantního postavení na trhu. Nebýt tohoto postavení, asi by si nemohla dovolit snížit cenu jízdného na několik měsíců a přijít tak o zisk, pokud by chtěla, jak tvrdí, pouze reagovat akčními cenami na konkurenční nabídku. Navíc po odchodu konkurenta původní ceny dokonce zvýšila, takže nejen, že se konkurence zbavila, ale na cestujících začala vydělávat více.

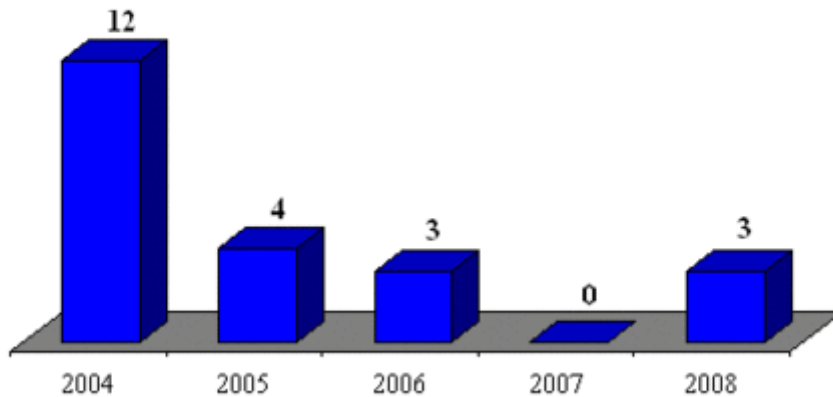
---

<sup>3</sup> <http://www.compet.cz/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/predseda-uohs-rozhodne-o-rozkladu-student-agency/>

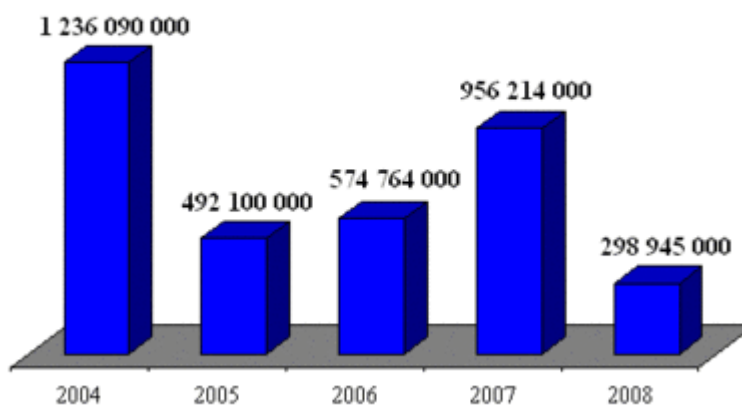
<sup>4</sup> <http://www.studentagency.cz/pro-media/tiskove-zpravy/UOHS-vydal-nesmyslne-rozhodnuti.html>

<sup>5</sup> Článek Student Agency dostala pokutu za levné jízdenky. Lidové noviny 4.11. 2010 str.16

**Počet zahájených správních řízení  
Zneužití dominantního postavení**



**Celková výše pokut uložených Úřadem v 1. stupni (v Kč)**



**Zdroje :**

ŠVARCOVÁ, Jena a kolektiv. *Ekonomie- stručný přehled- teorie a praxe aktuálně a v souvislostech- učebnice 2010-2011*, Nakladatelství a vydavatelství Ing. Jena Švarcová, Ph.D., CEED. ISBN 978-80-87301-00-5

<http://www.studentagency.cz/>

Lidové noviny 4.11. 2010

<http://www.compet.cz/>

<http://www.epravo.cz/>