



Soutěžní právo

III. Dominantní postavení

Michal Petr



Struktura prezentace

I. Pojem *dominantní postavení*

II. Analýza *tržní síly*

III. Zneužívání dominantního postavení

IV. Snaha o „více ekonomický“ přístup



I. Dominantní postavení obecně

- Právní úprava
 - § 10 – 11 ZOHS
 - čl. 82 SES
- Podnik, který získá na trhu „nezávislé“ postavení se musí chovat, jako by tomu tak nebylo – nesmí toho *zneužívat*, má *zvláštní povinnost* vůči ostatním podnikům a spotřebitelům



Pojem „dominantní postavení“

- **ZOHS:** *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*
- **EU: 85/76 Hoffmann – La Roche**
*podnik je v situaci, kdy může bránit existenci účinné soutěže na relevantním trhu,
tedy jestliže mu je dána možnost chovat se vůči svým konkurentům, svým odběratelům a konečně i vůči spotřebitelům ve významné míře nezávisle.*



ad dominantní postavení

- Dominant není vystaven tržním tlakům (*competitive constraints*)
- ... a tedy disponuje podstatnou tržní silou (*significant market power*)
- ... a díky ní dokáže zvýšit na delší dobu ceny nad tržní úroveň



Analýza tržní síly

Dominantní postavení se odvozuje od *tržní síly*

- tržní podíl (viz)
- překážky vstupu na trh (faktické i právní)
- postavení odběratelů (*buyer power*)
- hospodářská a finanční síla
- stupeň vertikální integrace
- ...



Tržní podíl

- Základem správné vymezení relevantního trhu
- Velikost podílu
 - *Velmi vysoký* – prakticky nevyvratitelná domněnka dominance
 - *Nad 50 %* - domněnka dominance, není-li vyvrácena specifickými okolnostmi
 - *Pod 40 %* - v českém právu domněnka ne-dominance (v komunitárním právu 25 %)
- Nutnost dynamického pohledu a sledování tržních podílů konkurentů a tendencí jejich vývoje



Kolektivní dominantní postavení

- na oligopolních trzích (omezený počet soutěžitelů, transparentnost, podobné tržní podíly)
- podniky jednají jako kolektivní jednotka
- tři podmínky prokázání (*T-342/99 Airtours*):
 - transparentnost
 - udržitelnost v čase (odvetné opatření)
 - chybějící silná reakce ze strany spotřebitelů či konkurentů
- minimální aplikační zkušenosti



II. Zneužívání dominance

Zakázáno nikoliv dominantní postavení, ale jeho *zneužívání*

- koncept „*zvláštní odpovědnosti*“ dominanta – nesmí jednat způsobem, který je přípustný u nedominanta
- ordoliberalní přístup – dominant má jednat způsobem, jako by jím nebyl, trh je narušen již jeho přítomností



Ad Zneužívání dominance





Ad Zneužívání dominance





Formy zneužívání

- vylučovací (*exclusionary*): omezování soutěže (konkurence), eg.
 - predátorské ceny
 - odmítnutí obchodování (+ doktrína *essential facility*)
- vykořisťovací (*exploitative*): těžení výhod ze závislosti ostatních podniků a spotřebitelů, eg.
 - nepřiměřené ceny
 - vázání



Demonstrativní výčet

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



Další příklady „ze života“

- Microsoft – informace o interoperabilitě (WG),
vázání (WMP)
- Jednání „*quite life*“ (Škoda automobilová)
- Odmítnutí uzavřít smlouvu bez udání důvodu
(Eurotel)
- Přístup na nádraží (ČSAD Liberec)
- Omezení dodávek závislému odběrateli (VPO)



III. Více ekonomický přístup

- Komise kritizována za příliš formalistický přístup
- Snaha umožnit i dominantům efektivně konkurovat a plnohodnotně se účastnit soutěže



Příklad České dráhy

- Dominant na trhu železniční přepravy velkých objemů substrátů
- Selektivní snižování cen za účelem vyloučení konkurence
- ??? povoleno, protože není predátorské ???
- ??? zakázáno, protože brání rozvoji konkurence ???



Diskusní materiál

- Vydán 2005, jen vylučovací praktiky
- Analytický přístup Komise k vylučovacím praktikám
- Ne ochrana slabších konkurentů, ale blaha spotřebitele
- ... takže vyloučení méně efektivních podniků není zakázáno